

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

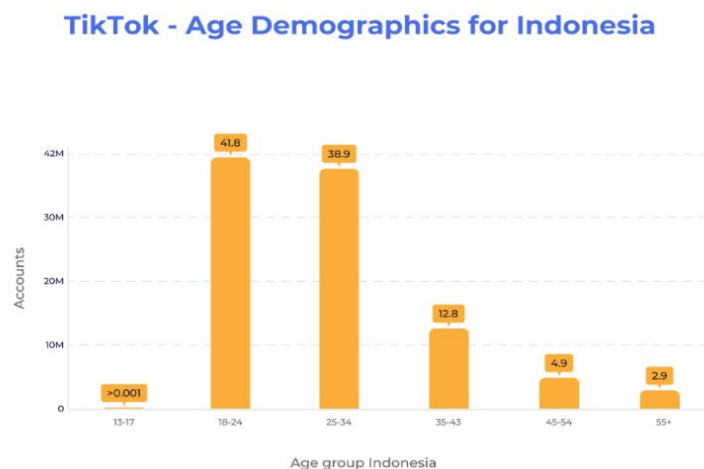
Perkembangan teknologi sejalan dengan adanya pertumbuhan masyarakat yang memerlukan perantara berupa alat untuk berinteraksi dengan orang lain, penemuan baru di dalam dunia komunikasi adalah media sosial (Mahendra, 2017). Media sosial adalah sesuatu yang mengacu pada kecanggihan zaman kebaruan yang menjadikan individu itu lebih mudah terhubung, berinteraksi, dan bertukar pesan, terdapat beberapa *platform* media sosial populer yang sering dipakai masyarakat seperti Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, dan Snapchat (Cahyani & Pangestuti, 2023). Menurut Howe (2024) TikTok merupakan aplikasi media sosial paling populer di Indonesia dalam hal waktu yang dihabiskan di *platform*, dengan pengguna menghabiskan rata-rata 38 jam 26 menit setiap bulan, sementara itu, YouTube, yang memiliki audiens iklan yang tinggi, berada di urutan kedua dengan pengguna menghabiskan 31 jam 28 menit setiap bulannya, WhatsApp dan Instagram menempati posisi ketiga dan keempat, dengan pengguna menghabiskan 26 jam 13 menit dan 16 jam 10 menit masing-masing.

Platform media sosial TikTok ini menawarkan berbagai fitur, termasuk film, lagu, stiker, dan lainnya, memungkinkan pengguna untuk bersaing dengan artis maupun individu biasa yang ingin mengunggah video hasil karya kreatif mereka (Rahma, 2023). Menurut data Statista (2024) terbaru, pada Juli 2024, TikTok memiliki hampir 157,6 juta pengguna di Indonesia, menjadikannya negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar, diikuti oleh Amerika Serikat dengan sekitar

120,5 juta pengguna dan Brasil dengan hampir 105,3 juta pengguna. Tingginya jumlah pengguna ini mencerminkan pengaruh besar media sosial dalam kehidupan sehari-hari, termasuk pada perilaku perbandingan sosial, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara intensif dan signifikan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk membandingkan diri dengan orang lain (Nadia dkk., 2023). Salah satu dampak yang paling sering ditemukan dari fenomena ini ialah pengaruh media sosial terhadap perbandingan sosial, terutama pada dewasa awal (Dinata & Pratama, 2022).

Dewasa awal merupakan masa transisi dari masa remaja ke dewasa, karena itu pada masa dewasa awal individu cenderung melakukan berbagai eksplorasi dan eksperimen terhadap identitas dirinya (Santrock, 2011). Berdasarkan data terbaru Socialinsider (2024) kelompok usia yang memiliki jumlah akun terbanyak di TikTok ialah 18-24 tahun, kelompok usia ini mencakup sebanyak 41,8 juta pengguna akun TikTok.

Gambar 1.1 Kelompok usia pengguna TikTok



Pada masa dewasa awal, individu biasanya banyak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dan terhubung dengan teman-temannya, pemakaian media sosial yang populer dikalangan dewasa awal, juga dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk mengeksplorasi dan menampilkan diri (Hasanati & Aviani, 2020).

Pada masa dewasa awal, individu cenderung memperhatikan perbandingan di media sosial, seperti TikTok, hal ini berarti mereka sering membandingkan kehidupan, pencapaian, atau berbagai aspek lainnya dengan orang lain, perbandingan sosial ini dapat menimbulkan perasaan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan yang merespons sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang masing-masing (Najla & Zulfiana, 2022). Suatu proses dimana individu membandingkan pendapat, kemampuan, hingga sifatnya dengan individu lain disebut *social comparison* (Buunk dkk., 2020).

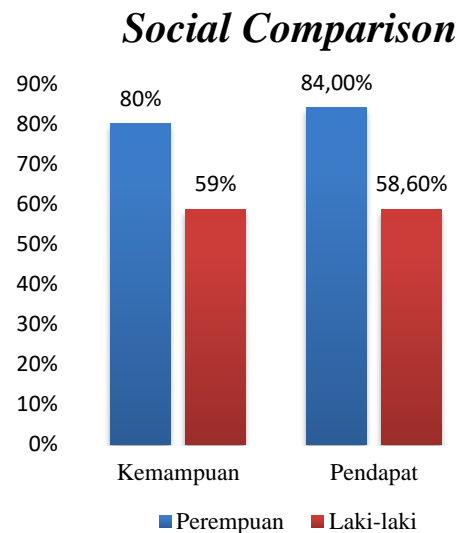
Menurut Schaefer & Thompson (2014) mengatakan bahwa *social comparison* adalah kecenderungan individu untuk mengevaluasi penampilan diri sendiri dibandingkan dengan individu lain. Sementara menurut Festinger (1954) menyatakan bahwa seseorang memiliki kecenderungan untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain dan memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan mereka melalui orang lain. Umumnya individu melakukan *social comparison* untuk mengevaluasi bagaimana *abilities* (kemampuan) dan *opinion* (pendapat) yang dimilikinya dibandingkan dengan orang lain yang jadi pembanding, menjadikan orang lain sebagai referensi perbandingan, individu perlu menilai kemampuan di dirinya dan menentukan apakah sikap dan perilakunya sudah baik (Rahmad

& Kirana, 2023).

Menurut Chae (2017) dampak negatif dari perbandingan sosial dengan *influencer* di media sosial meliputi meningkatnya rasa iri (*envy*), menurunnya harga diri, dan perasaan tidak puas terhadap kehidupan sendiri, perbandingan sosial dengan kehidupan “ideal” yang dipamerkan *influencer* sering kali membuat pengguna merasa inferior dan terjebak dalam standar yang tidak realistis, faktor seperti kesadaran diri publik yang tinggi dan harga diri rendah memperparah perilaku ini, yang juga dikaitkan dengan emosi negatif seperti kecemasan dan depresi. Seperti fenomena yang terjadi di lapangan, ketika individu dihadapkan pada bagaimana kehidupan orang lain, hal yang orang lain mampu lakukan dan tidak mampu lakukan, atau hal yang telah diraih dan gagal diraih oleh seseorang, individu akan menghubungkan informasi itu dengan dirinya sendiri, sehingga individu cenderung melakukan *social comparison* di media sosial, khususnya ketika melihat foto dan postingan orang lain (Lee, 2014). Individu biasanya membandingkan dirinya dengan orang lain yang memiliki kesamaan dengan dirinya, kesamaan tersebut bisa dilihat dalam beberapa faktor seperti usia, atribut fisik (tinggi atau berat badan), tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain (Nisar dkk., 2019).

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada tanggal 11 s/d 13 Oktober 2024 terhadap 30 dewasa awal di Kota Lhokseumawe.

Gambar 1.2 Permasalahan responden terkait *social comparison* berdasarkan hasil survei ditinjau dari jenis kelamin



Berdasarkan hasil survei awal di atas, dapat dilihat bahwa pada aspek kemampuan sebanyak 80% yang berjenis kelamin perempuan di Kota Lhokseumawe cenderung membandingkan pencapaian dirinya dalam lingkup prestasi, pendidikan, dan *public speaking* dengan orang lain, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki di Kota Lhokseumawe sebanyak 59% cenderung membandingkan pencapaiannya dengan orang lain dalam lingkup karir, ibadah, finansial, dan kesuksesan berbisnis. Pada aspek pendapat sebanyak 84% perempuan di Kota Lhokseumawe cenderung membandingkan opini dan perasaan mereka tentang pernikahan, standar kecantikan, bentuk tubuh, dan gaya berpakaian, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki di Kota Lhokseumawe sebanyak 58,6% cenderung membandingkan opini dan perasaan mereka terkait politik, personal branding, dan percintaan. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan dalam membandingkan diri dan mengevaluasi kemampuan yang dimiliki pada perempuan

dan laki-laki dewasa awal di Kota Lhokseumawe.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sudjarwo dkk. (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa cenderung melakukan *social comparison* pada kategori tinggi dalam hal *lifestyle*, kekayaan, pencapaian diri, dan *outfit*. Lalu didukung juga dari penelitian yang dilakukan oleh Sam dkk. (2024), menemukan bahwa perempuan lebih sering membandingkan diri mereka berdasarkan kedua aspek, yaitu pendapat dan kemampuan, dibandingkan dengan laki-laki.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perbedaan *Social Comparison* Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial TikTok Ditinjau Dari Jenis Kelamin” untuk menemukan adakah perbedaan *social comparison* pada laki-laki ataupun perempuan dewasa awal yang menggunakan media sosial TikTok di Kota Lhokseumawe.

1.2. Keaslian Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan Dinata dan Pratama (2022) yang berjudul “Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Image* Dewasa awal Pengguna Media Sosial TikTok” memakai metode penelitian pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasi. Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan rumus *Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikan sebesar 0.200 ($p > 0.05$) yang memiliki arti bahwa data penelitian berdistribusi normal. Selanjutnya berdasarkan hasil pengolahan data, nilai linearitas *social comparison* dan *body image* sebesar $F = 6.738$ dengan $p = 0,010 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa linearitas dalam penelitian ini terpenuhi. Setelah dilakukan uji normalitas dan linieritas, maka kemudian dilakukan uji korelasi. Berdasarkan hasil analisis statistik yang diperoleh

data besarnya koefisien korelasi antara kedua variabel adalah $r = 0,167$ dengan $p = 0,017$ ($p < 0,05$). Hasil yang didapat menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara variabel *social comparison* dengan *body image*, sehingga hipotesis diterima. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, dan desain penelitian. Pada penelitian sebelumnya lokasi penelitian berada di Kota Padang, dan desain penelitian yang digunakan korelasi. Sedangkan pada penelitian ini berada di Kota Lhokseumawe, dan menggunakan desain penelitian komparatif.

Pada penelitian yang dilakukan Sudjarwo dkk. (2024) yang berjudul “Gambaran *Social comparison* Pengguna Fitur *Instastory* pada Aplikasi Instagram di Kalangan Mahasiswa” memakai metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa uji validitas skala *social comparison* menunjukkan nilai R koefisien korelasi (r_{xy}) valid dari r hitung $\geq r$ tabel berkisar antara 0.300 sampai dengan 0.717 dan nilai Sig. (*2-tailed*) 0.001 yang berada pada taraf kesalahan 5%. Kemudian dilakukan uji realibilitas dan diperoleh nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0.793 artinya skala INCOM (*Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale*) dikatakan reliabel dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$, sehingga alat ukur dapat digunakan untuk dilakukannya penelitian. Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa hasil yang didapat *asym. Sig (2 tailed)* sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa data pada skala *social comparison* dinyatakan tidak berdistribusi normal sehingga dapat diartikan bahwa data dalam penelitian ini tidak tersebar secara merata dan hanya berlaku pada populasi penelitian ini serta tidak dapat digunakan untuk populasi

lainnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, media sosial yang diteliti, dan desain penelitian. Pada penelitian sebelumnya lokasi penelitian berada di Kabupaten Jember, memakai media sosial Instagram, dan desain penelitian yang digunakan analisis deskriptif. Sedangkan pada penelitian ini berada di Kota Lhokseumawe, menggunakan media sosial TikTok, dan menggunakan desain penelitian komparatif.

Pada penelitian yang dilakukan Lubis & Indrawati (2023) yang berjudul “*Social comparison dan Body Dissatisfaction dengan Kesejahteraan Psikologis pada Remaja*” memakai metode penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis data penelitian pada hipotesis dengan menggunakan korelasi *multivariate* antara variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction* dengan kesejahteraan psikologis remaja pengguna Instagram di SMAN 93 Jakarta diperoleh nilai $R=0,546$. $R\ square=0,298$ dan $p=0,000$ serta $p < 0,05$. Uji normalitas pada variabel *social comparison* menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $p=0,200$ ($p>0,05$), yang mengindikasikan bahwa data *social comparison* berdistribusi secara normal. Variabel *body dissatisfaction* juga menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $p=0.120$ ($p>0,05$), sehingga data *body dissatisfaction* memiliki distribusi yang normal. Variabel psikologis kesejahteraan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $p=0.200$ ($p>0,05$), yang menandakan bahwa data kesejahteraan psikologis berdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil kategorisasi, *social comparison* berada pada taraf sedang dengan mean sebesar 59,77. *Body dissatisfaction* dengan mean sebesar 54,07 berada pada taraf sedang dan kesejahteraan psikologis dengan mean sebesar 88,24 berada pada taraf yang sedang. Perbedaan penelitian ini dengan

penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, subjek penelitian, dan desain penelitian. Pada penelitian sebelumnya lokasi penelitian berada di SMA 93 Jakarta, subjek yang diteliti remaja, dan desain penelitian yang digunakan analisis korelasi. Sedangkan pada penelitian ini berada di Kota Lhokseumawe, subjek penelitian dewasa awal, dan menggunakan desain penelitian komparatif.

Pada penelitian yang dilakukan Cahyani & Pangestuti (2023) yang berjudul “*Fear of missing out (FoMO)* dengan *Social Comparison* pada Mahasiswa Pengguna Instagram” memakai metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Pada penelitian ini menunjukkan uji normalitas pada variabel FoMO diperoleh *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.084 dengan signifikansi 0.000($p < 0,05$), kemudian hasil uji normalitas pada variabel *social comparison* diperoleh *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,086 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal. Untuk hasil uji linearitas diperoleh nilai *sig. Deviation from linearity* sebesar $0,096 > 0,05$ dan nilai *sig. Linearity* $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linear antara FoMo dengan *social comparison*. Untuk perhitungan uji hipotesis diperoleh hasil sebesar $r = 0,654$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini berarti terdapat hubungan positif antara FoMo dengan *social comparison*. Semakin tinggi FoMo semakin tinggi pula *social comparison* dan sebaliknya semakin rendah FoMo semakin rendah pula *social comparison* pada mahasiswa pengguna Instagram. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, subjek penelitian, desain penelitian, dan media sosial yang diteliti. Pada penelitian sebelumnya lokasi penelitian berada di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said

Surakarta, subjek yang diteliti mahasiswa, desain penelitian yang digunakan analisis korelasi, dan memakai media sosial Instagram. Sedangkan pada penelitian ini berada di Kota Lhokseumawe, subjek penelitian ini dewasa awal, menggunakan desain penelitian komparatif, dan menggunakan media sosial TikTok.

Pada penelitian yang dilakukan Rahmadiansyah dkk. (2021) yang berjudul “*Social Comparison and Body Image in Teenage Boys and Gilrs Users of the TikTok App*” memakai metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Hasil uji-t pada variabel citra tubuh menunjukkan koefisien t sebesar 1,314 dan nilai probabilitas sebesar 0,690 ($> 0,05$). Hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel perbandingan sosial dengan citra tubuh menghasilkan nilai r sebesar 0.284 dan nilai probabilitas sebesar 0.025 (< 0.05). Hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel perbandingan sosial dengan citra tubuh pada remaja laki-laki menghasilkan nilai r sebesar 0,657 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel perbandingan sosial dengan citra tubuh pada remaja putri, diperoleh nilai r sebesar -0,143 dan nilai probabilitas sebesar 0,444 ($> 0,05$). Kesimpulannya ialah remaja laki-laki lebih sering melakukan perbandingan sosial di TikTok dibandingkan perempuan. Pada laki-laki, perbandingan sosial berhubungan positif dengan citra tubuh, sedangkan pada perempuan tidak ditemukan hubungan yang signifikan. Citra tubuh pada kedua gender berada pada tingkat yang sama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian, dan desain penelitian. Pada penelitian sebelumnya subjek yang diteliti remaja, dan desain penelitian yang digunakan analisis korelasi.

Sedangkan penelitian ini subjek yang akan diteliti dewasa awal yang berada di Kota Lhokseumawe, dan menggunakan desain penelitian komparatif.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini adakah perbedaan *social comparison* pada dewasa awal pengguna media sosial TikTok ditinjau dari jenis kelamin?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk melihat perbedaan *social comparison* pada dewasa awal pengguna media sosial TikTok ditinjau dari jenis kelamin.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, serta memperkaya informasi bagi pengembangan ilmu psikologi khususnya psikologi sosial, psikologi perkembangan yang berkaitan dengan *social comparison*.

1.5.2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pengguna media sosial terkhusus media sosial TikTok, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengguna media

sosial TikTok dalam memilah informasi dan tidak menjadikan media sosial khususnya TikTok sebagai acuan dalam membandingkan diri sendiri.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan referensi dalam penelitian yang sama di penelitian selanjutnya serta dapat menjadi acuan dalam meneliti mengenai *social comparison* dari segi variabel, metode penelitian dan juga subjek penelitian yang akan digunakan.