HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DENGAN KEPECAYAAN DIRI REMAJA PEREMPUAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Wahyunda Rizki Oktapriandini[1], IGAA Noviekayati[2], Aliffia Ananta[3]

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Remaja merupakan usia dimana mengalami banyak perubahan yang sangat cepat dan cenderung memiliki emosi yang tidak stabil. Perubahan yang dialami oleh remaja yaitu salah satunya adalah perubahan fisik. Dari perubahan fisik itulah yang menyebabkan remaja melakukan perbandingan sosial dengan teman sebaya bahkan dengan idola yang disenangi dan bisa memengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki. Perbandingan sosial ini bisa melalui media sosial yang saat ini sudah tidak asing lagi yaitu Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial Instagram. Subyek pada penelitian ini adalah remaja perempuan berusia 15 – 18 tahun yang menggunakan Instagram dan berjumlah 97 orang. Teknik pengambilan sampling ini adalah teknik *sampling purpose* dengan desain penelitian kuantitatif. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji korelasi product moment dan mendapatkan nilai sebesar - 0,076 dengan signifikasi sebesar 0,458 (P > 0,01) terbukti tidak terdapat korelasi antara *social comparison* (X) dengan kepercayaan diri (Y). Artinya hipotesis yang berbunyi adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media social Instagram **ditolak**. Dan hipotesis yang berbunyi tidak ada hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial Instagram **diterima**.
Kata Kunci : *Social Comparison*, Kepercayaan Diri, Remaja

Abstract

Teenagers are an age where they experience many changes very quickly and tend to have unstable emotions. One of the changes experienced by adolescents is physical changes. From the physical changes that cause teenagers to make social comparisons with peers even with idols they like and can affect their self-confidence. This social comparison can be through social media which is now familiar, namely Instagram. The purpose of this study was to determine the relationship between social comparison and the self-confidence of teenagers girls using Instagram social media. The subjects in this study were teenager girls aged 15-18 years who used Instagram and amounted to 97 people. This sampling technique is a purposive sampling technique with a quantitative research design. Testing this hypothesis uses the product moment correlation test and gets a value of -0.076 with a significance of 0.458 (P > 0.01) it is proven that there is no correlation between social comparison (X) and self-confidence (Y). This means that the hypothesis which reads that there is a relationship between social comparison and the self-confidence of adolescent girls using Instagram social media is rejected. And the hypothesis which reads that there is no relationship between social comparison and the self-confidence of adolescent girls using Instagram social media is accepted.
***Keyword** : social comparison, self-confidence, teenager*

[1]email : wahyundarizki@gmail.com

Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Pendahuluan

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih dan memunculkan media sosial yang sudah banyak digunakan banyak orang. Munculnya media sosial ini dapat memudahkan masyarakat dalam beraktivitas seperti berkomunikasi, berinteraksi, bersosialisasi, mendapatkan berita, dan lain lain. Menurut Laughey 2007; McQuail, 2003 menyatakan media sosial terdiri dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. “Media” memiliki arti sebagai alat komunikasi dan “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial jika individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Maka dari itu media sosial merupakan alat komunikasi, berinteraksi dengan banyak orang tanpa terkendala waktu dan juga tempat. Media sosial memiliki banyak sekali macamnya, seperti WhatsApp, Telegram, TikTok ataupun Instagram. Dari banyaknya media sosial yang bermunculan saat ini dan banyak digunakan oleh masyarakat terutama remaja, instagram salah satunya. Instagram merupakan media sosial yang bisa digunakan untuk berfoto, membuat video, saling mengirim pesan melalui Direct Message, memberikan komentar terhadap postingan dan juga melakukan *live* instagram. Instagram berasal dari dua kata, yaitu "insta" yang berasal dari kata "instan" yaitu kamera polaroid zaman dahulu atau dikenal sebagai "foto instan", lalu kata "gram" berasal dari kata "telegram" yaitu mengirimkan sebuah informasi kepada siapa saja dengan cepat. Dengan ini disebut sebagai "Instagram" yang saat ini dikenal oleh banyak orang. Selain itu instagram bisa disingkat sebagai IG atau Insta. (Nurfitri, 2017)

Riset dilakukan pada Januari 2022 dan didapatkan data portal menunjukkan jika pengguna Instagram di Indonesia mencapai 191,4 jutan dengan ini menunjukkan adanya kenaikan sekitar 21 juta atau 12,9% dari tahun sebelumnya yaitu 2021. Bahkan pada laporan Digital 2022: Indonesia, DataReportal menyatakan jika angka ini setara dengan 68,9% dari total populasi Indonesia dengan perbandingan jumlah penduduk di Indonesia yang saat ini mencapai 277,7 juta. Menururt DataReportal menyusun media sosial yang populer digunakan masyarakat Indonesia.Instagram dengan 99,15 juta atau 35,7% dari populasi Indonesia dan didominasi oleh perempuan yaitu 52,3% dan laki laki yaitu 47,7%. Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022 (suara.com)

Karena instagram bisa membagikan berbagai kegiatan yang dilakukan setiap individu maka menjadikan instagram sebagai tempat individu untuk menunjukkan dirinya serta dapat dilihat banyak orang. Dengan individu menunjukkan dirinya ini memengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki. Karena setiap individu memiliki kepercayaan diri yang berbeda beda. Apalagi pengguna instagram banyak 2 digunakan oleh perempuan dan itu juga memengaruhi kepercayaan diri setiap individu ketika menggunakan media sosial tersebut. Seperti tingkat kepercayaan diri yang dimilliki oleh laki laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Karena perempuan memerhatikan bentuk fisik yang dimiliki dibandingkan dengan kemampuannya. Hal ini terjadi karena perempuan merasa penampilan fisik yang menarik bisa meningkatkan rasa percaya diri. Oleh karena itu perempuan yang merasa tidak memiliki penampilan yang menarik akan muncul perasaan tidak percaya diri, tidak yakin dengan kemampuan yang dimiliki bahkan merasa tidak puas dengan keadaan yang dimiliki. Padahal kepercayaan diri adalah perasaan positif dari individu yang berasal dari diri sendiri yaitu berupa sifat optimis, menerima kemampuan yang dimiliki, menerima kekurangan dan kelebihan yang ada pada diri, percaya dengan diri sendiri dan merasa puas dengan diri sendiri. (Putri & Adawiyah, 2020). Menurut Lauster 1978 menjelaskan kepercayaan diri adalah sikap, perasaan yakin pada kemampuan yang dimiliki diri sendiri sehingga orang lain tidak merasa cemas dengan tindakan yang dilakukan oleh diri sendiri.

Menurut Lauster 1978 menjelaskan kepercayaan diri adalah sikap, perasaan yakin pada kemampuan yang dimiliki diri sendiri sehingga orang lain tidak merasa cemas dengan tindakan yang dilakukan oleh diri sendiri. Artinya individu merasa bebas, tidak merasa khawatir untuk melakukan kegiatan yang disenangi. Selain itu individu bisa bertanggung jawab setiap perbuatan yang dilakukan, memiliki sikap mudah bergaul, sopan saat berinteraksi dengan orang lain dan memiliki keinginan untuk berprestasi. Kemampuan percaya diri terbentuk karena proses belajar merespon berbagai rangsangan dari luar melalui interaksi dengan lingkungan.(Amri, 2018)

Selanjutnya menurut Warren (2010) kepercayaan diri ialah keyakinan diri sendiri tentang kemampuan pada diri untuk bisa menghadapi masalah yang ada. Ini artinya individu merasa yakin pada diri sendiri jika dapat menangani masalah yang ada dengan tenang tanpa takut dan percaya kalau masalah dapat terselesaikan dengan baik. Selain itu individu memiliki sikap tenang walaupun berada di keadaan yang sulit, bisa mengembangkan sikap positif tanpa mengawatirkan berbagai situasi dan kondisi (Ardiyana et al., 2019). Menurut Wood, Heimpel, Michela menyatakan jika individu yang memiliki rasa kepercayaan diri tinggi akan mudah dalam berinteraksi sosial, tidak mengalami kesulitan saat menjalin pertemanan dengan orang lain, mudah beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan maupun orang baru. Karena individu yang memiliki percaya diri tinggi cenderung yakin dengan diri sendiri jika bisa berinteraksi dengan mudah. (Annisa et al., 2020)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukanpada remaja berusia 15 – 18 tahun, yaitu ditemukannya jika membandingkan diri dengan orang lain bisa memengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki. Karena pada usia ini remaja sudah memasuki tahap remaja akhir. Remaja akhir cenderung memiliki kondisi emosi yang labil karena banyak mengalami perubahan secara cepat. Selain itu faktor lingkungan sekitar bisa memengaruhi kepercayaan diri individu. Dan mengakibatkan remaja mengalami perasaan tidak percaya diri, malu bertemu dengan orang lain, terlalu banyak berpikir, takut mengalami kegagalan, merasa tidak cantik, merasa tidak menarik bahkan tidak yakin dengan kemampuan yang dimiliki. Perasaan ini muncul karena individu melihat individu lain yang dianggap lebih baik darinya dan melakukan perbandingan sosial.

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Syachfira & Nawaningsih (2020) tentang social comparison dengan self esteem pada dewasa awal pengguna instagram di Bukittinggi menyatakan jika social comparison yang telah dilakukan oleh dewasa awal berada pada kategori yang sedang bahkan rendah dan self esteem pada dewasa awal berada pada kategori tinggi dan sedang. Selain itu pada hasil korelasi antar variabelnya didapatkan hasil jika social comparison memiliki hubungan negatif dengan self esteem dewasa awal. Artinya semakin tinggi social comparison yang dilakukan oleh dewasa awal maka akan semakin rendah self esteem dan sebaliknya jika semakin rendah social comparison yang dilakukan maka semakin tinggi self esteem yang dimiliki. Kegiatan membandingkan diri dengan orang lain ini disebut sebagai social comparison.

Jones (2001) menyatakan jika social comparisonyang dilakukan akan mengakibatkan perempuan semakin tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki. Teman sebaya merupakan target yang biasanya digunakan remaja untuk melakukan social comparison. Ini dilakukan bagi perempuan karena untuk menilai, mengevaluasi diri sendiri yang berhubungan penampilan. (Sari & Suarya, 2018). Festinger (dalam Myers & Crowther, 2009) menjelaskan tentang teori perbandingan sosial, menyebutkan jika individu memiliki dorongan untuk menentukan kemajuan dan kedudukan mereka dalam kehidupan.

Akibat dari dorongan untuk menentukan kemajuan ini, orang cenderung mencari standar yang bisa mereka jadikan sebagai objek pembanding. Selain itu teori ini dibagi menjadi dua jenis perbandingan sosial, yaitu perbandingan sosial ke atas (upward comparison) dan perbandingan sosial ke bawah (downward comparison).Perbandingan keatas (upward comparison) dilakukan individu dengan membandingkan diri dengan individu yang dinilai lebih baik dari dirinya. Sebaliknya, perbandingan sosial kebawah (downward comparison) dilakukan saat individu membandingkan diri dengan seseorang yang dinilai tidak lebih baik dari dirinya. (Alifa & Rizal, 2020)

Berdasarkan latar belakang permasalahan, bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dari anak anak menuju dewasa. Saat ini remaja terutama remaja perempuan aktif menggunakan instagram sebagai sarana hiburan dalam menggunakan media sosial. Ketika menggunakan instagram yang berlebihan akan memengaruhi kepercayaan diri karena secara tidak langsung remaja melakukan perbandingan sosial. Remaja perempuan akan membandingkan dirinya seperti pada bentuk fisik, prestasi atau bentuk wajah. Oleh karena itu penelitian ini hendak dilakukan, karena untuk membuktikan apakah terdapat hubungan perbandingan sosial terhadap kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram.

Metode Peneltian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan desain pelatihan korelasi. Menurut Arikunto (2019) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Margono (2004) menyebutkan populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan remaja putri menengah atas. Untuk mengambil partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data yaitu sampling purpose. Menurut Arikunto (2006) *sampling purpose* merupakan teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Seperti yang telah dijelaskan sampel merupakan sebagian dari populasi yang hendak diteliti. Maka sampel yang digunakan memiliki karakteristik :

a) Remaja Perempuan
b) Usia 15 tahun – 18 tahun
c) Pengguna media sosial instagram
d) Berjumlah 97 partisipan

Pada penelitian menggunakan skala likert yang disebarkan melalui *goggle form* dengan menggunakan skala *social comparison* (X) dan skala kepercayaan diri (Y). Sugiyono (2006) menyatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi inidvidu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang menjadi objek penelitian. Bentuk skala likerti ini terdiri dari lima pilihan, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala ini nantinya akan dibagi menjadi dua yaitu *favourable* (+) dengan nilai 4-1 dan *unfavourable* (-) dengan nilai 1-4.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang dilakukan pada tanggal 01 Juli 2022 hingga 06 Juli 2022 dengan menggunakan skala likert yang disebarkan melalui goggle form dengan 97 partisipan remaja putri menengah atas berusia 15 – 18 tahun dan pengguna instagram. Hasil dari persebaran yang sudah dilakukan sebanyak 50 responden berusia 17 tahun merupakan pengisi kuisioner terbanyak.

Uji kategori dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan diri dan *social comparison* pada remaja putri pengguna Instagram. Analisis ini terdiri dari 5 tingkatan, yaitu : sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Uji ini dilakukan dengan bantuan bantuan *Statistic Packafe for Social Science for Windows (SPSS) versi 16.0*. Pada skala kepercayaan diri menghasilkan tingkat kepercayaan diri remaja putri pengguna Instagram berada pada kategori tinggi sebesar 62,9% dengan jumlah 61 responden. Sedangkan untuk uji hasil kategori *social comparison* remaja putri pengguna Instagram berada di kategori tinggi yaitu 52,6% dengan jumlah 52 responden.

Kemudian untuk uji prasyarat yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan uji normalitas dan juga linearitas dengan menggunakan bantuan *Statistic Packafe for Social Science for Windows (SPSS) versi 16.0*. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah persebaran data yang telah dilakukan normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorv Smirnov* dengan *Statistic Packafe for Social Science for Windows (SPSS) versi 16.0* diperoleh siginifikasi 0,23 dan berhasil menunjukkan jika persebaran data berdistribusi normal karena p> 0,05. Bisa disimpulkan jika hasil uji normalitas pada sebaran data *social comparison* dan kepercayaan diri berdistribusi normal, karena kedua sebaran data menunjukkan hasil yang signifikan p> 0,05. Sedangkan untuk hasil uji liniearitas hubungan antara *social comparison* dan kepercayaan diri menggunakan *compare means* dengan bantuan *Statistic Packafe for Social Science for Windows (SPSS) versi 16.0* diperoleh skor *siginifakasi deviation from linearity* sebesar 0,174 (p> 0,05). Ini menunjukkan adanya hubungan yang linear antara variabel *social comparison* dan kepercayaan diri.

Social Comparison adalah proses individu membandingkan kemampuan, pendapat, sifat dengan orang lain (Buunk & Vugt, 2013). Kemudian Festinger (1954) menyatakan ini terjadi karena individu punya dorongan bawaan untuk mengevaluasi diri serta mengevaluasi diri dengan membandingkan dengan orang lain. Menurut Schaefer & Thompson (2014) menjelaskan *social comparison* atau perbandingan sosial ini adalah perilaku membandingkan diri terutama pada penampilan dan berfungsi untuk mengevaluasi diri sendiri.(Samantha & Almalik, 2019)

Schaefer & Thompson (2014) menyatakan jika teori perbandingan sosial yang dimiliki Festinger telah diperluas dengan membahas pribadi individu seperti *physical appearance*. Selain itu menurut McKEE, et all (2016) menyatakan *physical appearance comparison* menggunakan objek perbandingannya seperti aktor, model ataupun atlet yang sudah jelas berbeda dengan individu. Ketika individu sering melakan perbandingan sosial terutama pada penampilan fisik maka timbul perasaan tidak nyaman pada diri sendiri, muncul perasaan tidak percaya diri. (Prameswari, 2020)

Uji korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dan menghasilkan rxy = - 0,076 dengan p = 0,458. Oleh karena p > 0,01 maka hasil tersebut tidak signifikan Maknanya : Tidak terdapat korelasi antara *social comparison* (X) dengan kepercayaan diri (Y).

Artinya hipotesis yang berbunyi adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram **ditolak**. Serta hipotesis yang berbunyi tidak adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram **diterima**.

Kepercayaan diri menurut Lauster (1978) adalah sikap, perasaan yakin pada kemampuan yang dimiliki sehingga orang lain atau orang yang bersangkutan tidak memiliki perasaan cemas dalam tindakan yang dilakukan. Artinya individu tidak perlu khawatir untuk melakukan kegiatan yang disenangi. Selain itu individu bisa bertanggung jawab dalam perbuatan, memiliki sikap mudah bersosialisasi dan memiliki keinginan untuk berprestasi atau berkembang. (Amri, 2018)

Rasa percaya diri ini tidak langsung muncul atau langsung ada ketika individu dilahirkan, namun rasa percaya diri itu muncul melalui adanya interaksi sosial. Interaksi sosial dapat dilakukan bersama orang tua, keluarga, teman atau dengan lingkungan sekitar dan dilakukan secara berulang dan terus menerus setiap hari. Karena melalui pendekatan interaksi sosial ini rasa percaya diri bisa muncul. Senada dengan penjelasan dari Hakim (2000) yang menyatakan jika rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri individu namun terdapat sebuah proses didalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri. (Amri, 2018)

Rasa percaya diri tidak langsung muncul atau langsung ada ketika individu dilahirkan, tapi rasa percaya diri muncul melalui interaksi sosial. Interaksi sosial dilakukan bersama orang tua, keluarga, teman atau dengan lingkungan sekitar dan dilakuan secara berulang serta terus menerus setiap hari. Karena melalui pendekatan interaksi sosial ini rasa percaya diri bisa muncul. Senada dengan penjelasan dari Hakim (2000) yang menyatakan jika rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri individu namun terdapat sebuah proses didalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri.(Amri, 2018)

Menurut Flyn (2003), individu ketika mengevaluasi dirinya dengan melakukan perbandingan sosial akan menghasilkan hasil evaluasi yang positif dan juga negatif. Dalam hasil uji hipotesis ini dinyatakan jika hasil social comparison dan kepercayaan diri yang dilakukan remaja perempuan pengguna media sosial instagram menghasilkan tidak adanya korelasi. Ini artinya social comparison tidak memengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri. Ini karena individu memiliki perasaan yakin dengan dirinya, paham dengan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, memiliki semangat untuk berubah lebih baik, merasa optimis dengan diri, mudah beradaptasi dengan lingkungan sekitar.

Seperti menurut Mardatillah (2010) pada (Amri, 2018) individu yang memiliki kepercayaan diri memiliki ciri-ciri, yaitu : a. Mampu mengenal dengan baik kekurangan dan kelebihan serta dapat mengembangkan potensi yang dimiliki, b. Membuat standart atas pencapaian dalam hidupnya, c. Memberikan penghargaan ketika berhasil dan bekerja lagi saat belum tercapai, d. Tidak menyalahkan orang lain atas kekalahan atau kegagalan yang dialami serta lebih banyak intropeksi pada diri sendiri, e. Mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa, serta rasa ketidakmampuan yang datang, f. Bisa mengatasi rasa cemas dalam diri, g. Bersikap tenang dalam menjalankan dan menghadapi segala sesuatu, h. Tetap berpikir positif dan i. Bisa tetap maju ke depan tanpa harus melihat kebelakang lagi.

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji korelasi *product moment*. Dengan teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *sampling purpose*, yaitu dengan adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Dalam pertimbangan ini yang diambil adalah remaja perempuan usia 15 – 18 tahun dan menggunakan instagram. Hipotesis yang diajukan di penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram. Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan diperoleh hasil sebesar – 0,076 dengan signifikasi sebesar 0,458 (P > 0,01) terbukti jika tidak terdapat korelasi antara *social comparison* (X) dengan kepercayaan diri (Y) remaja perempuan pengguna media sosial instagram. Artinya hipotesis yang berbunyi adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram **ditolak**. Serta hipotesis yang berbunyi tidak adanya hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri remaja perempuan pengguna media sosial instagram **diterima**.

Daftar Pustaka

Alifa, A. N., & Rizal, G. L. (2020). Hubungan Social Comparison Dan Body Dissatisfaction Pada Wanita Yang Memiliki Kelebihan Berat Badan (Overweight). *Proyeksi*, *15*(2), 110. https://doi.org/10.30659/jp.15.2.110-119

Amalia, R. R. (2018). Social Comparison dan Body Dissatisfaction. *Humanitas*.

Amri, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Berbasis Ekstrakurikuler Pramuka Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, *3*(2), 156–168.

Anjatan, N., & Indramayu, K. (2021). *Kemanjuran teknik acceptance comitmment counseling (act) untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa kelas x di sma negeri 1 anjatan kabupaten indramayu*. 1402–1417.

Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, *12*(1), 86–109.

Antara, H., Diri, H., & Simanjuntak, R. E. (2021). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram Siswa Kelas XI SMA Budi Murni 2 Medan*.

Ardiyana, R. D., Akbar, Z., & Karnadi, K. (2019). Pengaruh Keterlibatan Orang Tua dan Motivasi Intrinsik dengan Kepercayaan Diri Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *3*(2), 494. https://doi.org/10.31004/obsesi.v3i2.253

Eliza, M. (2019). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Dalam Menghadapi Sidang Skripsi*. iii–60.

Hastuti, F. A. (2018). *Pengaruh social comparison dan self esteem terhadap body dissatisfaction pada mahasiswi UIN maulana malik ibrahim malang*.

Ifdil Ifdil, Amandha Unzilla Denich, A. I. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, *2*(3), 107–113.

Maurilla, T., & Suarya, L. M. S. (2020). Peran Intensitas Komunikasi di Instagram dan Perbandingan Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh pada Perempuan Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, *2*, 109–119.

Nurfitri, A. D. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. *25*(1), 36–44. https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759

Prameswari, R. T. (2020). Pengaruh perbandingan sosial terhadap ketidakpuasan tubuh pada remaja akhir perempuan (studi tentang physical appearance). *Cognicia*, *8*(1), 90–101. https://doi.org/10.22219/cognicia.v8i1.11747

Putri, D., & Adawiyah, R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. *14*(2), 135–148.

Rahmadiyanti, A., Munthe, R. A., & Aiyuda, N. (2020). Social Comparison Dengan Ketidakpuasan Bentuk Tubuh Pada Remaja Perempuan. *Psikobuletin:Buletin Ilmiah Psikologi*, *1*(1), 11. https://doi.org/10.24014/pib.v1i1.8317

Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Pengaruh Social Comparison Terhadap Body Image Pada Wanita Di Hormony Fitness Center Sumbawa Besar. *Tjyybjb.Ac.Cn*, *3*(2), 58–66. http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987

Sari, I. A. W. P., & Suarya, L. M. S. (2018). Hubungan Antara Social Comparison Dan Harga Diri Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja Perempuan Ida Ayu Wika Permata Sari dan Luh Made Karisma Sukmayanti Suarya. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, *5*(2), 265–277.

Sayekti, S., & Suroso, S. (2015). Perbedaan Motivasi Belajar dan Kepercayaan Diri Antara Siswa Low Class dengan Siswa Potential Class. *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, *3*(03). https://doi.org/10.30996/persona.v3i03.418

Syachfira, N., & Nawangsih, E. (2020). Hubungan Social Comparison dan Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Prosiding Psikologi*, *6*(2), 554–559. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/psikologi/article/view/23136

Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan Kepercayaan Diri Siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, *2*(2), 2–6. https://doi.org/10.29210/3003205000

Winata, C., & Andangsari, E. W. (2017). Dispositional Gratitude and Social Comparison Orientation among Social Media Users. *Humaniora*, *8*(3), 229. https://doi.org/10.21512/humaniora.v8i3.3620