



Hubungan *Social Comparison* di Instagram dengan *Self Esteem* Mahasiswa Penerima Beasiswa Prestasi di Universitas Jambi

Nuraini^{1*}, Marlita Andhika Rahman², Ayu Ulivia³, Annisa Andriani⁴

¹⁻⁴ Program Studi Psikologi, Universitas Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: Nuraini7491@gmail.com

Abstract. *The massive use of Instagram among university students has given rise to the phenomenon of social comparison, namely the tendency of individuals to compare themselves with the achievements of others displayed on social media. This phenomenon has the potential to affect self esteem, including among student recipients of academic achievement scholarships who face particular academic and social demands. This study aims to identify the relationship between social comparison on Instagram and self esteem among scholarship-recipient students at Universitas Jambi. This study employed a quantitative correlational approach with a cross-sectional design. The research sample consisted of 64 active academic achievement scholarship recipients at Universitas Jambi, selected through purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires using the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) to measure social comparison and the Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI) to measure self esteem. Data were analyzed using Pearson Product Moment correlation technique with the assistance of SPSS version 22. The results showed that the level of social comparison among scholarship-recipient students was in the moderate category (60.9%), and likewise the level of self esteem was also in the moderate category (73.4%). Hypothesis testing results showed a significant negative relationship between social comparison and self esteem ($r = -0.386$; $p = 0.002$; $p < 0.05$), thus the alternative hypothesis (H_1) was accepted. This negative relationship indicates that the higher the level of social comparison conducted by students, the lower their level of self esteem, and vice versa. This study concludes that self-regulation of social media use intensity and self-comparison habits is an important factor for academic achievement scholarship recipients in maintaining healthy and stable self esteem.*

Keywords: *Academic Achievement Scholarship; Instagram; Self Esteem; Social Comparison; University Students.*

Abstrak. Penggunaan Instagram yang masif di kalangan mahasiswa memunculkan fenomena *social comparison*, yaitu kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan pencapaian orang lain yang ditampilkan di media sosial. Fenomena ini berpotensi memengaruhi *self esteem* (harga diri), termasuk pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi yang memiliki tuntutan akademik dan sosial tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara *social comparison* di Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan desain *cross-sectional*. Sampel penelitian berjumlah 64 mahasiswa penerima beasiswa prestasi aktif di Universitas Jambi yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur *social comparison* dan skala *Coopersmith Self Esteem Inventory* (CSEI) untuk mengukur *self esteem*. Data dianalisis menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *social comparison* mahasiswa penerima beasiswa prestasi berada pada kategori sedang (60,9%), demikian pula tingkat *self esteem* yang juga berada pada kategori sedang (73,4%). Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *social comparison* dengan *self esteem* ($r = -0,386$; $p = 0,002$; $p < 0,05$), sehingga hipotesis alternatif (H_1) diterima. Arah hubungan negatif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison* yang dilakukan mahasiswa, semakin rendah tingkat *self esteem* yang dimilikinya, dan sebaliknya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengendalian diri terhadap intensitas penggunaan media sosial dan kebiasaan membandingkan diri menjadi faktor penting bagi mahasiswa penerima beasiswa prestasi dalam mempertahankan harga diri yang sehat dan stabil.

Kata kunci: Beasiswa Prestasi; Instagram; Mahasiswa; *Self Esteem*; *Social Comparison*.

1. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, Instagram telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer, terutama di kalangan generasi muda. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia, di mana kelompok usia 18–24 tahun mendominasi dengan proporsi sekitar 29,8–30,8% dari total pengguna (GoodStats, 2023; NapoleonCat, dalam Statista, 2022). Lebih dari itu, Indonesia berada di posisi kesembilan dunia dalam durasi penggunaan Instagram, yakni rata-rata 188 menit per hari (GoodStats, 2025). Tingginya intensitas penggunaan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Indonesia terpapar secara masif oleh beragam konten di Instagram, termasuk konten yang mendorong terjadinya perbandingan sosial.

Fenomena ini relevan dengan *Social Comparison Theory* yang dikemukakan oleh Festinger (1954, dalam Annisa dan Hatta, 2022), yang menyatakan bahwa manusia memiliki dorongan mendasar untuk mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain ketika standar objektif tidak tersedia. Teori ini mengenal dua arah perbandingan, yaitu *upward social comparison* (membandingkan diri dengan yang dianggap lebih unggul) dan *downward social comparison* (membandingkan diri dengan yang dianggap kurang unggul), yang masing-masing membawa konsekuensi psikologis berbeda. Instagram, sebagai platform berbasis visual, secara struktural memfasilitasi perbandingan sosial karena kontennya cenderung menampilkan sisi kehidupan terbaik dan pencapaian ideal penggunanya (Ozimek et al., 2023; Derbaix et al., 2025).

Perilaku *social comparison* di Instagram telah terbukti secara empiris berpengaruh negatif terhadap *self esteem*. Fagundes et al. (2020) menemukan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin rendah tingkat *self esteem* pengguna, dan hubungan ini dimediasi oleh *social comparison*. Temuan serupa diperoleh Hasanati dan Aviani (2020) serta Sari et al. (2024), yang keduanya membuktikan korelasi negatif signifikan antara *social comparison* di Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa pengguna Instagram. *Self esteem* sendiri merupakan konstruk psikologis penting yang mencerminkan persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri, baik positif maupun negatif (Rosenberg, 1965, dalam Mruk, 2006). *Self esteem* yang tinggi berkaitan dengan kepercayaan diri, ketahanan terhadap stres, serta motivasi dan kemampuan adaptasi akademik yang lebih baik; sebaliknya, *self esteem* yang rendah dikaitkan dengan depresi, kecemasan, dan isolasi sosial (Mruk, 2006).

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi merupakan kelompok yang secara psikologis berada pada posisi rentan. Beasiswa prestasi diberikan kepada individu yang memiliki capaian akademik tinggi secara konsisten dan telah melewati proses seleksi ketat berbasis prestasi akademik maupun non-akademik (Rettang, 2024). Status tersebut membawa label “individu berprestasi” yang menciptakan ekspektasi tinggi dari diri sendiri, institusi, maupun lingkungan sosial. Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah penerima beasiswa di Universitas Jambi, tekanan tersebut nyata dirasakan, mulai dari kewajiban mempertahankan IPK minimal 3,00, keaktifan organisasi yang harus dibuktikan secara resmi, hingga sanksi berupa pemutusan beasiswa apabila gagal memenuhi syarat yang ditetapkan.

Tekanan identitas prestasi ini berinteraksi secara kompleks dengan paparan konten *social comparison* di Instagram. Ketika mahasiswa penerima beasiswa terpapar konten yang menampilkan pencapaian atau gaya hidup orang lain yang tampak lebih unggul, proses perbandingan sosial yang terjadi berpotensi menggoyahkan keyakinan mereka akan kompetensi diri. Kondisi ini menjadikan mereka lebih sensitif terhadap dampak *social comparison* dibandingkan mahasiswa pada umumnya. Atas dasar itulah, penelitian ini mengkaji hubungan antara *social comparison* di Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi, dengan hipotesis bahwa terdapat hubungan negatif signifikan di antara kedua variabel tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kuantitatif mencakup penelitian korelasional, dengan tujuan untuk menemukan bagaimana hubungan variabel satu sama lain dan tingkat keterkaitannya (Periantalo, 2019). Penelitian ini menggunakan metode survei dimana data dikumpulkan secara langsung dari responden melalui instrumen kuesioner. Dua jenis variabel digunakan pada penelitian ini, variabel terikat (*dependent Variabel*) dan variabel bebas (*independent Variabel*). Setiap variabel harus ditetapkan dengan jelas, termasuk jenis, indikator, dan skala dari variabel yang digunakan. Variabel bebas (X) adalah *Social Comparison*, dan Variabel terikat (Y) adalah *Self Esteem*. Secara umum penelitian ini berlangsung selama 4 bulan, tepatnya pada bulan Desember 2025 hingga Agustus 2026. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa beasiswa prestasi aktif di Universitas Jambi yang berjumlah 122 mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan instrumen skala psikologi dengan pendekatan pengukuran menggunakan skala likert, terdiri dari dua dimensi skala, yaitu *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur tingkat perbandingan sosial dan skala *Coopersmith self esteem inventory* untuk mengukur *self esteem*. Pada penelitian ini, data primer didapatkan peneliti melalui wawancara bersama 4 mahasiswa penerima beasiswa di Universitas Jambi dari lembaga penyedia beasiswa yang berbeda-beda. Data sekunder penelitian ini didapat melalui Biro Akademik dan Kerjasama Universitas Jambi. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif yang mencakup uji asumsi, hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Deskriptif Data

a. Hasil Deskriptif Variabel *Social Comparison*

Tabel 1. Deskriptif Variabel *Social Comparison*

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X	64	27	20	47	2232	34.87	5.908
Valid N (listwise)	64						

Berdasarkan data statistik deskriptif pada tabel di atas, diperoleh gambaran data empiris untuk variabel *Social Comparison* dengan total responden (N) sebanyak 64 mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa skor *social comparison* terkecil (*Minimum*) yang diperoleh responden adalah sebesar 20, sedangkan skor terbesar (*Maximum*) adalah sebesar 47. Jarak antara nilai maksimum dan minimum (*Range*) pada variabel ini adalah sebesar 27, dengan akumulasi keseluruhan skor (*Sum*) mencapai 2232. Selain itu, diketahui pula nilai rata-rata (*Mean*) skor kelompok untuk variabel *social comparison* adalah sebesar 34,87 dengan nilai standar deviasi (*Std. Deviation*) 5,908.

Tabel 2. Kategorisasi *Social Comparison*

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X \leq 28.962$	13	20,3%
Sedang	$28.962 < X < 40.778$	39	60,9%
Tinggi	$X \geq 40.778$	12	18,8%
Total		64	100%

Dari hasil analisis, kategorisasi variabel *social comparison* menunjukkan bahwa dari total 64 responden, sebanyak 13 responden (20,3%) berada pada kategori rendah, 39 responden (60,9%) berada pada kategori sedang, dan 12 responden (18,8%) berada pada kategori tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat *social comparison* yang berada pada kategori sedang. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden melakukan perbandingan sosial secara wajar, tidak terlalu jarang namun juga tidak berlebihan. Artinya, responden masih memiliki kecenderungan alami untuk membandingkan diri dengan orang lain, baik dari segi kemampuan (*ability*) maupun pendapat (*opinion*), namun kecenderungan tersebut belum sampai pada taraf ekstrem atau kompulsif.

Perbandingan sosial pada era globalisasi ini wajar terjadi karena merupakan bagian dari proses alamiah individu dalam mengevaluasi diri melalui interaksi sosial, sehingga sebagian besar individu tidak menempatkan diri pada ekstrem rendah (tidak peduli sama sekali) maupun ekstrem tinggi (terlalu sering dan intens membandingkan diri hingga berisiko menimbulkan dampak psikologis negatif). Kondisi ini sejalan dengan karakteristik media sosial yang umum digunakan responden saat ini, di mana konten yang ditampilkan bersifat dinamis dan terus berganti, sehingga peluang seseorang untuk terpapar konten pembandingan pun bersifat situasional dan tidak konstan, tidak seperti paparan yang terus-menerus dan intens yang biasanya mendorong perbandingan sosial ke arah yang lebih ekstrem.

b. Hasil Deskriptif Variabel *Self Esteem*

Tabel 3. Deskriptif Variabel *Self Esteem*

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
<i>Self Esteem</i>	64	42	61	103	5462	85.34	8.512
Valid N (listwise)	64						

Tabel 4. Kategorisasi *Self Esteem*

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 76,828$	9	14.1%
Sedang	$76,828 \leq X < 93,852$	47	73.4%
Tinggi	$X \geq 93,852$	8	12.5%
Total		64	100%

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat dilihat gambar mengenai sebaran tingkat *self esteem* sebagai variabel Y pada 64 responden yang menjadi sampel penelitian. Dari hasil pengolahan data tersebut, mayoritas responden ternyata berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 47 mahasiswa dengan persentase yang cukup besar mencapai 73,4%. Sementara itu, untuk kategori lainnya, tercatat ada 9 mahasiswa (14,1%) yang memiliki tingkat *self esteem* dalam kategori

rendah, dan sisanya sebanyak 8 mahasiswa (12,5%) masuk ke dalam kategori tinggi. Secara keseluruhan, hasil kategorisasi ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki tingkat *self esteem* yang tergolong stabil dan berada di tingkatan yang wajar dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Tingginya persentase mahasiswa penerima beasiswa prestasi yang berada pada kategori sedang ini menunjukkan bahwa meskipun mereka telah memperoleh pengakuan atas pencapaian akademiknya melalui status sebagai penerima beasiswa, hal tersebut belum sepenuhnya membentuk penghargaan diri yang stabil dan konsisten tinggi. Status sebagai mahasiswa berprestasi pada satu sisi dapat menjadi sumber penguatan diri karena adanya pengakuan eksternal atas kemampuan akademiknya, namun pada sisi lain status tersebut juga membawa tuntutan dan ekspektasi tambahan, baik dari diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar, untuk senantiasa mempertahankan prestasi tersebut. Tekanan untuk terus tampil baik secara akademik inilah yang memungkinkan mahasiswa penerima beasiswa prestasi tidak selalu merasa yakin secara penuh terhadap dirinya, sehingga penilaian terhadap diri sendiri menjadi cenderung fluktuatif dan berada pada taraf yang wajar, tidak rendah karena adanya pencapaian yang telah diraih, namun juga tidak konsisten tinggi karena adanya kekhawatiran untuk tidak dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan untuknya.

Hasil Uji Asumsi

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

Variabel	Shapiro-Wilk	df	sig	Keterangan
<i>Social comparison</i>	0,983	64	0,537	Normal
<i>Self esteem</i>	0,978	64	0,308	Normal

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel *social comparison* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,537 ($p > 0,05$), sedangkan variabel *self-esteem* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,308 ($p > 0,05$). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel penelitian lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua data variabel dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Dengan demikian data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas yang dipersyaratkan. Oleh karena itu, analisis data untuk pengujian hipotesis selanjutnya dapat dilanjutkan dengan menggunakan teknik statistik parametrik yaitu uji korelasi *Product Moment*.

Uji Linearitas

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Linearitas	F	Sig.	Keterangan
<i>Deviation from Linearity</i>	1.062	0.421	Linear
<i>Linearity</i>	11.090	0.002	Linear

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada table diatas, diperoleh nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* sebesar 0,421 ($p > 0,05$). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikansi standar $p > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *social comparison* dan variabel *self esteem* bersifat linear. Selain itu, nilai signifikansi pada baris *Linearity* menunjukkan hasil sebesar 0,002 ($p < 0,05$), yang mengindikasikan adanya model hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi linearitas yang dipersyaratkan dalam statistik inferensial. Oleh karena itu, pengujian hipotesis penelitian dapat dilanjutkan dengan menggunakan teknik analisis korelasi *Pearson Product Moment*.

Uji Hipotesis Penelitian

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Variabel	Koefisien korelasi (r)	p-value	Keterangan
<i>Social comparison dan self esteem</i>	-0.386	0.0002	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis statistik parametrik menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0,386 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,002. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari taraf signifikansi standar yang ditetapkan, yaitu sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel *social comparison* dengan variabel *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi.

Selanjutnya, koefisien korelasi yang bernilai negatif (-) menunjukkan adanya arah hubungan yang berbanding terbalik antara kedua variabel tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison* yang dilakukan oleh mahasiswa melalui media sosial Instagram, maka akan semakin rendah tingkat *self esteem* yang mereka miliki. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *social comparison* yang dilakukan, maka tingkat *self esteem* mahasiswa akan cenderung semakin tinggi. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka hipotesis H_1 penelitian yang diajukan diterima dan hipotesis H_0 dalam penelitian ini ditolak.

PEMBAHASAN

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan *social comparison* di media sosial Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, ditemukan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_1) diterima. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *social comparison* di media sosial Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi, dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0,386 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$). Dengan diterimanya hipotesis ini, maka tujuan umum penelitian telah tercapai. Arah hubungan negatif ini mengindikasikan adanya hubungan yang berbanding terbalik. Artinya, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa penerima beasiswa prestasi dalam melakukan *social comparison* saat mengakses Instagram, maka akan semakin rendah tingkat *self esteem* yang mereka miliki, beitu pun sebaliknya.

Hasil analisis juga menjawab tujuan khusus penelitian ini, yaitu mengidentifikasi tingkat *social comparison* di Instagram pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi, *Social comparison* merupakan proses psikologis dan kognitif yang bersifat alami, yang terjadi ketika individu memiliki dorongan dalam dirinya untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain, dengan tujuan untuk mengevaluasi, memahami, dan menilai dirinya sendiri (Festinger, 1954, dalam Annisa & Hatta, 2022). Berdasarkan hasil kategorisasi yang telah diuji diketahui bahwa tingkat *social comparison* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi secara mayoritas berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 39 responden (60,9%) dari total 64 responden. Dengan demikian, tujuan khusus pertama penelitian ini telah terjawab, yaitu tingkat *social comparison* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi tergolong sedang, bukan rendah maupun tinggi.

Selanjutnya, untuk menjawab tujuan khusus kedua pada penelitian ini, yaitu mengidentifikasi tingkat *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi. *Self esteem* adalah pandangan seseorang tentang diri mereka sendiri, yang baik sikap positif atau negatif, Rosenberg (1965, dalam Mruk, 2006). Berdasarkan hasil kategorisasi yang telah diuji, didapatkan bahwa tingkat *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi secara mayoritas juga berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 47 responden (73,4%) dari total 64 responden. Dengan demikian, tujuan khusus kedua penelitian ini telah terjawab, yaitu tingkat *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi juga tergolong sedang, bukan rendah maupun tinggi.

Dari hasil analisis didapati bahwa 64 responden menggunakan Instagram dengan jangka waktu 1-3 jam per hari, hal ini menunjukkan tingginya intensitas mahasiswa dalam mengakses media sosial Instagram setiap harinya. Durasi *scrolling* yang lama membuat mereka secara terus-menerus terpapar oleh algoritma Instagram yang selalu menampilkan sisi kehidupan terbaik, pencapaian akademik, dan gaya hidup ideal orang lain. Paparan konten yang masif dan terjadi secara berulang-ulang inilah yang memfasilitasi mereka untuk terus melakukan *social comparison*.

Sebagai kelompok akademis yang menyandang status penerima beasiswa, partisipan dalam penelitian ini memiliki dinamika psikologis yang khusus. Mahasiswa penerima beasiswa sering kali dihadapkan pada ekspektasi akademik yang tinggi, baik dari pihak universitas, keluarga, maupun lingkungan sosial. Paparan visual di Instagram yang menampilkan keberhasilan orang lain secara konstan dapat memicu penilaian subjektif bahwa diri mereka tertinggal, meskipun secara nyata mereka memiliki prestasi (terbukti dari status mereka sebagai penerima beasiswa prestasi). Alih-alih merasa bangga atas pencapaian beasiswa yang telah diraih, perilaku perbandingan sosial yang tidak terkontrol ini justru memunculkan evaluasi diri yang negatif, yang pada akhirnya bermanifestasi pada penurunan *self esteem*. Dengan demikian, pengendalian diri terhadap intensitas penggunaan media sosial dan pembatasan perilaku membandingkan diri menjadi faktor krusial bagi mahasiswa dalam mempertahankan regulasi harga diri yang sehat.

Secara keseluruhan, temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa fenomena *social comparison* di Instagram bukanlah sekadar aktivitas pasif yang tidak berdampak, melainkan sebuah proses psikologis yang nyata memengaruhi cara mahasiswa penerima beasiswa prestasi menilai dirinya sendiri. Meskipun mereka telah memiliki bukti konkret atas kompetensinya melalui status sebagai penerima beasiswa, hal tersebut tidak serta-merta membuat mereka kebal terhadap dampak negatif dari kebiasaan membandingkan diri di media sosial. Oleh karena itu, kesadaran untuk membatasi dan mengelola intensitas *social comparison* menjadi penting bagi mahasiswa penerima beasiswa prestasi, agar pencapaian yang telah mereka raih dapat menjadi sumber penghargaan diri yang stabil, bukan justru tergerus oleh perbandingan yang terus-menerus terhadap pencapaian orang lain.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai hubungan antara *social comparison* di media sosial Instagram dengan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *social comparison* di Instagram dan *self esteem* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi, dengan nilai signifikansi $p = 0,002$ ($p < 0,05$), sehingga hipotesis (H_1) diterima. Arah korelasi yang negatif mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam melakukan *social comparison* saat mengakses Instagram, maka akan semakin rendah tingkat *self esteem* yang dimilikinya. Sebaliknya, semakin rendah perilaku *social comparison* tersebut, maka akan semakin tinggi tingkat *self esteem* mahasiswa. 2) Berdasarkan hasil penelitian, tingkat *social comparison* pada mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi secara umum berada pada kategori sedang, dengan proporsi terbesar responden sebanyak 39 mahasiswa (60,9%) dari total 64 responden terklasifikasi dalam kategori sedang. 3) Berdasarkan hasil penelitian, bahwa tingkat *self esteem* mahasiswa penerima beasiswa prestasi di Universitas Jambi secara umum berada pada kategori sedang, dengan proporsi terbesar responden sebanyak 47 orang (73,4%) dari total 64 responden terklasifikasi dalam kategori sedang. 4) Kondisi ini mengindikasikan bahwa evaluasi harga diri mayoritas mahasiswa penerima beasiswa prestasi berada pada taraf transisi yang dinamis dan sangat rentan terhadap stimulus luar. Pertahanan harga diri mereka belum sepenuhnya berada pada taraf yang optimal atau tinggi karena secara konsisten tertekan dan terkikis oleh intensitas kebiasaan *scrolling* serta perilaku *social comparison* di media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Appfigures. (2024, 1 Maret). Downloads slow down in January – The most downloaded apps. <https://appfigures.com/resources/insights/20240301?f=3>
- Azwar, S. (2022). Penyusunan skala psikologi. Pustaka Pelajar.
- Derbaix, M., Masciantonio, A., Balbo, L., Lao, A., Camus, S., Taфраouti, S. I., & Bourguignon, D. (2025). *Understanding Social Comparison Dynamics on Social Media: A Qualitative Examination of Individual and Platform Characteristics*. *Psychology & Marketing*, 42(6), 1588–1606. <https://doi.org/10.1002/mar.221>
- Fagundes, L. S., Marot, T. A., & Natividade, J. C. (2020). *Use of Instagram, social comparison, and personality as predictors of self-esteem*. *Psico-USF*, 25(4), 711–724. <https://doi.org/10.1590/1413/82712020250410>

- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan *Social Comparison* dengan *Self-Esteem* Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2391–2399. <https://doi.org/10.31004/jptam.v4i3.721>
- Hidayah, N., Johar, M., & Hasbullah, M. (2024). *Intensity of Instagram use, social comparison and self-esteem among public university students in Klang Valley*. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 14(8), 2815–2829. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i8/22410>
- Humaira, Sutja, A., & Harahap, N. H. (2024). Hubungan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) dengan *Self Esteem* Mahasiswa. *Teraputik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 8(2), 156–162. <https://doi.org/10.26539/teraputik.823107>
- Kharisma, A., Mukti, P., & Nugroho, Y. J. D. (2024). *Body image dan social comparison di era Instagram: Studi korelasi pada emerging adulthood*. *Jurnal Psikohumanika*, 16(2), 200–209. <https://doi.org/10.31001/j.psi.v16i2.2444>
- Limniou, M., Ascroft, Y., & McLean, S. (2022). *Differences between Facebook and Instagram usage in regard to problematic use and well-being*. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 7, 141–150. <https://doi.org/10.1007/s41347-021-00229-z>
- Maulidin, T. (2025). Peran mahasiswa di masyarakat. *Journal of Social Studies and Social Science*, 1(1), 28–32. <https://journal.uinsu.ac.id/index.php/JS4/article/view/73>
- Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. Springer Publishing Company.
- Ozimek, P., Brandenberg, G., Rohmann, E., & Bierhoff, H.-W. (2023). *The Impact of Social Comparisons More Related to Ability vs. More Related to Opinion on Well-being: An Instagram study*. *Behavioral Sciences*, 13(10), 850. <https://doi.org/10.3390/bs13100850>
- Periantalo, J. (2019). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Rettang, H. G. (2024). Analisis Dampak Pemberian Kartu Indonesia Pintar Kuliah Terhadap Motivasi Belajar. *Jurnal Ekonomi Sinergi (JES)*, 8(1), 6–11. <https://journalhost.com/index.php/jes/article/download/1602/1908>
- Sari, M., Suarni, W., & Qalbi, L. O. S. (2024). *Social comparison dengan Self-Esteem pada mahasiswa pengguna Instagram*. *Jurnal Sublimapsi*, 5(2), 273–280. <https://doi.org/10.36709/sublimapsi.v5i2.167>
- Statista. (2022). *Share of Instagram users in Indonesia by age group*. NapoleonCat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Taylor, A., & Armes, J. (2024). *Social Comparison on Instagram, and Its Relationship With Self-esteem and Body-esteem*. *Discover Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3>
- Tian, J., Li, B., & Zhang, R. (2025). *The Impact of Upward Social Comparison on Social Media on Appearance Anxiety: A Moderated Mediation Model*. *Behavioral Sciences*, 15(1), 8. <https://doi.org/10.3390/bs15010008>
- Tong, W., & Shakibaei, G. (2025). *The Role of Social Comparison in Online Learning Motivation Through The Lens of Social Comparison Theory*. *Acta Psychologica*, 258, 105291. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105291>

- Ulya, F. R., Lestari, D. R., & Agianto, A. (2025). Hubungan social comparison dengan kecemasan sosial pada remaja akhir pengguna Instagram di program sarjana. *Jurnal Ilmu Kesehatan Insan Sehat*, 13(1), 7–17. <https://doi.org/10.54004/jikis.v13i1.268>
- Wea, A. G., & Adiwidjaja, I. (2018). Pengaruh Beasiswa Terhadap Motivasi dan Prestasi Belajar Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 21–25. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1439>
- Yonatan, A. Z. (2025, 3 Maret). Indonesia habiskan 188 menit per hari akses media sosial. GoodStats. <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>
- Yulianto, I. A., & Virilia, S. (2023). Pengaruh social comparison dan adiksi TikTok terhadap self esteem pada remaja. *Jurnal Diversita*, 9(2), 228–238. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i2.9365>
- Zuo, F., & Zan, Q. (2025). *Cyber Upward Social Comparison and Well-Being Among College Students: The Chain Mediating Roles of Self-Esteem and Emotional Regulation*. *BMC Psychology*, 13, 1–17. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03521-2>