

Eksperimen Social Comparison terhadap Tingkat Self-Esteem pada Mahasiswa

**Adelia Rafif Talaby Susilo¹, Hanifah Putri Salma²,
Jasmine Aurelia Amanda Wipayana³, Karina Pebrianty Utami⁴**

Universitas Al Azhar Indonesia, Indonesia

Email Korespondensi : adeliarafif974@gmail.com¹

Submitted: 26th June 2026 | **Edited:** 30th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Susilo, A. R. T., Salma, H. P., Wipayana, J. A. A., & Utami, K. P. (2026). Eksperimen Social Comparison terhadap Tingkat Self-Esteem pada Mahasisw. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 1253-1262.

ABSTRACT

The rapid development of social media has increased opportunities for university students to engage in social comparison, particularly upward social comparison, which may influence their self-esteem. While previous studies have consistently reported a negative association between social comparison and self-esteem, most have relied on correlational designs that cannot establish causal relationships. This study aimed to examine the effect of social comparison on students' self-esteem using an experimental approach. A randomized two-group posttest-only design was employed involving 30 undergraduate students aged 18–24 years, who were randomly assigned to either an experimental group ($n = 15$) or a control group ($n = 15$). Data were collected online through Google Forms after participants provided informed consent. The experimental group was exposed to social media content depicting students with outstanding academic and non-academic achievements to induce upward social comparison, whereas the control group viewed neutral content without social comparison cues. Participants' state self-esteem was measured using the State Self-Esteem Scale (SSES) developed by Heatherton and Polivy (1991). Data were analyzed using an Independent Samples t -Test to compare self-esteem scores between groups. The results showed no statistically significant difference between the experimental and control groups ($t = 0.528$, $p = 0.602$), indicating that a single brief exposure to upward social comparison content was insufficient to produce a measurable change in students' state self-esteem under the conditions of this study.

Keywords: Social Comparison, Self-Esteem, University Students, Social Media, Experiment

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan kelompok dewasa awal yang berada pada fase perkembangan penting, yakni pembentukan identitas diri, pencarian pengakuan sosial, dan penetapan standar pencapaian hidup (Verduyn, et al., 2020). Pada fase ini, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk mencapai prestasi akademik yang baik, tetapi juga aktif dalam organisasi, magang, perlombaan, hingga pengembangan keterampilan sebagai persiapan memasuki dunia kerja. Di tengah tuntutan tersebut, perkembangan media sosial semakin memperluas ruang bagi mahasiswa untuk melihat pencapaian, penampilan fisik, dan gaya

hidup orang lain secara terus-menerus (Krause, et al., 2021). Kondisi ini menciptakan lingkungan yang sangat kondusif bagi munculnya perilaku membandingkan diri dengan orang lain, terutama ketika mahasiswa melihat teman sebaya menampilkan keberhasilan mereka di ruang digital. Penelitian (Yauseph, 2025) terhadap 402 mahasiswa di Kota Makassar menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada kategori sedang dengan persentase 44,8%, yang mengindikasikan bahwa perilaku membandingkan diri merupakan fenomena yang cukup umum terjadi di kalangan mahasiswa Indonesia.

Fenomena membandingkan diri dengan orang lain dikenal sebagai social comparison. Festinger (1954) menjelaskan bahwa individu secara alami memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat dirinya. Ketika standar objektif tidak tersedia, individu cenderung menggunakan orang lain sebagai pembanding untuk menilai dirinya sendiri. Dalam konteks media sosial, proses ini terjadi lebih intens karena pengguna terus-menerus terpapar pada kehidupan orang lain yang tampak ideal. Salah satu bentuk social comparison yang sering muncul adalah upward social comparison, yaitu kecenderungan membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih unggul dalam aspek tertentu seperti pencapaian, penampilan, maupun gaya hidup (Lazuardi & Idulfilastri, 2023). Perbandingan tersebut sering kali memunculkan perasaan tidak puas terhadap diri sendiri karena individu merasa kehidupannya tidak sebaik kehidupan orang lain yang dilihat di media sosial.

Kecenderungan melakukan upward social comparison dapat berpengaruh terhadap self-esteem individu. Self-esteem merupakan evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya sendiri (Rosenberg, 1965). Individu dengan self-esteem tinggi umumnya mampu menerima kelebihan dan kekurangan dirinya, memiliki rasa percaya diri, serta lebih stabil secara emosional. Sebaliknya, individu dengan self-esteem rendah cenderung lebih mudah merasa tidak berharga, kurang percaya diri, dan rentan mengalami tekanan psikologis. Dalam konteks penggunaan media sosial, self-esteem menjadi aspek yang sangat penting untuk dikaji karena paparan terhadap kehidupan orang lain yang terlihat lebih ideal dapat memengaruhi cara individu menilai dirinya sendiri (Rosenberg, 1965). (Hasanati & Aviani, 2020) menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dan self-esteem pada pengguna Instagram, di mana semakin tinggi kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain, maka semakin rendah tingkat self-esteem yang dimiliki. Temuan serupa juga ditemukan oleh (Fitri &

Cholilah, 2024) pada mahasiswa pengguna TikTok di Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dengan nilai korelasi Pearson sebesar $-0,247$ ($p = 0,000$). (Ardiany & Ardi, 2022) dalam penelitiannya terhadap 259 emerging adult pengguna Instagram di Indonesia juga menemukan bahwa upward social comparison secara signifikan memediasi hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan self-esteem penggunanya. Sementara itu, (Putri et al., 2025) menemukan bahwa social comparison berpengaruh negatif secara signifikan terhadap self-esteem mahasiswa, bahkan pengaruhnya dinilai lebih besar dibandingkan intensitas penggunaan media sosial itu sendiri.

Meskipun berbagai penelitian di atas telah secara konsisten menunjukkan adanya hubungan negatif antara social comparison dan self-esteem pada mahasiswa, terdapat keterbatasan mendasar yang belum terjawab. Seluruh penelitian tersebut menggunakan pendekatan korelasional atau survei yang hanya mampu menunjukkan adanya hubungan antarvariabel, namun tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat secara langsung. Kesenjangan ini juga disampaikan oleh (Ardiany & Ardi, 2022) yang secara eksplisit menyarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan eksperimen untuk melihat hubungan kausal antara social comparison dan self-esteem. Sampai saat ini, penelitian eksperimen mengenai dampak paparan social comparison terhadap self-esteem mahasiswa masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks mahasiswa Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh social comparison terhadap self-esteem mahasiswa melalui pendekatan eksperimen menggunakan randomized two-group post test-only design, di mana kelompok eksperimen mendapatkan paparan konten media sosial yang menampilkan pencapaian dan kehidupan orang lain yang tampak lebih unggul, sementara kelompok kontrol mendapatkan paparan konten netral.

LANDASAN TEORI

Social Comparison

Dalam kajian psikologi sosial, social comparison atau perbandingan sosial merupakan proses ketika individu mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kemampuan, pendapat, maupun kehidupannya dengan orang lain. Festinger (1954) menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan alami untuk melakukan evaluasi diri,

terutama ketika tidak tersedia standar objektif yang jelas. Dalam kondisi tersebut, individu akan menggunakan orang lain sebagai acuan untuk menilai dirinya sendiri.

Dalam konteks media sosial, proses social comparison menjadi lebih intens karena individu terus-menerus terpapar pada kehidupan orang lain yang telah dikurasi dan cenderung menampilkan sisi terbaiknya. Gibbons dan Buunk dalam (Nethanya Lazuardi & Markus Idulfilastri, 2022) menjelaskan bahwa salah satu bentuk yang paling dominan dalam media sosial adalah upward social comparison, yaitu kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih unggul dalam aspek tertentu seperti prestasi, penampilan, maupun gaya hidup. Paparan berulang terhadap konten tersebut dapat memicu evaluasi diri negatif karena individu merasa dirinya tidak sebaik orang lain yang dilihat di media sosial.

Self-Esteem

Self-esteem merupakan evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya sendiri (Rosenberg, 1965). Self-esteem mencerminkan sejauh mana individu memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga, mampu, dan memiliki penilaian positif terhadap dirinya sendiri. Individu dengan self-esteem tinggi cenderung lebih percaya diri, mampu menerima diri sendiri, serta memiliki stabilitas emosi yang lebih baik, sedangkan individu dengan self-esteem rendah lebih mudah merasa tidak berharga, kurang percaya diri, dan rentan terhadap penilaian negatif dari lingkungan sosial.

(Heatherton, T. F., & Polivy, 1991) menjelaskan bahwa self-esteem dapat bersifat state self-esteem, yaitu kondisi evaluasi diri yang bersifat sementara dan dapat berubah tergantung situasi atau stimulus yang dialami individu. Dalam penelitian ini, self-esteem diukur menggunakan State Self-Esteem Scale (SSES) yang terdiri dari tiga dimensi utama: (1) Performance Self-Esteem, yaitu evaluasi individu terhadap kemampuan dan kinerja dirinya dalam berbagai aktivitas; (2) Social Self-Esteem, yaitu evaluasi individu terhadap kualitas dirinya dalam hubungan sosial; dan (3) Appearance Self-Esteem, yaitu evaluasi individu terhadap penampilan fisik dan daya tarik dirinya.

Social Comparison dan Self-Esteem

Social comparison theory menjelaskan bahwa individu menilai dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain (Festinger, 1954). Dalam konteks media sosial, individu sering terpapar pada kehidupan orang lain yang tampak lebih unggul, sehingga dapat memicu upward social comparison yang berpotensi menghasilkan evaluasi diri

negatif. (Rosenberg, 1965) menjelaskan bahwa self-esteem sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu mengevaluasi dirinya dalam konteks sosial; ketika individu sering merasa dirinya lebih rendah dibandingkan orang lain, maka self-esteem cenderung menurun.

Penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan adanya hubungan negatif antara social comparison dan self-esteem (Fitri & Cholilah, 2024; Hasanati & Aviani, 2020; Nayenggita & Psikologi, 2021). Namun, penelitian tersebut masih bersifat korelasional sehingga belum dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat secara langsung. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa paparan social comparison akan secara signifikan menurunkan tingkat self-esteem mahasiswa pada kelompok eksperimen dibandingkan kelompok kontrol.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen untuk menguji pengaruh paparan social comparison terhadap tingkat self-esteem mahasiswa dengan menerapkan desain randomized two-group post-test only design, yaitu desain eksperimen yang melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol tanpa pengukuran awal (pre-test). Desain ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur efek stimulus secara lebih objektif tanpa dipengaruhi oleh pengukuran awal, serta meminimalkan kemungkinan partisipan menyesuaikan jawaban berdasarkan dugaan terhadap tujuan penelitian.

Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif berusia 18–24 tahun. Sebanyak 30 partisipan direkrut dan kemudian dibagi secara acak (random assignment) ke dalam dua kelompok, yaitu 15 partisipan pada kelompok eksperimen (K.E) dan 15 partisipan pada kelompok kontrol (K.K). Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form. Sebelum mengikuti penelitian, seluruh partisipan diberikan penjelasan mengenai prosedur penelitian dan diminta menyetujui lembar informed consent.

Instrumen Penelitian

Pengukuran self-esteem dilakukan menggunakan State Self-Esteem Scale (SSES) yang dikembangkan oleh Heatherton dan Polivy (1991). Instrumen ini terdiri dari 20 item

yang mengukur self-esteem situasional dalam tiga dimensi utama. Setiap item diukur menggunakan skala Likert 1–5. Beberapa item unfavorable dilakukan reverse scoring sesuai ketentuan instrumen, di mana semakin tinggi skor menunjukkan tingkat self-esteem yang lebih tinggi.

Analisis Data

Analisis data menggunakan uji Independent Samples T-Test untuk membandingkan perbedaan rata-rata skor self-esteem antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat self-esteem yang signifikan setelah pemberian stimulus pada kedua kelompok.

Prosedur Penelitian

Kelompok eksperimen diberikan stimulus berupa paparan konten foto dan video mahasiswa berprestasi di bidang akademik maupun non-akademik yang menampilkan pencapaian seperti IPK tinggi, penerima beasiswa, juara lomba, serta pencapaian di bidang organisasi, karier, olahraga, dan kewirausahaan. Stimulus tersebut dirancang untuk memunculkan kondisi upward social comparison. Sementara itu, kelompok kontrol diberikan paparan konten netral yang tidak mengandung unsur perbandingan sosial. Setelah menerima stimulus sesuai kelompok masing-masing, seluruh partisipan diminta mengisi instrumen penelitian.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah paparan social comparison berpengaruh terhadap tingkat self-esteem mahasiswa. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji Independent Samples T-Test. Berikut disajikan hasil analisis secara lengkap.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Skor Self-Esteem Kelompok Eksperimen dan Kontrol

	Group	N	Mean	Median	SD	SE
B	K.E	15	63.9	61.0	7.42	1.92
	K.K	15	62.4	63.0	8.46	2.18

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1, kelompok eksperimen yang mendapatkan paparan konten social comparison memperoleh skor rata-rata self-esteem sebesar 63,9 (SD = 7,42), sedangkan kelompok kontrol memperoleh skor rata-rata sebesar 62,4 (SD = 8,46). Secara deskriptif, rata-rata skor kelompok eksperimen sedikit lebih tinggi dibandingkan

kelompok kontrol dengan selisih sebesar 1,5 poin. Hal yang menarik adalah median kelompok eksperimen (61,0) lebih rendah dari median kelompok kontrol (63,0), yang mengindikasikan adanya distribusi yang tidak simetris pada kelompok eksperimen, kemungkinan disebabkan oleh beberapa partisipan yang memiliki skor sangat tinggi sehingga mengangkat nilai rata-rata.

Tabel 2. Hasil Uji Independent Samples T-Test

		Statistic	df	p
B	Student's t	0.528	28.0	0.602

Note. $H_a: \mu_{K.E} \neq \mu_{K.K}$

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji Independent Samples T-Test menunjukkan nilai $t = 0,528$ dengan derajat kebebasan $df = 28$ dan nilai $p = 0,602$. Karena nilai $p > 0,05$, maka hipotesis alternatif ($H_a: \mu_{K.E} \neq \mu_{K.K}$) ditolak. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara rata-rata skor self-esteem kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah pemberian stimulus social comparison.

Hasil ini tidak mendukung hipotesis awal penelitian. Namun demikian, ketidaksignifikan temuan ini tidak serta-merta berarti bahwa social comparison tidak berpengaruh terhadap self-esteem. Terdapat sejumlah penjelasan substantif yang perlu dikaji secara mendalam. Pertama, desain posttest-only yang digunakan tidak memungkinkan peneliti mengetahui kondisi awal self-esteem partisipan sebelum intervensi. Apabila kedua kelompok secara kebetulan memiliki tingkat baseline self-esteem yang setara sejak awal, perbedaan yang sesungguhnya akibat stimulus menjadi tidak terdeteksi. Hal ini merupakan keterbatasan inheren desain yang perlu diatasi pada penelitian mendatang melalui penambahan pengukuran pre-test. Kedua, paparan stimulus yang bersifat tunggal dan berlangsung dalam waktu singkat di lingkungan laboratorium sangat berbeda dengan dinamika social comparison organik di media sosial yang bersifat immersif, berulang, dan personal. Penelitian oleh (Vogel et al., 2014) menunjukkan bahwa efek negatif social comparison terhadap self-esteem baru muncul secara signifikan setelah paparan berulang dan dalam konteks yang relevan secara personal bagi individu, bukan sekadar paparan pasif terhadap konten yang asing. Ketiga, variabel social media literacy partisipan tidak diukur maupun dikontrol. Mahasiswa dengan literasi media sosial yang tinggi cenderung lebih kritis dalam mempersepsi konten yang dikurasi sehingga tidak serta-merta menggunakannya sebagai tolok ukur evaluasi diri. Namun (Scully et al.,

2023) menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengenali konstruksi dan selektivitas konten media sosial berperan sebagai faktor pelindung yang dapat mereduksi dampak negatif upward social comparison terhadap evaluasi diri. Keempat, penggunaan Google Form sebagai medium pengumpulan data secara daring membuka peluang terjadinya kontaminasi eksternal, di mana partisipan kemungkinan mengakses konten lain di luar stimulus yang diberikan selama sesi berlangsung, sehingga kondisi eksperimental tidak dapat dikendalikan sepenuhnya sebagaimana pada penelitian laboratorium tatap muka.

Meskipun tidak signifikan secara statistik, pola arah perbedaan yang diperoleh tetap bermakna secara teoritis dan layak mendapat perhatian ilmiah. Nilai median kelompok eksperimen (61,0) yang lebih rendah dibandingkan kelompok kontrol (63,0) mengindikasikan bahwa paparan konten social comparison memang bertendensi menekan evaluasi diri individu, meskipun besaran efeknya belum mencapai ambang signifikansi statistik dengan ukuran sampel yang ada. Interpretasi ini sejalan dengan konsep psychological reactance yang dikemukakan oleh (Brehm, 1966), di mana sebagian individu justru merespons paparan konten yang tampak mengancam dengan memobilisasi pertahanan psikologis sehingga skor self-esteem kelompok tidak turun secara seragam. Kondisi ini turut menjelaskan mengapa rata-rata kelompok eksperimen justru lebih tinggi dibandingkan median, yang mencerminkan adanya sebagian kecil partisipan dengan skor sangat tinggi yang menarik rata-rata ke atas. Fenomena ini mengisyaratkan bahwa respons individu terhadap upward social comparison tidaklah homogen, melainkan dimoderasi oleh karakteristik individual seperti orientasi tujuan, regulasi emosi, dan tingkat identifikasi dengan target perbandingan. Temuan ini membuka ruang eksplorasi yang lebih kaya pada penelitian eksperimental berikutnya, terutama dengan melibatkan analisis moderasi untuk mengungkap kondisi-kondisi batas (boundary conditions) di mana social comparison benar-benar menurunkan self-esteem secara kausal.

Secara keseluruhan, temuan ini memberikan kontribusi penting pada diskursus ilmiah mengenai hubungan kausal antara social comparison dan self-esteem di kalangan mahasiswa, sekaligus memperkuat urgensi pengembangan desain eksperimen yang lebih ketat dan ekologis agar dapat menghasilkan bukti kausal yang lebih meyakinkan di masa mendatang. (Wen et al., 2022) juga menjelaskan bahwa dampak psikologis dari cyber

upward social comparison pada individu bersifat akumulatif, sehingga satu kali paparan belum cukup untuk menginduksi penurunan self-esteem yang signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh paparan social comparison terhadap tingkat self-esteem mahasiswa melalui pendekatan eksperimen dengan desain randomized two-group posttest-only. Hasil analisis Independent Samples T-Test menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara skor self-esteem kelompok eksperimen ($M = 63,9$; $SD = 7,42$) dan kelompok kontrol ($M = 62,4$; $SD = 8,46$), dengan nilai $t = 0,528$ dan $p = 0,602$. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan paparan social comparison terhadap self-esteem mahasiswa tidak terbukti dalam penelitian ini.

Ketidaksignifikan hasil ini tidak serta-merta menunjukkan bahwa social comparison tidak berpengaruh terhadap self-esteem. Faktor-faktor seperti keterbatasan jumlah sampel, singkatnya durasi paparan stimulus, serta tidak dikontrolnya variabel moderator seperti trait self-esteem dan intensitas penggunaan media sosial sehari-hari kemungkinan besar berkontribusi terhadap hasil yang tidak signifikan ini.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar, paparan stimulus yang lebih lama dan berulang, serta mempertimbangkan pengukuran variabel moderator yang relevan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme hubungan kausal antara social comparison dan self-esteem sangat penting sebagai dasar pengembangan intervensi psikologis yang efektif dalam membantu mahasiswa menghadapi tekanan perbandingan sosial di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiany, N., & Ardi, Z. (2022). Upward social comparison sebagai mediator antara intensitas penggunaan Instagram dan self-esteem pada emerging adult di Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 49(2), 115–130.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fitri, A., & Cholilah, N. (2024). Hubungan social comparison dengan self-esteem pada mahasiswa pengguna TikTok di Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. *Jurnal Psikologi Islam*, 11(1), 45–58.
- Hasanati, N., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan antara social comparison dan self-esteem pada pengguna Instagram. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(1), 32–42.

- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 895–910. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.6.895>
- Jannah, M. (2019). Hubungan antara social comparison dan harga diri pada mahasiswa yang menggunakan Instagram. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 1–10.
- Krause, H.-V., Baum, K., Baumann, A., & Krasnova, H. (2021). *Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: A systematic literature review*. *Media Psychology*, 24(1), 10–47. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1656646>
- Lazuardi, I. N., & Idulfilastri, R. M. (2023). *Peran social comparison terhadap kebahagiaan (Studi pada emerging adulthood pengguna Instagram)*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(2), 545–550. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i2.19244.2022>
- Leon Festinger (1954). *A theory of social comparison processes*. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Nayenggita, G. B., & Adishesa, M. S. (2021). Upward social comparison sebagai mediator antara intensitas penggunaan Instagram dan self-esteem pada emerging adulthood. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 101–115.
- Putri, A., Haifa, L., & Widodo, P. B. (2025). Pengaruh social comparison dan intensitas penggunaan media sosial terhadap self-esteem mahasiswa. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, 24(1), 14–27.
- Putri, W. R. A., Haifa, H., & Widodo, E. (2025). *Analisis pengaruh intensitas dan tipe penggunaan Instagram terhadap self-esteem mahasiswa FMIPA UII*. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 17(2), 49–55. <https://doi.org/10.20885/khazanah.vol17.iss2.art6>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). *Social comparison on social networking sites*. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2020.04.002>
- Wen, J., Kong, F., & Feng, Y. (2022). Cyber upward social comparison and its psychological consequences on social media: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 130, 107195. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107195>
- Yauseph, M., Purwasetiawatik, R., & Umar, A. (2025). Tingkat social comparison mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 14(1), 88–100.