



## ***Beauty Standard di Era Digital: Hubungan Social Comparison dan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja***

**Rahmadani Saputri <sup>1\*</sup>, Any Nurhayaty <sup>2</sup>, Daffa Tiara Kurnia Prastiwi <sup>3</sup>**

<sup>1-3</sup> Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Lampung, Indonesia

\*Penulis korespondensi : [rahmadanisaputri02@gmail.com](mailto:rahmadanisaputri02@gmail.com)

**Abstract.** *This study is motivated by the growing use of social media among adolescents, which fosters social comparison and body image formation that may influence self-confidence. Adolescence is a crucial developmental phase in which identity formation is highly shaped by exposure to social and aesthetic standards in digital environments. This research aims to analyze the relationship between social comparison and body image toward adolescents' self-confidence on social media. A quantitative correlational approach was applied to 400 adolescents aged 17–19 years in Indonesia who actively use social media for at least two hours per day. The instruments included validated and reliable scales of social comparison, body image, and self-confidence. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25.0. The results indicate that social comparison and body image have a positive and significant effect on adolescents' self-confidence ( $p < 0.001$ ), with an  $R^2$  value of 0.602, meaning both variables explain 60.2% of the variance in self-confidence. These findings suggest that social comparison is not always detrimental but can serve as a motivational mechanism when conducted adaptively. The study highlights the importance of digital literacy and positive self-image education for adolescents to foster healthy self-confidence in the digital age.*

**Keywords:** *adolescents; body image; self-confidence; social comparison; social media.*

**Abstrak.** Riset ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan remaja yang memunculkan fenomena perbandingan sosial dan pembentukan citra tubuh yang berpotensi memengaruhi kepercayaan diri. Remaja berada pada fase perkembangan identitas diri yang sangat dipengaruhi oleh eksposur terhadap standar sosial dan estetika di media digital. Riset ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *social comparison* dan *body image* terhadap kepercayaan diri remaja pengguna media sosial. Pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional digunakan terhadap 400 responden remaja berusia 17–19 tahun di Indonesia yang aktif mengaplikasikan media sosial minimal dua jam per hari. Instrumen riset meliputi skala *social comparison*, *body image*, dan kepercayaan diri yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis mengaplikasikan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25.0. Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya *social comparison* dan *body image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri remaja ( $p < 0,001$ ) dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,602, yang berarti kedua variabel menjelaskan 60,2% variasi kepercayaan diri. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya perbandingan sosial tidak selalu bersifat negatif, melainkan dapat menjadi sumber motivasi jika dilakukan secara adaptif. Riset ini menegaskan pentingnya literasi digital dan edukasi citra diri positif bagi remaja untuk membangun kepercayaan diri yang sehat di era digital.

**Kata kunci:** *body image; kepercayaan diri; media sosial; remaja; social comparison.*

### **1. LATAR BELAKANG**

Remaja merupakan fase perkembangan penting yang menandai peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Pada fase ini, individu mengalami perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang signifikan, serta mulai membentuk identitas diri yang stabil (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018; Santoso, 2024). Usia remaja yang berkisar antara 15 hingga 19 tahun merupakan masa di mana seseorang mulai aktif mencari pengakuan sosial dan sering kali menjadikan lingkungan sekitar sebagai cermin untuk menilai diri sendiri. Dalam konteks modern, lingkungan sosial remaja tidak hanya terbatas pada interaksi langsung di dunia nyata,

tetapi juga meluas ke ruang digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Platform ini menjadi arena utama bagi remaja untuk mengekspresikan diri sekaligus membandingkan dirinya dengan orang lain.

Menurut data dari *Indonesian Internet Service Providers Association* (APJII, 2024), dari total populasi Indonesia sekitar 278,6 juta jiwa, sebanyak 221 juta telah terhubung ke internet. Studi yang didanai UNICEF dan dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) juga memperlihatkan bahwasanya 98% anak dan remaja Indonesia mengenal internet, dan 79,5% di antaranya merupakan pengguna aktif. Data tersebut memperlihatkan bahwasanya kehidupan remaja masa kini sangat dekat dengan dunia digital. Kehadiran media sosial memiliki dampak ganda: di satu sisi, memberikan ruang berekspresi dan bersosialisasi; namun di sisi lain, menimbulkan tekanan psikologis akibat paparan terhadap standar sosial dan estetika yang tidak realistis (Prasetyo & Wulandari, 2021; Rahmawati & Putra, 2020).

Salah satu isu yang paling menonjol di media sosial adalah konstruksi *beauty standard* atau standar kecantikan yang ideal. Remaja perempuan, khususnya, sering kali dihadapkan pada representasi visual tubuh yang sempurna dan wajah yang sesuai dengan kriteria populer, seperti kulit cerah, tubuh langsing, dan fitur wajah simetris. Paparan berulang terhadap standar kecantikan semacam ini dapat menimbulkan fenomena perbandingan sosial (*social comparison*), yaitu kecenderungan individu untuk menilai diri mereka berdasarkan penampilan atau pencapaian orang lain (Festinger, 1954). Dalam konteks media sosial, *upward comparison*—membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih baik, cantik, atau sukses—lebih sering terjadi, dan hal ini berpotensi menurunkan kepercayaan diri remaja (Schaefer & Thompson, 2022; Vogel et al., 2014).

Kepercayaan diri merupakan aspek penting dalam perkembangan psikologis remaja. Menurut Lauster (2003) dan Santoso (2024), kepercayaan diri mencakup keyakinan akan kemampuan diri, sikap optimis, objektivitas, rasa tanggung jawab, serta kemampuan berpikir rasional. Kepercayaan diri dapat tumbuh melalui dukungan sosial, pengalaman positif, serta persepsi diri yang sehat. Namun, ketika individu terlalu sering membandingkan diri secara negatif di media sosial, persepsi tersebut menjadi terdistorsi. Riset memperlihatkan bahwasanya perbandingan sosial yang bersifat negatif di media digital berhubungan langsung dengan menurunnya rasa percaya diri remaja (Kurniawan & Lestari, 2020; Nugroho & Sari, 2022; Sari & Hartono, 2021).

Selain memengaruhi kepercayaan diri, perbandingan sosial juga berdampak pada citra tubuh (*body image*). *Body image* merupakan persepsi, evaluasi, dan sikap individu terhadap bentuk serta ukuran tubuhnya (Alleva et al., 2017; Cash & Pruzinsky, 2002; Tiggemann, 2011).

Persepsi tubuh yang positif dapat mendukung kepercayaan diri, sementara persepsi negatif dapat menimbulkan ketidakpuasan diri bahkan gangguan psikologis. Faktor media, tekanan sosial, dan pengalaman interpersonal terbukti berperan dalam membentuk citra tubuh seseorang (Fardouly & Vartanian, 2020; Halliwell & Diedrichs, 2021). Remaja yang sering terpapar konten media sosial dengan figur tubuh ideal cenderung menginternalisasi standar tersebut dan merasa tidak puas dengan penampilan mereka sendiri.

Sejumlah riset sebelumnya telah mengkaji hubungan antara media sosial, kepercayaan diri, dan citra tubuh remaja, namun sebagian besar hanya menyoroti satu atau dua variabel secara terpisah. Riset Prasetyo dan Wulandari (2021) menyoroti perbandingan sosial dan dampaknya terhadap kepercayaan diri, sedangkan riset lain seperti Fardouly dan Vartanian (2020) menekankan pada hubungan antara media sosial dan *body image*. Namun, riset yang mengamati hubungan ketiga variabel tersebut secara bersamaan dalam satu model riset, khususnya di konteks remaja Indonesia, masih sangat terbatas. Hal inilah yang menjadi celah riset (*research gap*) yang ingin dijawab melalui studi ini.

Berdasarkan uraian tersebut, riset ini memiliki urgensi untuk dilakukan karena meningkatnya intensitas penggunaan media sosial di kalangan remaja berpotensi membentuk persepsi diri yang tidak realistis dan menurunkan kepercayaan diri. Riset ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara perilaku perbandingan sosial (*social comparison*) dan citra tubuh (*body image*) dengan tingkat kepercayaan diri remaja. Selain itu, riset ini juga ingin mengkaji secara lebih spesifik hubungan antara *social comparison* dengan kepercayaan diri, serta antara *body image* dengan kepercayaan diri remaja. Dengan demikian, hasil riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam upaya pengembangan literasi digital dan kesehatan mental remaja di era digital.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Perkembangan teori psikologi sosial memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi persepsi diri dan kepercayaan diri remaja. Salah satu teori utama yang menjadi landasan riset ini adalah *Social Comparison Theory* yang dikemukakan oleh Festinger (1954). Teori ini menyatakan bahwasanya individu memiliki dorongan alami untuk menilai diri mereka dengan membandingkan kemampuan, pendapat, atau penampilan dengan orang lain. Festinger membedakan dua jenis perbandingan sosial, yaitu *upward comparison* dan *downward comparison*. *Upward comparison* terjadi ketika seseorang membandingkan dirinya dengan individu yang dianggap lebih baik atau lebih ideal, yang dapat menimbulkan perasaan inferioritas dan menurunkan kepercayaan diri. Sebaliknya,

*downward comparison* membuat seseorang merasa lebih unggul dibandingkan orang lain, namun berpotensi menumbuhkan sikap merendahkan (Schaefer & Thompson, 2022; Vogel et al., 2014).

Dalam konteks media sosial, *upward comparison* menjadi fenomena yang paling dominan karena konten yang ditampilkan cenderung memperlihatkan pencapaian, penampilan ideal, atau momen bahagia pengguna. Hal ini menyebabkan remaja sering kali menilai diri mereka secara negatif dan mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh maupun kehidupannya sendiri (Kurniawan & Lestari, 2020; Nugroho & Sari, 2022). Perbandingan sosial yang berlebihan dapat menimbulkan *body dissatisfaction* yang berdampak pada menurunnya rasa percaya diri.

Teori lain yang relevan adalah konsep *Body Image* yang dijelaskan oleh Cash dan Pruzinsky (2002), di mana citra tubuh mencakup persepsi kognitif, afektif, dan perilaku terhadap tubuh seseorang. Persepsi ini dapat bersifat positif atau negatif tergantung pada bagaimana individu memandang dirinya. Tiggemann (2011) menambahkan bahwasanya *body image* bukan hanya hasil persepsi subjektif terhadap tubuh, tetapi juga dipengaruhi oleh norma sosial dan media. Dalam era digital, media sosial berperan besar dalam menanamkan citra tubuh ideal melalui gambar dan video yang telah melalui proses penyuntingan dan filter. Hal ini menciptakan kesenjangan antara penampilan nyata dan standar ideal yang sulit dicapai (Alleva et al., 2017; Fardouly & Vartanian, 2020).

Keterkaitan antara *social comparison* dan *body image* juga telah banyak diteliti. Riset Halliwell dan Diedrichs (2021) menemukan bahwasanya semakin sering individu melakukan *upward comparison*, semakin tinggi risiko ketidakpuasan tubuh yang dialami. Ketidakpuasan tersebut pada gilirannya berdampak langsung terhadap kepercayaan diri. Lumbu & Lase (2023) menegaskan bahwasanya persepsi diri yang negatif dapat menurunkan keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri, sehingga membuat remaja lebih rentan terhadap tekanan sosial.

Kepercayaan diri menurut Lauster (2003) adalah keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri untuk mengatasi tantangan, bersikap positif, dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambil. Kepercayaan diri berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang menilai dirinya dan berinteraksi dengan lingkungannya. Santoso (2024) menambahkan bahwasanya pada masa remaja, kepercayaan diri masih sangat labil karena dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti media sosial dan opini sosial. Paparan berulang terhadap figur ideal di media sosial dapat memicu perbandingan sosial dan menimbulkan perasaan tidak cukup baik, yang pada akhirnya menurunkan kepercayaan diri.

Riset sebelumnya mendukung keterkaitan antara tiga variabel utama dalam riset ini. Kurniawan dan Lestari (2020) memperlihatkan bahwasanya aktivitas perbandingan sosial di media sosial memiliki korelasi negatif dengan tingkat kepercayaan diri. Sari dan Hartono (2021) juga menemukan bahwasanya remaja yang sering membandingkan penampilan dengan orang lain di media sosial memiliki tingkat kepuasan tubuh yang lebih rendah. Sementara itu, riset Nugroho dan Sari (2022) mengungkapkan bahwasanya *body image* yang negatif menjadi mediator antara perbandingan sosial dan penurunan kepercayaan diri.

Berdasarkan berbagai teori dan riset terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya *social comparison* dan *body image* memiliki hubungan yang kuat dengan kepercayaan diri remaja. Dalam konteks budaya digital Indonesia yang sarat dengan eksposur visual terhadap standar kecantikan global, fenomena ini menjadi semakin relevan untuk diteliti. Oleh karena itu, riset ini diarahkan untuk menguji hubungan antara perilaku perbandingan sosial (*social comparison*) dan citra tubuh (*body image*) dengan kepercayaan diri remaja secara komprehensif. Riset ini diharapkan dapat memberikan landasan empiris bagi upaya edukasi literasi digital dan pembentukan citra diri positif di kalangan remaja Indonesia.

### 3. METODE PENELITIAN

Riset ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk menguji hubungan antara *social comparison*, *body image*, dan kepercayaan diri remaja di era digital. Populasi dalam riset ini adalah remaja berusia 17–19 tahun yang aktif mengaplikasikan media sosial di Indonesia. Karena ukuran populasi pengguna media sosial remaja di Indonesia tidak diketahui secara pasti (tidak terhingga), penentuan jumlah sampel minimum mengaplikasikan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% ( $Z=1,96$ ) dan margin of error 5% ( $d=0,05$ ), sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 385 responden. Namun, dengan mempertimbangkan kemungkinan kehilangan data (*dropout*) dan untuk memperkuat kekuatan statistik dalam analisis, jumlah sampel akhir yang digunakan adalah 400 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria remaja berusia 17–19 tahun yang aktif mengaplikasikan media sosial Instagram, Facebook, atau TikTok minimal dua jam per hari.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengaplikasikan tiga instrumen riset. Pertama, skala *social comparison* yang dikembangkan berdasarkan teori perbandingan sosial Festinger, terdiri atas dua aspek untuk mengukur kecenderungan individu membandingkan diri dengan orang lain. Kedua, skala *body image* yang diadaptasi dari instrumen yang dikembangkan berdasarkan teori Cash dan Purkinzy, mencakup lima aspek yang mengukur persepsi dan sikap

individu terhadap tubuhnya sendiri. Ketiga, skala kepercayaan diri yang disusun berdasarkan teori Lauster, terdiri atas lima aspek yang mengukur keyakinan dan penghargaan diri remaja. Sebelum digunakan dalam riset utama, ketiga instrumen tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya melalui uji coba pada kelompok kecil responden guna memastikan kelayakan alat ukur.

Data yang telah terkumpul dianalisis mengaplikasikan dua teknik utama. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan intensitas penggunaan media sosial. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh *social comparison* dan *body image* terhadap kepercayaan diri remaja secara simultan. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25.0.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Karakteristik Responden

Riset ini melibatkan 400 remaja berusia 17–19 tahun yang aktif mengaplikasikan media sosial di Indonesia. Sebagian besar responden adalah perempuan sebanyak 290 orang (72,5%), sedangkan laki-laki sebanyak 110 orang (27,5%). Sebaran usia didominasi oleh kelompok usia 18–19 tahun, dengan proporsi 77%. Berdasarkan provinsi, responden terbanyak berasal dari Jawa Barat (24,3%), diikuti oleh Jawa Tengah (13,5%) dan Jawa Timur (9,8%). Karakteristik ini memperlihatkan bahwasanya responden memiliki keterwakilan yang cukup baik dari berbagai wilayah di Indonesia.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden.

Klasifikasi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	110	27,5%
Perempuan	290	72,5%
Usia		
17 tahun	92	23,0%
18 tahun	144	36,0%
19 tahun	164	41,0%
Provinsi (3 Frekuensi Terbanyak)		
Jawa Barat	97	24,3%

Jawa Tengah	54	13,5%
Jawa Timur	39	9,8%
Sekolah (3 Frekuensi Terbanyak)		
SMAN 3 Bandung	13	3,3%
SMAN 2 Medan	9	2,3%
SMAN 1 Semarang	8	2%
Total Responden	400	100%

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, model riset diuji dengan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model.

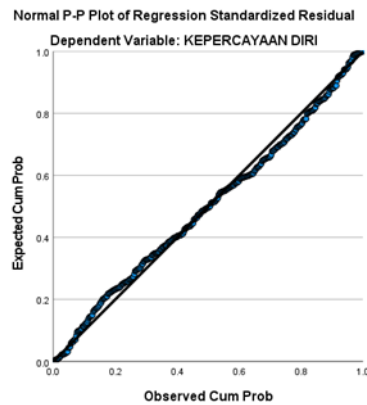
### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwasanya data residual berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,079, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018).

**Tabel 2.** Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Statistik Uji	Nilai
N	400
Mean	0,0000000
<i>Std. Deviation</i>	8,78845397
<i>Absolute</i>	0,043
Positif	0,041
Negatif	-0,043
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,079

Sebaran titik pada *Normal P-P Plot* juga mengikuti garis diagonal, memperkuat bahwasanya data residual terdistribusi normal.



**Gambar 1.** Grafik Normal Probability Plot.

### Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 5 memperlihatkan bahwasanya nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk kedua variabel independen, yaitu *social comparison* dan *body image*, masing-masing sebesar 2,414, sedangkan nilai *tolerance* adalah 0,414 ( $> 0,10$ ). Berdasarkan kriteria Hair et al. (2019), hal ini memperlihatkan bahwasanya tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen.

**Tabel 3.** Hasil Uji Multikolinearitas.

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Konstanta	16,748	2,901	-	5,774	<0,001	-	-
Social Comparison	0,634	0,061	0,510	10,361	<0,001	0,414	2,414
Body Image	0,502	0,079	0,313	6,367	<0,001	0,414	2,414

### Uji Heteroskedastisitas

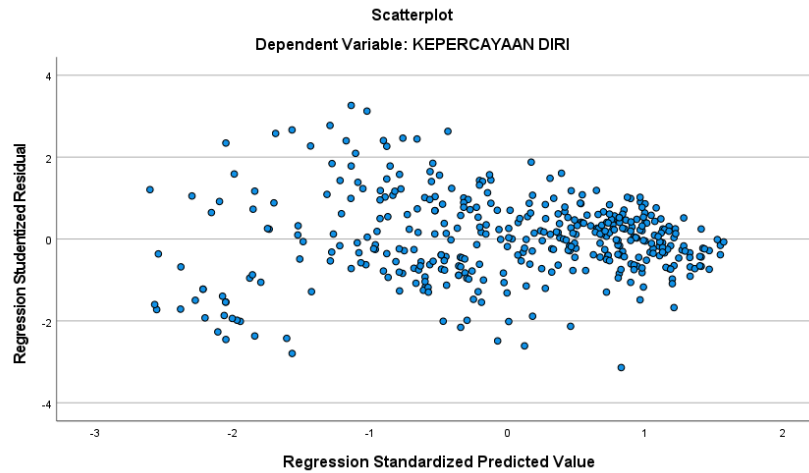
Berdasarkan uji Glejser, tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi. Nilai signifikansi untuk kedua variabel independen sebesar 1,000 ( $> 0,05$ ), sehingga model memenuhi asumsi homoskedastisitas (Wooldridge, 2020).

**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Glejser Test*).

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Konstanta	2,416E-15	2,901	-	0,000	1,000	-	-
<i>Social Comparison</i>	0,000	0,061	0,000	0,000	1,000	0,414	2,414
<i>Body Image</i>	0,000	0,079	0,000	0,000	1,000	0,414	2,414

Sebaran titik pada grafik *scatterplot* juga memperlihatkan pola acak di atas dan di bawah garis horizontal, menandakan varians residual bersifat homogen.





**Gambar 3.** *Scatterplot.*

### Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,829 memperlihatkan tidak adanya autokorelasi, karena nilainya mendekati 2,0 (Wooldridge, 2019). Hal ini menandakan bahwasanya residual antarobservasi bersifat independen.

**Tabel 5.** Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Durbin-Watson
0,776	0,602	0,600	8,81056	1,829

### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda memperlihatkan bahwasanya *Social Comparison* ( $X_1$ ) dan *Body Image* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap *Kepercayaan Diri* ( $Y$ ).

**Tabel 6.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	16,748	2,901	-	5,774	<0,001
<i>Social Comparison</i>	0,634	0,061	0,510	10,361	<0,001
<i>Body Image</i>	0,502	0,079	0,313	6,367	<0,001

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 16,748 + 0,634X_1 + 0,502X_2$$

Hal ini memperlihatkan bahwasanya semakin tinggi tingkat *social comparison* yang positif dan persepsi *body image* yang baik, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri remaja.

## Uji Hipotesis

Hasil uji t memperlihatkan bahwasanya kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri ( $p < 0,001$ ). Hasil uji F juga memperlihatkan nilai F hitung sebesar 300,414 ( $p < 0,001$ ), yang berarti model regresi signifikan secara simultan.

**Tabel 7.** Uji F (Simultan).

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	46639,845	2	23319,923	300,414	<0,001
Residual	30817,532	397	77,626		
Total	77457,378	399			

## Uji Koefisien Determinasi

Nilai *R Square* sebesar 0,602 memperlihatkan bahwasanya *social comparison* dan *body image* mampu menjelaskan 60,2% variasi kepercayaan diri remaja, sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 11.** Uji Koefisien Determinasi.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
0,776	0,602	0,600	8,81056

## Pembahasan

Hasil analisis dalam riset ini memperlihatkan bahwasanya kecenderungan remaja dalam membandingkan diri dengan orang lain di media sosial (*social comparison*) dan cara mereka memandang tubuh (*body image*) sama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri. Berdasarkan hasil regresi, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 60,2% variasi kepercayaan diri remaja, dengan *social comparison* memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan *body image*. Temuan ini memperkuat hasil riset Kurniawan dan Lestari (2020) yang menyatakan bahwasanya aktivitas remaja dalam mengonsumsi konten media sosial berhubungan erat dengan pembentukan rasa percaya diri, serta mendukung temuan Sari dan Hartono (2021) yang menegaskan bahwasanya remaja Indonesia cukup terpengaruh oleh berbagai bentuk representasi sosial dan estetika yang mereka lihat di media digital setiap hari.

Menariknya, kebiasaan membandingkan diri justru memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan diri remaja. Hasil ini agak berbeda dari temuan Vogel et al. (2014) yang banyak mengungkapkan dampak negatif dari perilaku perbandingan sosial terhadap

kesejahteraan psikologis. Kemungkinan, perbedaan ini disebabkan oleh kemampuan adaptif remaja masa kini dalam menyikapi media sosial. Sebagaimana dijelaskan Vogel et al. (2020), remaja tidak hanya melakukan *upward comparison* (membandingkan diri dengan yang lebih unggul), tetapi juga *downward comparison* (membandingkan diri dengan yang kurang beruntung) yang berfungsi sebagai sarana refleksi diri dan motivasi. Hal ini memperlihatkan bahwasanya media sosial tidak selalu menjadi sumber tekanan sosial, tetapi juga dapat menjadi ruang pembelajaran sosial yang konstruktif ketika direspons dengan cara yang sehat.

Selain itu, hasil riset juga memperlihatkan bahwasanya *body image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri remaja. Remaja yang memiliki persepsi positif terhadap tubuhnya cenderung memperlihatkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam pergaulan dan aktivitas sosial. Temuan ini konsisten dengan riset Tiggemann dan Slater (2021), yang menegaskan bahwasanya citra tubuh positif merupakan faktor kunci dalam pembentukan kepercayaan diri remaja, terutama di era media sosial yang sarat dengan konten visual. Sejalan dengan pandangan Cash dan Pruzinsky (2002), penilaian terhadap tubuh tidak hanya mencakup aspek fisik, tetapi juga mencerminkan evaluasi diri secara psikologis yang berpengaruh terhadap kesejahteraan emosional. Dalam konteks ini, remaja yang mampu menerima dan menghargai tubuhnya dengan cara realistis memiliki fondasi psikologis yang lebih kuat untuk membangun kepercayaan diri.

Walaupun media sosial memberikan pengaruh yang cukup besar, hasil riset ini juga mengungkap bahwasanya masih terdapat sekitar 39,8% variabel lain yang turut memengaruhi kepercayaan diri remaja. Hal ini sejalan dengan temuan Lombu dan Lase (2023) serta Van Dijk et al. (2022) yang menyoroti pentingnya dukungan keluarga, pencapaian akademik, serta aktivitas sosial di luar dunia maya dalam membentuk rasa percaya diri. Artinya, meskipun media sosial berperan signifikan, faktor-faktor konvensional dalam perkembangan psikososial remaja tetap tidak dapat diabaikan. Secara keseluruhan, riset ini memberikan pemahaman baru bahwasanya media sosial tidak selalu memberikan dampak negatif terhadap remaja. Jika digunakan secara bijak dan disertai bimbingan dari orang tua serta pendidik, media sosial justru dapat menjadi sarana positif untuk memperkuat rasa percaya diri, menumbuhkan penerimaan diri, serta membangun identitas personal yang sehat di era digital.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil riset terhadap 400 remaja pengguna aktif media sosial, dapat disimpulkan bahwasanya perbandingan sosial (*social comparison*) dan citra tubuh (*body image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri remaja, di mana

kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan 60,2% variasi kepercayaan diri, dengan *social comparison* memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya perbandingan sosial tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat menjadi sumber motivasi apabila dilakukan secara sehat dan reflektif. Hasil riset ini memberikan implikasi praktis bagi orang tua, pendidik, dan pihak sekolah untuk mendampingi remaja dalam mengaplikasikan media sosial melalui pendekatan edukatif yang menekankan pentingnya *social comparison* yang adaptif serta pembentukan citra tubuh yang positif, bukan melalui pembatasan penggunaan media. Riset ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang terbatas dan homogenitas latar belakang, serta variabel yang diteliti hanya mencakup dua faktor utama. Oleh karena itu, riset selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak responden dengan karakteristik yang lebih beragam dan menambahkan variabel lain seperti dukungan sosial, hubungan keluarga, serta kemampuan regulasi emosi. Riset longitudinal juga diperlukan untuk meninjau perkembangan pengaruh media sosial terhadap kepercayaan diri remaja dari waktu ke waktu guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika psikologis remaja di era digital.

## DAFTAR REFERENSI

- Alleva, J. M., Martijn, C., Van Breukelen, G. J., Jansen, A., & Karos, K. (2017). Expand Your Horizon: A programme that improves body image and reduces self-objectification by training women to focus on body functionality. *Body Image*, 21, 81-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.02.001>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2020). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 36, 34-39. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.05.006>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Halliwell, E., & Diedrichs, P. C. (2021). Testing the efficacy of a body image intervention for adolescent girls delivered through Facebook. *Body Image*, 38, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.005>

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Pedoman pelaksanaan stimulasi, deteksi dan intervensi dini tumbuh kembang anak*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kurniawan, D., & Lestari, S. (2020). Pengaruh media sosial terhadap body image dan kepercayaan diri remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 8(2), 45-58.
- Lauster, P. (2003). *Test kepribadian*. Bumi Aksara.
- Lombu, L. R., & Lase, Y. (2023). Peran dukungan sosial keluarga dalam membangun kepercayaan diri remaja pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 15(1), 112-125.
- Nugroho, A., & Sari, D. P. (2022). Literasi media digital dan ketahanan psikologis remaja di era society 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 78-92.
- Prasetyo, B., & Wulandari, R. (2021). Dampak media sosial Instagram terhadap body image remaja perempuan di Indonesia. *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 134-149. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.63921>
- Rahmawati, S., & Putra, A. (2020). Social comparison dan kepuasan hidup pada remaja pengguna aktif media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 67-81.
- Santoso, A. (2024). *Psikologi remaja digital: Tantangan dan peluang di era media sosial*. Pustaka Pelajar.
- Sari, M., & Hartono, R. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kepercayaan diri remaja. *Jurnal Penelitian Media Digital*, 9(1), 23-37.
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2022). The development and validation of the Social Media Appearance Pressure Scale. *Body Image*, 40, 116-125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.005>
- Tiggemann, M. (2011). Mental health risks of self-objectification: A review of the empirical evidence for disordered eating, depressed mood, and sexual dysfunction. In R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn, & J. K. Thompson (Eds.), *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions* (pp. 139-159). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12304-006>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2021). The role of social media in the development of positive body image. In T. L. Tylka & N. Piran (Eds.), *Handbook of Positive Body Image and Embodiment* (pp. 345-356). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190841871.003.0022>
- Van Dijk, M. P., De Jong, P. J., & Peters, M. L. (2022). The impact of social media use on adolescent well-being: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 126, 106-115. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106115>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., & Roberts, L. R. (2020). Social comparison on social media: A meta-analysis. *Psychology of Popular Media*, 9(3), 281-292. <https://doi.org/10.1037/ppm0000264>

- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, self-esteem, and social media: A meta-analysis. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wooldridge, J. M. (2019). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (7th ed.). Cengage Learning.
- Wooldridge, J. M. (2020). *Introductory econometrics: A modern approach* (8th ed.). Cengage Learning.