HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-EFFICACY* PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

oleh

Sukma Khofifa Halimatus Sya'diya

NIM. 220401110088

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-EFFICACY* PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk memenuhi salah satu persayaratan dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Sukma Khofifa Halimatus Sya'diya

NIM. 220401110088

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

MOTTO

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

"Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal."

(QS. Ali Imran: 159)

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ

"Dan janganlah kamu iri hati terhadap karunia yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain.."

(QS. An-Nisa: 32).

"Kenyataan itu pahit, cukup jalani rasakan dan lupakan dengan mudah"

(Penulis)

"*Open your ears, close your mouth, and work as hard as you can*"

(Lee Jun Young)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Alhamdulillahi rabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Perjalanan dalam menyusun penelitian ini bukanlah perjalanan yang singkat maupun mudah. Banyak proses yang harus dilalui, mulai dari rasa lelah, takut, ragu, hingga belajar memahami bahwa setiap langkah kecil tetap berarti. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah hadir, membantu, dan menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati kepada Ibu dan Ayah tercinta. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, cinta yang tidak pernah habis, serta kepercayaan yang begitu besar sehingga penulis diberi kesempatan untuk melangkah, belajar, dan menempuh pendidikan sampai saat ini. Semua perjuangan ini tidak akan pernah berarti tanpa kehadiran dan ridha kalian yang selalu menjadi alasan penulis untuk tetap bertahan dan berusaha.

Untuk adik dan seluruh keluarga besar terutama almarhum kakek dan nenek, yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan menjadi suri teladan bagi seluruh umat hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun, berkat doa, dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si. selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Fina Hidayati, M.A, selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Fuji Astutik, M.Psi dan Ibu Halimatus Sa'diyah, S.Hum., M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang berjasa memberikan arahan dan bimbingan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Psikologi yang telah berbagi ilmu selama 8 semester yang telah ditempuh oleh peneliti.
6. Kepada kedua orang tua yang tercinta ibu dan ayah, yang telah mendoakan, mengusahakan serta memberi dukungan. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, motivasi yang terus mengalir, serta semangat yang selalu diberikan bahkan di saat penulis merasa lelah dan

hampir menyerah. Dukungan, pengorbanan, dan kasih sayang yang tulus menjadi alasan penulis mampu bertahan hingga sampai di titik ini.

7. Teman-teman seperjuangan Dita, Syafina, Talia, Alya, Elok, Raihana, Aditya, Zikri, Rafli, Kiki, yang telah membersamai selama masa awal perkuliahan hingga diakhir. Terimakasih telah menemani dengan tawa, dan penuh kenangan kebahagian yang tak terlupakan. Terima kasih atas segala bantuan, informasi, semangat, kebersamaan, pengalaman yang tak terlupakan oleh penulis.
8. Terima kasih juga kepada Jesica, Liza, Siska, Ike, Rahayu, Lina yang sudah menjadi teman dari awal perkuliahan dan menemani di masa-masa sulit bersama dalam proses sulit ini. Terima kasih atas segala bantuan, informasi, semangat, kebersamaan dan menerima penulis untuk menginap di tempat kos.
9. Terima kasih kepada Qothrun Nada Finaili Alfi Maghfiroh dan Vylla Amel Sabrina yang telah menjadi sahabat dari SMP. Selalu menemani penulis dari suka dan duka, terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan saling menguatkan dalam berbagai proses yang tidak mudah ini. Terima kasih selalu memberikan semangat dan dukungan selalu kepada penulis dalam proses ini.
10. Terima kasih kepada seluruh anggota BTS yang telah menemani penulis dari SMP, melewati masa-masa sulit. Terima kasih telah hadir dan selalu membuat karya yang indah dan menyentuh hati, lewat karya-karya kalian penulis bisa melewati masa- masa sulit ini.
11. Terima kasih juga untuk Naravit Lertratkosum, Jakrapatr Kaewpanpong yang telah membuat karya indah. Melihat kalian yang berjuang dengan semangat dan yang tidak pernah melupakan pendidikan, memberikan semangat untuk penulis untuk terus melanjutkan proses ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Terakhir, yang tidak kalah penting juga untuk diri sendiri. Terima kasih sudah kuat, terima kasih sudah bertahan hingga akhir untuk menjalankan studi ini. Terima kasih karena tidak menyerah dan bertahan sejauh ini, terima kasih karena masih mau memikirkan orang lain dibalik diri sendiri ini, terima kasih mau mendengarkan apa yang diinginkan dan tidak memaksa apa yang memang tidak dipaksa.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Diharapkan skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Malang, 4 Oktober 2026

Sukma Khofifa Halimatus
Sya'diya

NIM. 220401110088

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SKRIPSI i
MOTTO ii
HALAMAN PERSEMBAHAN iii
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xi
الملخص xii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 9
BAB II 11
KAJIAN TEORI 11
A. *Self-efficacy* 11
1. Pengertian *Self-efficacy* 11
2. Faktor-faktor *Self-efficacy* 14
3. Aspek-Aspek *Self-efficacy* 19
4. Dampak Self- Efficacy Pada Perilaku 20
5. *Self-efficacy* Dalam Perspektif Islam 22
B. *Social Comparison* 24
1. Pengertian *Social Comparison* 24
2. Aspek-aspek *Social comparison* 28
3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Social Comparison* 30
4. Arah Perbandingan 32

5. *Social comparison* Dalam Perspektif Islam 33
C. Hubungan Antara *Social comparison* Dengan *Self-efficacy* Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram 36
D. Kerangka Konseptual 38
E. Hipotesis 40
BAB III 41
METODE PENELITIAN 41
A. Pendekatan Penelitian 41
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 43
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 44
E. Teknik Pengumpulan Data 47
F. Validitas dan Reabilitas 53
G. Analisis Data 59
BAB IV 63
HASIL DAN PEMBAHASAN 63
A. Gambaran Umum Penelitian 63
B. Hasil Penelitian 70
C. Pembahasan 79
BAB V 96
PENUTUP 96
A. Simpulan 96
B. Keterbatasan Penelitian 97
C. Saran 97
DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN 104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blue Print Skala Social Comparison 50

Tabel 3.2 Skoring Skala Social Comparison 51

Tabel 3.3 Blue Print Skala Self-Efficacy 52

Tabel 3.4 Skoring Skala Self-Efficacy 53

Tabel 3.5 Uji Validitas Social Comparison (X) 55

Tabel 3.6 Uji Validitas Self-Efficacy (Y) 56

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Social Comparison (X) 58

Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Self-Efficacy (Y) 58

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 67

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas 68

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan 70

Tabel 4.5 Deskripsi Data Social Comparison 71

Tabel 4.6 Kategorisasi Social Comparison 72

Tabel 4.7 Deskripsi Data Self-Efficacy 73

Tabel 4.8 Uji Linearitas 77

Tabel 4.9 Uji Hipotesis (Spearman Rank Test) 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Social Comparison 72

Gambar 4.2 Diagram Self-Efficacy 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Blueprint Skala Social Comparison 104
Lampiran 2. Blueprint Skala Self-Efficacy 105
Lampiran 3. Instrumen Penelitian di GForm 106
Lampiran 4. Analisis Data 110
Lampiran 5. Turnitin 111

ABSTRAK

Sya'diya, Sukma Khofifa Halimatus. 2026. *Hubungan Social Comparison dengan Self-efficacy pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram*. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing: Fuji Astutik, M.Psi., Halimatus Sa'diyah, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa yang memungkinkan terjadinya perbandingan sosial (*social comparison*). Karakteristik Instagram yang bersifat visual dan menampilkan konten hasil kurasi, seperti pencapaian akademik, pengalaman magang, aktivitas organisasi, dan gaya hidup, membuat mahasiswa terpapar pada kehidupan orang lain yang tampak ideal. Paparan tersebut dapat memicu kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain yang berdampak pada keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya (*self-efficacy*). Salah satu aspek psikologis yang penting bagi mahasiswa dalam menghadapi tuntutan akademik, mempertahankan motivasi, dan menunjukkan ketekunan adalah *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *social comparison*, tingkat *self-efficacy*, serta hubungan antara *social comparison* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek penelitian terdiri dari mahasiswa aktif S1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang aktif menggunakan Instagram dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah subjek pada penelitian ini berjumlah 300 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring berbasis Google Form menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur *social comparison* serta *General Self-Efficacy Scale* (GSE) untuk mengukur *self-efficacy*. Data dianalisis menggunakan korelasi *Spearman's rho* karena data tidak berdistribusi normal, dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* mahasiswa sebagian besar berada pada kategori sedang (69%), demikian pula *self-efficacy* yang sebagian besar berada pada kategori sedang (81%). Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan dengan tingkat hubungan cukup kuat antara *social comparison* dan *self-efficacy* dengan nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan *social comparison* di Instagram, maka semakin rendah *self-efficacy* yang dimiliki. Sebaliknya, semakin rendah *social comparison*, maka *self-efficacy* cenderung semakin tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya penggunaan media sosial yang bijaksana serta upaya penguatan *self-efficacy* mahasiswa agar tidak menjadikan pencapaian orang lain sebagai satu-satunya standar dalam menilai kemampuan dirinya.

Kata kunci: *social comparison*, *self-efficacy*, mahasiswa, Instagram

ABSTRACT

Sya'diya, Sukma Khofifa Halimatus. 2026. *The Relationship Between Social Comparison and Self-Efficacy Among Instagram-Using University Students*. Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisors: Fuji Astutik, M.Psi., Halimatus Sa'diyah, M.Pd.

This study was motivated by the increasing use of Instagram among university students, which creates opportunities for social comparison. Because Instagram is a visual platform that displays curated content, such as academic achievements, internship experiences, organizational activities, and lifestyle, students are constantly exposed to the seemingly ideal lives of others. This exposure may trigger a tendency to compare themselves with others, which can affect students' belief in their own abilities (self-efficacy). Self-efficacy is an important psychological aspect for students in facing academic demands, maintaining motivation, and showing persistence, and refers to an individual's belief in their capability to organize and carry out the actions required to achieve certain goals. This study aimed to determine the level of social comparison, the level of self-efficacy, and the relationship between social comparison and self-efficacy among students who use Instagram.

The research employed a quantitative approach with a correlational design. The subjects were active undergraduate students of Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang who actively use Instagram, selected through purposive sampling, with a total of 300 participants. Data were collected through an online questionnaire using Google Form, with the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) to measure social comparison and the General Self-Efficacy Scale (GSE) to measure self-efficacy. Because the data were not normally distributed, they were analyzed using Spearman's rho correlation with SPSS version 25. The results showed that most students had a moderate level of social comparison (69%) and a moderate level of self-efficacy (81%). The correlation analysis revealed a significant negative relationship of moderate-to-strong strength between social comparison and self-efficacy, with a correlation coefficient of -0.532 and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). This indicates that the higher students' tendency to engage in social comparison on Instagram, the lower their self-efficacy, and conversely, the lower the social comparison, the higher the self-efficacy tends to be. These findings emphasize the importance of wise social media use and of strengthening students' self-efficacy so that they do not use others' achievements as the sole standard for judging their own abilities.

Keywords: social comparison, self-efficacy, university students, Instagram.

الملخص

سعدية، سوكما خفيفة حليمة. 2026. العلاقة بين المقارنة الاجتماعية والكفاءة الذاتية لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام. رسالة جامعية، كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفتان: فوجي أستوتيك، ماجستير في علم النفس؛ حليمة السعدية، ماجستير في التربية.

انطلقت هذه الدراسة من ظاهرة تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الطلبة، الأمر الذي يتيح حدوث المقارنة الاجتماعية. ونظرًا لأن إنستغرام منصة بصرية تعرض محتوى منتقى بعناية، مثل الإنجازات الأكاديمية وتجارب التدريب الميداني والأنشطة التنظيمية وأنماط الحياة، فإن الطلبة يتعرضون لحياة الآخرين التي تبدو مثالية. وقد يدفع هذا التعرض إلى الميل لمقارنة الذات بالآخرين، مما يؤثر في اعتقاد الطلبة بقدراتهم الذاتية (الكفاءة الذاتية). وتُعد الكفاءة الذاتية من أهم الجوانب النفسية للطلبة في مواجهة المتطلبات الأكاديمية والحفاظ على الدافعية وإظهار المثابرة، وهي اعتقاد الفرد في قدرته على تنظيم الأفعال وتنفيذها لتحقيق أهداف معينة. وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى المقارنة الاجتماعية ومستوى الكفاءة الذاتية، وكذلك العلاقة بين المقارنة الاجتماعية والكفاءة الذاتية لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام.

استخدمت الدراسة المنهج الكمي بتصميم ارتباطي. وتكوّن أفراد الدراسة من طلبة المرحلة الجامعية الأولى النشطين في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج ممن يستخدمون إنستغرام بنشاط، وقد اختيروا بأسلوب العينة الغرضية (القصدية)، وبلغ عددهم 300 فرد. جُمعت البيانات عبر استبانة إلكترونية على منصة نماذج جوجل باستخدام مقياس أيوا-هولندا لتوجه المقارنة لقياس المقارنة الاجتماعية، ومقياس الكفاءة الذاتية العامة لقياس الكفاءة الذاتية. وحُللت البيانات باستخدام معامل ارتباط سبيرمان رو لأن البيانات لم تكن موزعة توزيعًا طبيعيًا، وذلك بمساعدة برنامج إس بي إس إس (SPSS) الإصدار 25.

أظهرت نتائج الدراسة أن المقارنة الاجتماعية لدى معظم الطلبة جاءت في الفئة المتوسطة (69%)، وكذلك الكفاءة الذاتية جاءت في معظمها في الفئة المتوسطة (81%). وبيّن تحليل الارتباط وجود علاقة سلبية دالة ذات مستوى متوسط إلى قوي نسبيًا بين المقارنة الاجتماعية والكفاءة الذاتية، بمعامل ارتباط قدره −0,532 ومستوى دلالة 0,000 ($p < 0,05$). ويدل ذلك على أنه كلما ارتفع ميل الطلبة إلى المقارنة الاجتماعية على إنستغرام انخفضت كفاءتهم الذاتية، وعلى العكس، كلما انخفضت المقارنة الاجتماعية مالت الكفاءة الذاتية إلى الارتفاع. وتؤكد هذه النتيجة أهمية الاستخدام الحكيم لوسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية تعزيز الكفاءة الذاتية لدى الطلبة حتى لا يجعلوا إنجازات الآخرين المعيار الوحيد لتقييم قدراتهم.

الكلمات المفتاحية: المقارنة الاجتماعية، الكفاءة الذاتية، الطلبة، إنستغرام.

.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membuka era perubahan pada penggunaan media sosial di Indonesia. Media sosial telah menjadi bagian penting yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Di era digital saat ini, hampir setiap individu bisa memiliki akses dengan mudah di semua platform media sosial yang memfasilitasi komunikasi, ekspresi diri, dan pembentukan identitas sosial.

Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa dari total populasi 278,69 juta penduduk, sehingga tingkat penetrasi internet mencapai 79,5%. Angka ini juga memperlihatkan adanya perubahan sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini juga didukung oleh hasil data dari *We Are Social* (2023), menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 130 juta pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa.

Salah satu platform media sosial yang populer di kalangan mahasiswa adalah Instagram. Hal ini juga didukung oleh hasil data dari NapoleonCat (2024), mengatakan jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar

89,9 juta orang atau 31,4% dari total populasi, dengan mayoritas pengguna adalah perempuan (54,9%). Pengguna terbanyak berada pada rentang usia 25–34 tahun, sementara perbedaan jumlah pengguna laki-laki dan perempuan paling mencolok terjadi pada kelompok usia 18–24 tahun. Data ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa

Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, serta informasi mengenai aktivitas sehari-hari, pencapaian akademik, pengalaman organisasi, dan gaya hidup. Karakteristik Instagram yang bersifat visual serta menampilkan konten yang telah dikurasi menjadikan platform ini sebagai ruang interaksi sosial yang intens. Kondisi tersebut membuka peluang terjadinya perbandingan sosial, terutama ketika mahasiswa terpapar pada pencapaian dan kehidupan orang lain yang tampak ideal.

Menurut Festinger (1954), *social comparison* yaitu proses di mana individu menilai kemampuan, pendapat, dan pencapaian dirinya dengan membandingkannya dengan orang lain. Dalam konteks media sosial, proses perbandingan sosial menjadi lebih intens karena individu secara terus-menerus terpapar pada representasi diri orang lain. *Social comparison* tidak hanya terjadi sebagai proses sesaat, tetapi juga menjadi kecenderungan individu dalam memperhatikan dan membandingkan dirinya dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam perkembangannya, *social comparison* dapat terjadi dalam dua arah, yaitu *upward social comparison* ketika membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih unggul, maupun *downward social comparison* ketika membandingkan diri dengan orang yang dianggap berada di bawahnya Wood (1989). Namun demikian, penelitian ini lebih menekankan pada kecenderungan umum individu dalam membandingkan diri (*social comparison* orientation), yaitu sejauh mana individu memiliki perhatian, minat, dan frekuensi dalam membandingkan dirinya dengan orang lain.

Meskipun *social comparison* merupakan proses psikologis yang secara alami terjadi dalam kehidupan sosial sehari-hari, karakteristik media sosial Instagram menjadikan proses tersebut berlangsung secara lebih intens dan sistematis. Dalam konteks interaksi langsung di dunia nyata, individu umumnya melakukan perbandingan sosial dengan kelompok referensi yang relatif terbatas, seperti teman sebaya di lingkungan perkuliahan atau organisasi, sehingga informasi yang diperoleh masih mencerminkan kondisi yang relatif seimbang. Namun, Instagram menghadirkan ruang sosial yang menampilkan representasi diri yang telah melalui proses seleksi dan kurasi, di mana pengguna cenderung mengunggah pencapaian, pengalaman positif, dan citra diri ideal. Paparan yang terus-menerus terhadap konten tersebut memperluas kelompok pembanding dan meningkatkan kecenderungan terjadinya *social comparison*. Kondisi ini berpotensi mendorong individu untuk mengevaluasi dirinya secara negatif ketika merasa tidak mampu menyamai standar yang

ditampilkan, sehingga dapat berdampak pada penurunan *self-efficacy* mahasiswa.

Dalam konteks mahasiswa, keyakinan terhadap kemampuan diri atau *self-efficacy* merupakan aspek psikologis yang penting. Bandura (1997) menjelaskan *self-efficacy* sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Mahasiswa dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih mampu menghadapi tantangan akademik, mempertahankan motivasi, serta menunjukkan ketekunan dalam menyelesaikan tugas. Sebaliknya, mahasiswa dengan *self-efficacy* yang rendah dapat menghambat pencapaian akademik dan perkembangan pribadi.

Penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara penggunaan media sosial dan *self-efficacy* oleh penelitian (Amalina & Utami, 2025) yang menemukan adanya hubungan signifikan antara penggunaan media sosial dan *self-efficacy* pada remaja putri (p = 0,000). Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas dan pola penggunaan media sosial berperan dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, sehingga media sosial menjadi faktor psikososial yang relevan dalam pembentukan *self-efficacy*. Selain itu penelitian yang dilakukan (Fatma & Dewi, 2017) menunjukkan tingkat *self-efficacy* pada mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor sosial di era digital, termasuk interaksi dan perbandingan sosial dalam media sosial instagram, berpotensi berhubungan dengan *self- efficacy* mahasiswa.

Hasil wawancara awal dengan mahasiswa pengguna aktif Instagram menunjukkan bahwa paparan konten ideal, seperti pencapaian akademik, pengalaman magang, maupun representasi gaya hidup, aktivitas organisasi, perkembangan diri, maupun keterlibatan dalam kegiatan kampus, hal tersebut yang memicu individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain. Beberapa informan menyatakan bahwa melihat unggahan prestasi teman sebaya membuat mereka merasa tertinggal dan ragu terhadap kemampuan diri. Salah satu informan menyampaikan:

"Kalau lihat teman posting sertifikat lomba atau magang, aku langsung kepikiran, kok aku belum punya apa-apa ya. Rasanya seperti tertinggal. Kadang jadi kepikiran, apa aku sebenarnya mampu nggak ya kayak mereka. Jadi agak minder dan kurang yakin sama kemampuan sendiri." (J.K:2025)

Fenomena ini menunjukkan bahwa *social comparison* di Instagram tidak hanya berdampak pada aspek emosional, tetapi juga memengaruhi keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan diri (*self-efficacy*). Paparan konten ideal dapat menurunkan *self-efficacy*, terutama bagi individu yang kurang percaya diri, sedangkan individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung memandang *social comparison* sebagai motivasi (Yukai, 2023). Informan lain juga mengungkapkan bahwa paparan terhadap kehidupan yang tampak ideal di media sosial menimbulkan keraguan terhadap kemampuan diri:

"Kadang lihat Instagram itu kayak semua orang hidupnya sudah jadi, punya pencapaian, punya circle yang bagus, hidupnya kelihatan stabil, saya jadi merasa belum sampai ke tahap itu, dan kadang jadi nggak yakin apakah saya bisa mencapai hal yang sama."(S:2025)

Kondisi ini mengarah pada rendahnya *self-efficacy*, karena individu mulai meragukan kemampuannya untuk mencapai standar yang dimiliki orang lain. Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat memicu munculnya keraguan terhadap kemampuan diri mahasiswa akibat paparan unggahan prestasi orang lain. Namun, terdapat pula informan yang menyatakan bahwa tidak semua perbandingan sosial memberikan dampak negatif di Instagram justru dapat menjadi sumber motivasi untuk meningkatkan kemampuan diri. Salah satu informan menyatakan:

"Aku memang sering bandingin diri sama orang lain di Instagram, apalagi kalau lihat yang lebih sukses atau lebih aktif. Tapi aku coba anggap itu sebagai motivasi, kalau lihat orang lain bisa, aku jadi mikir aku juga harus bisa. Jadi lebih semangat buat belajar dan mencoba hal baru." (L.I: 2025)

Hal ini menunjukkan bahwa dampak *social comparison* tidak selalu memberikan dampak negatif, tergantung pada bagaimana individu memaknai informasi yang diperoleh dari lingkungan sosialnya. Dalam situasi ini, perbandingan dengan orang lain justru dapat meningkatkan *self-efficacy*, karena individu merasa bahwa dirinya juga mampu mencapai hal serupa, sehingga muncul motivasi untuk lebih berusaha dan mengembangkan

kemampuan diri. Meskipun demikian, informan yang memiliki kecenderungan *self-efficacy* lebih rendah lebih sering merasakan tekanan dan perasaan tidak mampu ketika melakukan upward *social comparison*.

Temuan ini menunjukkan bahwa dampak *social comparison* di Instagram terhadap *self-efficacy* bersifat bervariasi dan dipengaruhi oleh kondisi psikologis individu. Secara keseluruhan, hasil wawancara awal ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang penting terjadinya *social comparison* di kalangan mahasiswa dan berpotensi memengaruhi keyakinan mereka terhadap kemampuan diri. Hal ini memperkuat urgensi penelitian mengenai hubungan antara *social comparison* dan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Penelitian terdahulu telah mengkaji *social comparison* dengan berbagai variabel psikologis, namun kajian yang secara spesifik menghubungkan *social comparison* di media sosial Instagram dengan *self-efficacy* pada mahasiswa masih terbatas. Studi oleh (Fardouly et al., 2015) lebih berfokus pada dampak *social comparison* terhadap *body image* dan suasana hati, dengan subjek perempuan muda serta menggunakan platform Facebook, sehingga belum menggambarkan secara spesifik dinamika perbandingan sosial pada mahasiswa pengguna Instagram. Penelitian Safira (2021) menemukan bahwa *social comparison* berhubungan dengan *self-efficacy* pada *fresh graduate*, namun konteks subjeknya berbeda karena responden sudah tidak berada dalam lingkungan akademik aktif dan penelitian tersebut tidak dikaitkan secara khusus dengan penggunaan Instagram sebagai media sosial utama. Sementara

itu, penelitian (Panjaitan & Rahmasari, 2021) menunjukkan bahwa *social comparison* berhubungan dengan *subjective well-being* pada pengguna Instagram, yang berkaitan dengan kesejahteraan psikologis dan evaluasi diri, namun belum mengkaji *self-efficacy* sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi tuntutan akademik. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang relevan.

Perbedaan konteks platform, karakteristik subjek, dan fokus variabel dalam penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana *social comparison* di Instagram berhubungan dengan *self-efficacy* pada mahasiswa sebagai kelompok pengguna aktif media sosial yang sedang berada dalam fase penting perkembangan akademik dan identitas diri. Mahasiswa tidak hanya berhadapan dengan tuntutan akademik, tetapi juga tekanan sosial untuk menunjukkan pencapaian, kompetensi, dan keberhasilan di ruang digital seperti Instagram. Oleh karena itu, memahami bagaimana proses perbandingan sosial yang terjadi di Instagram berhubungan dengan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya menjadi penting untuk dikaji secara lebih spesifik dan kontekstual.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* di media sosial Instagram berpotensi memengaruhi *self-efficacy* mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara *social comparison* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram menjadi penting untuk dilakukan untuk memperoleh gambaran

empiris mengenai bagaimana perbandingan sosial di media sosial berhubungan dengan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial dan psikologi media, terkait pengaruh *social comparison* di media sosial terhadap *self-efficacy*.
2. Menjadi tambahan referensi akademik untuk penelitian selanjutnya mengenai dinamika psikologis penggunaan Instagram pada mahasiswa.

Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

   Memberikan pemahaman mengenai dampak *social comparison* terhadap keyakinan diri (*self-efficacy*), sehingga mahasiswa dapat lebih bijak menggunakan media sosial.

2. Bagi Pihak Kampus / Institusi Pendidikan

   Menjadi dasar pertimbangan dalam merancang program intervensi, konseling, atau literasi digital untuk meningkatkan *self-efficacy* dan mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Menjadi referensi penelitian terkait *social comparison* dan *self-efficacy*, khususnya dalam konteks media sosial Instagram, serta membuka peluang untuk penelitian dengan variabel atau metode yang lebih varian.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Self-efficacy*

1. Pengertian *Self-efficacy*

Self-efficacy dapat dipahami sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mencapai tingkat kinerja yang berperan dalam mengendalikan berbagai pertistiwa yang dapat mempengaruhi kehidupannya. Dalam konteks mahasiswa pengguna media sosial terutama instagram, *self-efficacy* berkaitan dengan keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi tuntutan akademik, mengembangkan potensi, serta merespons pencapaian orang lain yang ditampilkan di media sosial. Keyakinan terhadap *self-efficacy* memengaruhi cara individu merasakan, memproses pikiran, memotivasi dirinya, serta menampilkan perilaku tertentu (Bandura, 1994: 1).

Menurut Bandura dan Wood dalam Ghufron & Risnawati, (2010: 74) efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengaktifkan motivasi, mengelola proses kognitif, serta mengarahkan tindakan yang diperlukan untuk menghadapi dan memenuhi tuntutan suatu situasi. Keyakinan tersebut memengaruhi cara individu berpikir, merasa, dan bertindak ketika menghadapi berbagai tantangan, sehingga berperan penting dalam keberhasilan individu dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Individu yang memiliki efikasi diri tinggi meyakini bahwa dirinya mampu melakukan tindakan yang dapat memengaruhi dan mengubah kondisi di sekitarnya. Sebaliknya, individu dengan efikasi diri rendah cenderung memandang dirinya tidak memiliki kemampuan untuk menghadapi berbagai tuntutan yang dihadapi. Dalam kondisi yang penuh tantangan, individu dengan efikasi diri rendah lebih mudah menyerah, sedangkan individu dengan efikasi diri tinggi menunjukkan upaya yang lebih besar dan ketekunan dalam menghadapi kesulitan. Sejalan dengan hal tersebut, Gist mengemukakan bahwa efikasi diri memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi individu untuk menyelesaikan tugas-tugas yang menantang guna mencapai tujuan tertentu (Ghufron & Risnawati, 2010: 76)

Menurut Solihah & Frendika (2023), *Self-efficacy* merupakan keyakinan yang muncul dari proses kognitif individu, yang tercermin dalam penilaian dan keputusan mengenai sejauh mana kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam konteks mahasiswa pengguna media sosial Instagram, *self-efficacy* merujuk pada kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi kapasitas dirinya secara objektif ketika menghadapi tuntutan akademik serta paparan pencapaian dan keberhasilan orang lain yang dapat memicu terjadinya perbandingan sosial.

Adapun menurut (alwisol, 2017: 303) efikasi diri merupakan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam melakukan suatu

tindakan tertentu. Penilaian ini mencakup keyakinan individu mengenai sejauh mana ia mampu atau tidak mampu melaksanakan tugas sesuai dengan tuntutan yang ditetapkan, baik dalam kondisi yang dinilai tepat maupun kurang tepat. Oleh karena itu, efikasi diri berperan penting dalam menentukan bagaimana individu memandang kemampuannya dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan.

Selanjutnya, konsep *self-efficacy* dikembangkan oleh Ralf Schwarzer dan Matthias Jerusalem melalui pengembangan *General Self-efficacy Scale* (GSE), yaitu instrumen yang digunakan untuk menilai keyakinan umum individu dalam menghadapi berbagai situasi kehidupan. Dalam konteks ini, *self-efficacy* merujuk pada kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam mengatasi hambatan, menghadapi tantangan, serta mencapai tujuan melalui usaha dan ketekunan. Skala GSE terdiri dari 10 item dan telah banyak dimanfaatkan dalam penelitian lintas budaya untuk mengukur tingkat keyakinan diri individu dalam menghadapi berbagai tuntutan dan permasalahan kehidupan (Barahona et al., 2018).

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola proses kognitif, mengaktifkan motivasi, serta mengarahkan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan menghadapi tuntutan situasi tertentu. *Self-efficacy* juga mencerminkan evaluasi individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas, mempertahankan ketekunan, dan merespons tantangan yang dihadapi.

Dalam konteks mahasiswa pengguna media sosial Instagram, *self-efficacy* berkaitan dengan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam menghadapi tuntutan akademik, mengembangkan potensi diri, serta menilai dan menyikapi pencapaian orang lain yang ditampilkan di media sosial. Proses perbandingan sosial yang muncul akibat paparan konten ideal di Instagram berpotensi memengaruhi penilaian mahasiswa terhadap kemampuan dirinya, sehingga *self-efficacy* menjadi faktor psikologis penting yang berperan dalam menentukan bagaimana mahasiswa memotivasi diri, berpikir, serta berperilaku dalam menghadapi tantangan akademik dan sosial.

2. Faktor-faktor *Self-efficacy*

Self-efficacy tidak muncul secara instan, tetapi berkembang melalui berbagai pengalaman serta proses psikologis yang dialami oleh individu. Menurut Bandura (1997) efikasi diri itu dapat diperoleh, diubah, ditingkatkan atau diturunkan melalui faktor utama, yaitu:

a. Pengalaman Keberhasilan (*mastery experience*)

   Merupakan informasi yang memiliki peran penting dalam memengaruhi *self-efficacy* individu karena bersumber dari pengalaman pribadi individu yang dialami secara langsung, baik berupa keberhasilan maupun kegagalan. Keberhasilan yang diperoleh individu akan meningkatkan tingkat *self-efficacy*, sementara kegagalan yang dialami dapat menurunkannya.

Namun, ketika *self-efficacy* telah terbentuk secara kuat melalui rangkaian pengalaman sukses, pengaruh negatif dari kegagalan yang bersifat umum akan berkurang. Bahkan, kegagalan tersebut dapat dihadapi melalui berbagai upaya yang justru memperkuat motivasi diri, terutama ketika individu menyadari berdasarkan pengalamannya bahwa hambatan yang paling sulit sekalipun dapat diatasi melalui usaha yang dilakukan secara terus-menerus (Ghufron & Risnawati, 2010: 78). Pencapaian keberhasilan dapat memberikan pengaruh yang berbeda terhadap efikasi diri, bergantung pada proses yang dilalui dalam mencapainya (alwisol, 2017 : 304):

1) Semakin tinggi tingkat kesulitan tugas yang berhasil diselesaikan, maka peningkatan efikasi diri yang dirasakan individu akan semakin besar.
2) Keberhasilan yang dicapai melalui usaha mandiri cenderung lebih meningkatkan efikasi diri dibandingkan keberhasilan yang diperoleh melalui kerja kelompok atau dengan bantuan orang lain.
3) Kegagalan dapat menurunkan efikasi diri, terutama ketika individu merasa telah mengerahkan usaha secara maksimal.
4) Kegagalan yang terjadi dalam kondisi emosional yang kurang stabil atau penuh tekanan tidak memberikan

dampak negatif sebesar kegagalan yang dialami dalam kondisi optimal.

5) Kegagalan yang dialami setelah individu memiliki keyakinan efikasi diri yang kuat tidak berdampak seburuk kegagalan yang dialami oleh individu dengan tingkat efikasi diri yang masih rendah.
6) Individu yang terbiasa mengalami keberhasilan, apabila sesekali mengalami kegagalan, umumnya tidak akan mengalami penurunan efikasi diri yang signifikan.

b. Pengalaman Vikarius (*vicatious experience*)

Efikasi diri dapat terbentuk melalui pembelajaran vikarius atau model sosial. Keyakinan individu terhadap kemampuannya akan meningkat ketika ia mengamati keberhasilan orang lain. Sebaliknya, efikasi diri cenderung menurun apabila individu menyaksikan kegagalan orang lain yang memiliki kemampuan relatif setara dengan dirinya. Apabila figur yang diamati memiliki perbedaan yang cukup jauh dengan pengamat, maka pengaruh pembelajaran vikarius menjadi kurang signifikan. Namun, ketika individu mengamati kegagalan figur yang setara dengan dirinya, hal tersebut dapat menimbulkan keengganan untuk mencoba kembali tugas yang sebelumnya gagal dilakukan oleh figur tersebut dalam jangka waktu tertentu (alwisol, 2017 : 305). Sejalan dengan hal tersebut, Mengamati keberhasilan

individu lain yang memiliki kemampuan setara dalam menyelesaikan suatu tugas dapat meningkatkan efikasi diri seseorang untuk melakukan tugas yang sama. Sebaliknya, ketika individu menyaksikan kegagalan orang lain, hal tersebut dapat menurunkan penilaian terhadap kemampuan dirinya sendiri serta mendorong individu untuk mengurangi usaha yang dilakukan (Ghufron & Risnawati, 2010 : 78).

c. Persuasi Verbal (*verbal persuasion*)

Persuasi verbal merupakan salah satu sumber pembentukan efikasi diri yang dilakukan melalui pemberian arahan, dukungan, saran, serta bimbingan kepada individu. Melalui proses ini, individu dibantu untuk menumbuhkan keyakinan terhadap kemampuan yang dimilikinya sehingga lebih percaya diri dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Individu yang menerima penguatan secara verbal umumnya menunjukkan kecenderungan untuk meningkatkan usaha dan ketekunan dalam menghadapi tugas atau tantangan tertentu. Meskipun Bandura (1997), menyatakan bahwa pengaruh persuasi verbal tergolong lebih lemah dibandingkan sumber efikasi diri lainnya, karena tidak didasarkan pada pengalaman langsung maupun pengamatan terhadap keberhasilan nyata. Dalam kondisi yang penuh tekanan emosional atau ketika individu mengalami kegagalan secara berulang, pengaruh

sugesti dan dorongan verbal tersebut cenderung cepat berkurang, terutama apabila individu dihadapkan pada pengalaman yang bersifat negatif atau tidak menyenangkan (Ghufron & Risnawati, 2010 : 79).

d. Pembangkitan Emosi (*emotional/physiological state*)

Keadaan emosional yang menyertai suatu aktivitas dapat memengaruhi tingkat efikasi diri individu dalam menjalankan aktivitas tersebut. Emosi yang kuat seperti rasa takut, cemas, dan stres cenderung menurunkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas. Namun, peningkatan emosi yang berada dalam batas wajar justru dapat memberikan dampak positif, karena mampu meningkatkan kesiapan dan motivasi individu dalam menghadapi tantangan. Perubahan perilaku akan terjadi apabila sumber pembentuk ekspektasi efikasi diri mengalami perubahan. Oleh karena itu, penguatan *self-efficacy* sering dimanfaatkan sebagai upaya untuk membantu individu mengatasi berbagai kesulitan serta meningkatkan kemampuan adaptasi perilaku, khususnya pada individu yang mengalami permasalahan perilaku, sehingga individu terdorong untuk menunjukkan perilaku yang lebih positif dan efektif (alwisol, 2017 : 305-306).

3. Aspek-Aspek *Self-efficacy*

Self-efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai tuntutan dan tantangan kehidupan. Menurut Schwarzer dan Jerusalem (1995), dalam konsep *general self-efficacy*, keyakinan ini bersifat umum dan berkaitan dengan kemampuan individu dalam menghadapi berbagai situasi sulit. Meskipun skala *General Self-efficacy Scale* (GSE) bersifat unidimensional, namun konsep *self-efficacy* tetap dapat dipahami melalui beberapa aspek yang mencerminkan keyakinan individu dalam mengatasi hambatan dan menyelesaikan tugas (Escalona et al., 2024).

a. Keyakinan terhadap Kemampuan Mengatasi Tantangan

   Aspek ini berkaitan dengan keyakinan individu bahwa dirinya mampu menghadapi berbagai kesulitan dalam kehidupan. Individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung yakin dapat menyelesaikan masalah dan menemukan solusi, sedangkan individu dengan *self-efficacy* rendah lebih mudah merasa ragu terhadap kemampuannya.

b. Keyakinan dalam Menghadapi Hambatan

   Aspek ini menggambarkan keyakinan individu dalam menghadapi berbagai hambatan atau kesulitan selama mencapai tujuan. Individu dengan *self-efficacy* tinggi tidak mudah menyerah karena percaya bahwa hambatan dapat diatasi dengan usaha dan strategi yang tepat.

c. Ketekunan dalam Menyelesaikan Tugas

Aspek ini menunjukkan tingkat kegigihan dan ketekunan individu dalam menyelesaikan tugas atau tujuan yang diinginkan. Individu dengan *self-efficacy* tinggi tetap berusaha meskipun menghadapi kesulitan atau kegagalan, sedangkan individu dengan *self-efficacy* rendah cenderung lebih cepat menyerah.

d. Keyakinan dalam Mengontrol Situasi

Aspek ini berkaitan dengan keyakinan individu dalam mengendalikan atau mengelola situasi yang dihadapi. Individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung merasa mampu mengelola keadaan, sehingga lebih siap menghadapi tekanan atau stres yang muncul (Escalona et al., 2024).

4. Dampak Self- Efficacy Pada Perilaku

Keyakinan *self-efficacy* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku individu dalam berbagai situasi kehidupan. Pajares (2002) dalam (Sho'imah, 2010) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memengaruhi perilaku individu melalui beberapa aspek utama, antara lain sebagai berikut.

a. *Self-efficacy* berpengaruh terhadap pilihan yang dibuat serta tindakan yang dilakukan individu dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Individu cenderung memilih aktivitas atau tantangan yang diyakini sesuai dengan kemampuan dirinya,

serta menghindari tugas yang dianggap berada di luar kapasitasnya. Keyakinan akan kemampuan diri tersebut mendorong individu untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan yang menantang dan memberikan peluang untuk mengembangkan potensi diri. Dengan demikian, *self-efficacy* turut menentukan pengalaman yang diperoleh individu dan memperluas kesempatan bagi individu untuk mengendalikan serta mengarahkan kehidupannya secara lebih mandiri.

b. *Self-efficacy* juga menentukan besarnya usaha yang dikeluarkan individu, tingkat ketekunan dalam menghadapi kesulitan, serta daya tahan ketika menghadapi hambatan atau kegagalan. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung menunjukkan usaha yang lebih besar dan tidak mudah menyerah saat dihadapkan pada rintangan. Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* rendah lebih mudah mengalami keraguan, mengurangi usaha, atau bahkan menghentikan upaya ketika menghadapi situasi yang menantang. Hal ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam membentuk sikap pantang menyerah dan ketahanan individu dalam menghadapi kondisi yang tidak menguntungkan.

c. Selain itu, *self-efficacy* memengaruhi kondisi emosional individu, khususnya tingkat stres dan kecemasan yang dialami saat melaksanakan tugas. Individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya cenderung mengalami tingkat stres dan kegelisahan yang lebih rendah, karena mereka memandang tuntutan tugas sebagai tantangan yang dapat diatasi. Sebaliknya, rendahnya *self-efficacy* dapat meningkatkan kecemasan dan tekanan psikologis, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya kinerja dan pencapaian prestasi. Oleh karena itu, *self-efficacy* tidak hanya berpengaruh pada perilaku, tetapi juga berkontribusi terhadap keberhasilan individu dalam mencapai prestasi yang optimal.

5. *Self-efficacy* Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan dapat dikaitkan dengan nilai ikhtiar dan tawakal kepada Allah Swt. (Noornajihan, 2014) menjelaskan bahwa individu dengan *self-efficacy* yang tinggi pada umumnya memiliki pemikiran yang positif, berani menghadapi risiko, dan tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan. Keyakinan terhadap kemampuan diri mendorong individu untuk berusaha, mengambil keputusan, dan menghadapi kesulitan, sedangkan tawakal mengajarkan bahwa setelah melakukan usaha, manusia menyerahkan hasil akhirnya kepada Allah Swt. Oleh karena itu, keyakinan terhadap kemampuan diri

perlu disertai dengan kesungguhan dalam berusaha dan kesadaran akan keterbatasan manusia.

Konsep mengenai pentingnya tekad dan tawakal, juga terdapat dalam QS. Ali Imran ayat 159:

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *"Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal."* (QS. Ali Imran: 159).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa sikap tawakal dilakukan setelah seseorang memiliki tekad dalam menghadapi suatu persoalan. (Nursyafitri et al., 2024) menjelaskan bahwa QS. Ali Imran ayat 159 mengandung nilai tawakal yang dilakukan setelah seseorang melakukan musyawarah dan menetapkan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa tawakal bukan berarti mengabaikan usaha, melainkan menyerahkan hasil kepada Allah Swt. setelah seseorang melakukan upaya dan menentukan langkah yang akan dilakukan.

Berdasarkan penafsiran Ibnu Katsir, ayat tersebut menjelaskan bahwa Rasulullah senantiasa bermusyawarah dengan para sahabat dalam menghadapi berbagai persoalan agar mereka merasa senang dan lebih bersemangat dalam melaksanakan keputusan. Setelah membulatkan tekad, manusia diperintahkan untuk bertawakal kepada Allah Swt. Hal ini

menunjukkan pentingnya kesiapan dalam mengambil keputusan dan kesungguhan dalam menjalankan usaha.

Dengan demikian, nilai tersebut dapat dikaitkan dengan *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menentukan tindakan dan menghadapi berbagai tantangan. Dalam kehidupan mahasiswa, nilai ini dapat diwujudkan melalui keyakinan untuk menyelesaikan tugas akademik, menghadapi kesulitan belajar, serta tetap berusaha ketika menemui hambatan. Sementara itu, sikap tawakal mengajarkan bahwa setelah melakukan usaha secara sungguh-sungguh, manusia hendaknya menyerahkan hasil akhirnya kepada Allah Swt.

B. *Social Comparison*

1. Pengertian *Social Comparison*

Teori *social comparison* pertama kali diperkenalkan oleh Festinger (1954) yang menjelaskan bahwa individu memperoleh pemahaman mengenai dirinya secara lebih akurat melalui proses membandingkan diri dengan orang lain yang memiliki karakteristik atau kondisi yang relatif serupa. Festinger (1954) menyatakan bahwa individu memiliki dorongan untuk menilai pendapat dan kemampuannya melalui perbandingan dengan orang lain. Proses ini melahirkan pengaruh sosial dan perilaku kompetitif sebagai upaya memenuhi kebutuhan evaluasi diri. Sejalan dengan itu (Fakhri, 2017) mengemukakan bahwa teori perbandingan sosial memandang pengaruh sosial dan berbagai bentuk perilaku kompetitif

sebagai konsekuensi dari kebutuhan individu untuk melakukan evaluasi diri. Proses evaluasi tersebut tidak dilakukan secara terpisah, melainkan melalui perbandingan dengan orang lain sebagai acuan dalam menilai kemampuan, sikap, dan posisi diri dalam lingkungan sosial.

Sedangkan (Buunk & Gibbons, 2007) mendefinisikan bahwa *social comparison* merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari, di mana individu menilai dan memahami dirinya dengan cara membandingkan diri dengan orang lain. Melalui proses ini, individu dapat mengevaluasi kemampuan serta pendapat yang dimilikinya dan membentuk pemahaman mengenai realitas sosial, khususnya ketika tidak tersedia informasi yang bersifat objektif. Dalam konteks mahasiswa yang menggunakan media sosial Instagram, proses perbandingan sosial cenderung terjadi lebih intens karena mahasiswa secara rutin melihat unggahan yang menampilkan prestasi akademik, aktivitas organisasi, serta gambaran diri ideal dari teman sebaya. Ketika mahasiswa tidak memiliki tolok ukur objektif untuk menilai kemampuan dan keberhasilan dirinya, pencapaian orang lain yang ditampilkan di Instagram sering dijadikan sebagai standar pembanding. Situasi ini menjadikan Instagram sebagai ruang sosial yang mendorong dan memperkuat terjadinya *social comparison* di kalangan mahasiswa.

Menurut Mettee dan Smith dalam (Buunk & Gibbons, 2007) perbandingan sosial (*social comparison*) merupakan salah satu cara yang digunakan individu untuk memahami dirinya dengan mencari dan memperoleh informasi tentang diri melalui orang lain. Proses ini membantu

individu membentuk pemahaman serta gambaran yang lebih jelas mengenai kemampuan, sikap, dan karakteristik dirinya. Sejalan dengan teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh Festinger, upaya individu dalam memahami diri tidak hanya bergantung pada pencarian informasi yang bersifat objektif, tetapi juga melibatkan proses membandingkan diri dengan orang lain, terutama ketika standar penilaian yang jelas tidak tersedia. Oleh karena itu, perbandingan sosial menjadi mekanisme penting dalam proses evaluasi dan pembentukan konsep diri individu.

Selain itu, definisi lain dari perbandingan sosial (*social comparison*) menurut (Guyer & Johnston, 2018) menjelaskan bahwa perbandingan sosial merupakan proses ketika individu menilai berbagai aspek dalam dirinya, seperti kemampuan, pendapat, sikap, perasaan, kondisi fisik, serta pencapaian, dengan membandingkan dirinya dengan individu atau kelompok lain. Proses perbandingan ini membantu individu memahami posisi dirinya di lingkungan sosial, sekaligus memberikan gambaran mengenai kualitas dan nilai diri yang dimiliki. Oleh karena itu, perbandingan sosial berperan sebagai salah satu cara individu membentuk pemahaman diri dalam konteks sosial.

Menurut Festinger (1954), individu yang melakukan perbandingan sosial untuk mengevaluasi dua aspek utama dalam dirinya, yaitu aspek pendapat (*opinion*) dan aspek kemampuan (*ability*). Aspek pendapat berkaitan dengan kecenderungan individu untuk membandingkan pandangan atau penilaian yang dimilikinya dengan pendapat orang lain.

Dalam proses ini, pendapat orang lain dijadikan sebagai acuan untuk menilai apakah pandangan yang dimiliki sudah sesuai atau perlu disesuaikan. Sementara itu, aspek kemampuan berkaitan dengan kecenderungan individu untuk membandingkan kemampuan yang dimilikinya dengan kemampuan orang lain. Kedua aspek tersebut menjadi dasar bagi individu dalam melakukan evaluasi diri melalui perbandingan sosial, terutama ketika individu tidak memiliki standar objektif dalam menilai dirinya. Dalam perkembangannya, *social comparison* tidak hanya berfokus pada kemampuan dan pendapat, tetapi juga pada arah perbandingan, yaitu *upward comparison* dan downward comparison, yang memberikan dampak psikologis yang berbeda.

Berdasarkan berbagai definisi yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa *social comparison* merupakan proses psikologis di mana individu berusaha memahami, menilai, dan mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kemampuan, pendapat, sikap, serta pencapaian yang dimilikinya dengan orang lain. Proses ini muncul dari kebutuhan individu untuk melakukan evaluasi diri, terutama ketika informasi objektif mengenai diri tidak tersedia secara jelas. Perbandingan sosial tidak hanya membentuk pemahaman individu terhadap dirinya sendiri, tetapi juga memengaruhi perilaku, interaksi sosial, serta cara individu memposisikan dirinya dalam lingkungan sosial. Dalam konteks mahasiswa pengguna media sosial Instagram, perbandingan sosial menjadi lebih intens karena paparan berkelanjutan terhadap representasi diri dan pencapaian orang lain, sehingga

Instagram berperan sebagai ruang sosial yang memperkuat proses evaluasi diri melalui *social comparison*.

2. Aspek-aspek *Social comparison*

Teori *social comparison* pertama kali diperkenalkan oleh Leon Festinger pada tahun 1954. Teori ini menjelaskan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk menilai opini serta kemampuan dirinya, terutama ketika tidak tersedia standar objektif sebagai acuan. Dalam situasi tersebut, individu akan menggunakan orang lain sebagai pembanding untuk mengevaluasi dirinya. Proses perbandingan sosial ini dapat berlangsung secara sadar maupun tidak sadar, serta sangat dipengaruhi oleh konteks sosial di sekitarnya.

Gibbons dan Buunk (1999) selanjutnya mengembangkan teori perbandingan sosial dengan konsep *social comparison orientation*, yang mengacu pada sejauh mana individu secara aktif dan konsisten melakukan perbandingan dengan orang lain. Melalui pengembangan alat ukur *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM), perbandingan sosial kemudian diklasifikasikan ke dalam dua aspek utama, yaitu perbandingan kemampuan (*ability comparison*) dan perbandingan opini (*opinion comparison*).

a. Aspek Perbandingan Kemampuan (*ability comparison*)

   Aspek ini merujuk pada kecenderungan individu untuk menilai kemampuan, pencapaian, serta posisi sosialnya melalui

perbandingan dengan orang lain. Menurut (Gibbons & Buunk, 1999), tujuan utama dari *social comparison* adalah memperoleh informasi mengenai diri sendiri, terutama dalam mengevaluasi kemampuan dan prestasi pribadi. Perbandingan tersebut dapat dilakukan dengan individu yang dianggap lebih unggul (*upward comparison*) maupun dengan individu yang dipersepsikan berada pada tingkat yang lebih rendah (*downward comparison*). Dalam kehidupan sehari-hari, misalnya, seorang mahasiswa dapat membandingkan prestasi akademiknya dengan teman yang berhasil memperoleh beasiswa atau diterima magang di perusahaan bergengsi. Proses perbandingan ini dapat memberikan dampak negatif apabila menurunkan kepercayaan diri, tetapi juga dapat berfungsi sebagai motivasi untuk meningkatkan diri.

b. Aspek Perbandingan Pendapat (*opinion comparison*)

Aspek ini mengacu pada kecenderungan individu untuk membandingkan pandangan, keyakinan, atau opini pribadinya dengan pendapat orang lain. Dalam dimensi ini, individu kerap mempertanyakan *"What should I think or feel?"* (Gibbons & Buunk, 1999). Proses *social comparison* ini berfungsi membantu individu dalam mengevaluasi sejauh mana opininya sesuai atau selaras dengan lingkungan sosialnya. Sebagai contoh, seorang mahasiswa yang merasa tidak yakin terhadap

pandangannya mengenai suatu isu sosial dapat membandingkannya dengan pendapat teman melalui diskusi di media sosial. Apabila pandangan orang lain dinilai lebih tepat atau lebih dapat diterima, maka individu tersebut cenderung menyesuaikan opininya.

Aspek-aspek tersebut dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999). Instrumen ini terdiri atas 11 butir pernyataan yang digunakan untuk menilai kecenderungan individu dalam melakukan *social comparison* pada dua domain utama, yaitu kemampuan (*ability*) dan opini (*opinion*). Setiap butir direspons menggunakan skala Likert lima poin, yang berkisar dari "Tidak Pernah" hingga "Sangat Sering".

3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Social Comparison*

Menurut (Wood, 1989), terdapat tiga faktor utama yang melatarbelakangi individu dalam melakukan perbandingan sosial, yaitu:

a. Evaluasi diri (*self-evaluation*)

   Evaluasi diri merupakan salah satu motif utama dalam perbandingan sosial yang mendorong individu untuk menilai kemampuan, pandangan, maupun atribut pribadinya melalui proses membandingkan diri dengan orang lain. Proses ini terutama terjadi ketika individu tidak memiliki tolok ukur

objektif yang jelas untuk melakukan penilaian terhadap dirinya, sehingga orang lain dijadikan sebagai acuan dalam memahami posisi dan kualitas diri.

b. Perbaikan diri (*self-improvement*)

Perbaikan diri merupakan salah satu motif dalam perbandingan sosial yang mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain yang dipersepsikan lebih unggul. Melalui proses perbandingan tersebut, individu berupaya memperoleh pembelajaran, mengenali kekurangan yang dimiliki, serta meningkatkan kemampuan dan kualitas diri, sehingga dapat berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

c. Peningkatan diri (*self-enhancement*)

Peningkatan atau perlindungan harga diri merupakan salah satu motif dalam perbandingan sosial yang mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain yang dipersepsikan berada dalam kondisi yang lebih rendah. Melalui perbandingan tersebut, individu berupaya mempertahankan penilaian yang positif terhadap diri sendiri serta menjaga kestabilan dan keutuhan harga diri.

Berdasarkan uraian tersebut maka faktor-faktor yang mempengaruhi perbadingan sosial (social comparison), yaitu evaluasi diri, perbaikan diri, dan peningkatan diri.

4. Arah Perbandingan

Menurut (Buunk & Gibbons, 2007), *social comparison* telah mengalami perkembangan dalam kajian teorinya, termasuk pengelompokan berdasarkan arah perbandingan. Salah satu pembagian yang umum digunakan adalah *upward social comparison* dan *downward social comparison*. Berikut kedua arah perbandingan yaitu:

a. Perbandingan ke atas (*upward comparison*)

   Perbandingan ke atas (*upward comparison*) adalah proses ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang memiliki kemampuan atau kondisi yang lebih baik. Dalam jurnal dijelaskan bahwa individu cenderung memilih membandingkan diri dengan orang yang sedikit lebih unggul, karena masih dianggap relevan dan dapat dijadikan acuan. Kecenderungan ini berkaitan dengan dorongan untuk memperbaiki diri (*upward drive*). Perbandingan ini juga berhubungan dengan motivasi untuk berkembang. Individu yang ingin meningkatkan kemampuan biasanya akan melihat orang yang lebih baik sebagai sumber evaluasi dan pembelajaran. Dalam beberapa kasus, hal ini juga dapat berdampak pada peningkatan performa.

b. Perbandingan ke bawah (*down comparison*)

   Perbandingan ke bawah (*down comparison*) adalah proses ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang berada

dalam kondisi lebih rendah. Dalam jurnal, konsep ini disebut sebagai bagian dari perkembangan teori perbandingan sosial, yaitu *downward comparison theory*, namun tidak dijelaskan secara rinci pada bagian tersebut. Secara umum, perbandingan ini digunakan untuk membantu individu merasa lebih baik terhadap dirinya. Dengan melihat kondisi orang lain yang lebih rendah, individu dapat mempertahankan penilaian positif dan menjaga kondisi emosionalnya.

5. *Social comparison* Dalam Perspektif Islam

Dalam kehidupan sehari-hari, perbandingan tersebut dapat terjadi ketika individu melihat kondisi, kemampuan, pencapaian, maupun kehidupan orang lain. Perkembangan media sosial membuat proses tersebut semakin mudah dilakukan karena individu dapat melihat berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain secara terus-menerus. Abdul Hamid (2024) menjelaskan bahwa fenomena membandingkan diri dengan orang lain di media sosial banyak terjadi pada kalangan anak muda. Perilaku tersebut dapat memberikan dampak negatif, seperti munculnya perasaan minder, berkurangnya rasa syukur, stres, hingga depresi.

Dalam perspektif Islam, perilaku membandingkan diri dengan orang lain berkaitan dengan bagaimana seseorang menyikapi perbedaan

nikmat yang diberikan Allah Swt. kepada setiap individu. Hal tersebut terdapat dalam QS. An-Nisa ayat 32:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللّٰهُ بِهٖ بَعْضَكُمْ عَلٰى بَعْضٍۗ لِلرِّجَالِ نَصِيْبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوْاۗ وَلِلنِّسَاۤءِ نَصِيْبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَۗ وَاسْـَٔلُوا اللّٰهَ مِنْ فَضْلِهٖۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمًا

Artinya: *"Dan janganlah kamu iri hati terhadap karunia yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. Bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan, dan bagi perempuan pun ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sungguh, Allah Maha Mengetahui segala sesuatu."* (QS. An-Nisa: 32).

Menurut Abdul Hamid (2024), QS. An-Nisa ayat 32 berkaitan dengan fenomena *social comparison* karena ayat tersebut melarang manusia untuk menginginkan atau merasa iri terhadap kelebihan yang diberikan Allah Swt. kepada orang lain. Setiap individu memiliki bagian dari apa yang telah diusahakannya sehingga perbedaan yang dimiliki antara satu individu dengan individu lainnya tidak seharusnya menjadi alasan untuk merasa rendah ataupun menginginkan nikmat yang dimiliki orang lain.

Berdasarkan M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah menjelaskan bahwa ayat tersebut berisi larangan bagi manusia untuk berangan-angan atau menginginkan kelebihan yang telah diberikan Allah kepada orang lain. Keinginan untuk memperoleh sesuatu yang dimiliki orang lain, seperti harta, kedudukan, kecerdasan, maupun keistimewaan

lainnya, dapat menimbulkan rasa iri dan dengki apabila tidak disikapi dengan baik. Menurut Quraish Shihab, keinginan tersebut bahkan dapat mendorong munculnya persaingan yang tidak sehat, tindakan melampaui batas, serta perilaku yang bertentangan dengan ketentuan Allah.

Penafsiran tersebut memiliki keterkaitan dengan fenomena social comparison, yaitu ketika mahasiswa menilai dirinya dengan membandingkan kemampuan, pencapaian, maupun kondisi kehidupannya dengan orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada penggunaan media sosial Instagram, mahasiswa dapat dengan mudah melihat berbagai pencapaian, penampilan, dan kehidupan orang lain. Paparan tersebut dapat mendorong mahasiswa untuk membandingkan dirinya dengan apa yang dilihatnya. Apabila perbandingan tersebut membuat mahasiswa terus-menerus menginginkan kelebihan yang dimiliki orang lain, maka dapat muncul perasaan iri, ketidakpuasan terhadap diri sendiri, serta kecenderungan untuk memandang dirinya lebih rendah dibandingkan orang lain. Hal ini sejalan dengan penjelasan Quraish Shihab bahwa keinginan terhadap kelebihan yang dimiliki orang lain dapat menimbulkan iri hati dan mendorong perilaku yang tidak baik.

Meskipun demikian, social comparison tidak selalu memberikan dampak negatif. Perbandingan sosial juga dapat memberikan manfaat apabila dilakukan secara tepat dan tidak disertai rasa iri maupun keinginan untuk merendahkan diri sendiri. Mahasiswa dapat menjadikan keberhasilan orang lain sebagai sumber inspirasi, bahan evaluasi diri, serta motivasi

untuk mengembangkan kemampuan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, social comparison dapat membantu mahasiswa mengenali kekurangan dan kelebihannya, sekaligus mendorongnya untuk melakukan perbaikan diri. Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana mahasiswa menyikapi hasil perbandingan tersebut agar tidak menimbulkan perasaan rendah diri, iri hati, maupun ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri.

C. Hubungan Antara *Social comparison* Dengan *Self-efficacy* Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-efficacy*. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Yukai, 2023) menemukan bahwa orientasi perbandingan sosial berkaitan erat dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang lebih sering melakukan *upward social comparison* cenderung mengalami penurunan evaluasi diri, terutama ketika tingkat *self-efficacy* yang dimiliki rendah. Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* tinggi mampu memaknai perbandingan sosial sebagai sumber motivasi dan pembelajaran.

Hal ini dapat terjadi karena proses perbandingan sosial berkaitan dengan mekanisme pembentukan *self-efficacy*, khususnya melalui *vicarious experience* (pengalaman vikarius) sebagaimana dijelaskan dalam teori Bandura (1997). Dalam konteks ini, individu membentuk keyakinan

terhadap kemampuannya dengan mengamati keberhasilan atau kegagalan orang lain yang dianggap setara. Pada media sosial seperti Instagram, mahasiswa secara terus-menerus terpapar pada pencapaian, aktivitas, dan representasi diri orang lain, sehingga proses *social comparison* secara tidak langsung menjadi bentuk pengalaman vikarius. Ketika individu melihat keberhasilan orang lain, hal tersebut dapat meningkatkan *self-efficacy* jika dimaknai sebagai motivasi, namun dapat menurunkan *self-efficacy* apabila individu merasa tidak mampu mencapai standar yang sama.

Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh (Mo et al., 2023), yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial secara pasif, seperti mengamati unggahan orang lain, meningkatkan kecenderungan individu melakukan *upward social comparison*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paparan konten ideal secara terus-menerus dapat memengaruhi evaluasi diri individu, termasuk keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Individu yang tidak memiliki dasar penilaian diri yang kuat akan lebih rentan mengalami penurunan *self-efficacy* akibat perbandingan sosial tersebut.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* tidak hanya berhubungan dengan *self-efficacy*, tetapi juga dapat menjadi faktor yang memengaruhi peningkatan maupun penurunan keyakinan individu terhadap kemampuannya. Hal ini bergantung pada bagaimana individu memaknai informasi yang diperoleh dari lingkungan sosialnya. Adapun *gap research* dalam penelitian ini terletak

pada konteks yang lebih spesifik, yaitu mengkaji hubungan antara *social comparison* dan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram.

Penelitian sebelumnya cenderung membahas perbandingan sosial dalam konteks umum atau pada variabel psikologis lain, serta belum secara khusus menyoroti dinamika *self-efficacy* pada mahasiswa dalam konteks penggunaan Instagram sebagai media berbasis visual. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan Instagram dan berada pada fase perkembangan akademik serta pencarian identitas diri. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional serta instrumen terstandar, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik mengenai hubungan antara *social comparison* dan *self-efficacy*, serta memperkaya kajian psikologi sosial dan psikologi media dalam konteks penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa.

D. Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Kerangka konseptual penelitian ini disusun berdasarkan teori perbandingan sosial dari Festinger (1954) dan teori *self-efficacy* dari Bandura (1997). Instagram sebagai media sosial berbasis visual memungkinkan mahasiswa menampilkan berbagai pencapaian akademik, aktivitas organisasi, maupun aspek kehidupan lainnya yang telah melalui

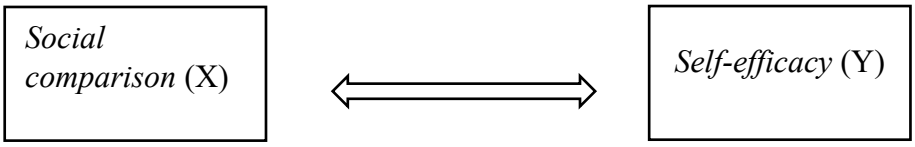
proses seleksi dan pencitraan. Paparan terhadap konten tersebut mendorong mahasiswa untuk melakukan evaluasi diri melalui proses perbandingan sosial.

Social comparison merupakan proses ketika individu menilai kemampuan dan atribut dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Dalam konteks Instagram, perbandingan ini dapat terjadi dalam dua arah, yaitu *upward comparison*, ketika individu membandingkan dirinya dengan orang yang dianggap lebih unggul, dan *downward comparison*, ketika individu membandingkan dirinya dengan orang yang dianggap berada pada kondisi yang lebih rendah. Arah perbandingan tersebut dapat menimbulkan dampak psikologis yang berbeda, baik berupa motivasi untuk berkembang maupun munculnya evaluasi diri yang negatif.

Self-efficacy merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi tugas dan mencapai tujuan tertentu. Pada mahasiswa, *self-efficacy* berperan penting dalam menghadapi tuntutan akademik dan pengembangan diri. Proses perbandingan sosial yang terjadi secara berulang di Instagram berpotensi memengaruhi keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya, terutama ketika perbandingan tersebut menghasilkan penilaian diri yang kurang positif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menempatkan *social comparison* sebagai variabel independen dan *self-efficacy* sebagai variabel dependen, dengan asumsi bahwa terdapat hubungan antara keduanya pada

mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Kerangka konseptual ini menjadi dasar dalam perumusan hipotesis penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

E. Hipotesis

Menurut Karimuddin (dalam Hamdani & Sa'diyah, 2025), hipotesis merupakan dugaan dari peneliti yang bersifat sementara terhadap masalah yang diangkat. Dugaan tersebut hanya dilandaskan pada teori yang valid dan logika berfikir yang belum dibuktikan kebenarannya berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Pada penelitian ini, dilakukan hipotesis untuk mengetahui hubungan *Social comparison* dengan *Self-efficacy* pada mahasiswa aktif pengguna media sosial Instagram.

Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian, dan landasan teori yang sudah peneliti sampaikan diatas, maka hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* di media sosial Instagram dengan *self-efficacy* pada mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Karena Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dalam pelaksanaannya menitikberatkan pada penggunaan data berbentuk angka. Prosesnya mencakup pengumpulan data numerik, pengolahan serta analisis statistik, hingga penafsiran hasil dan penarikan kesimpulan berdasarkan perhitungan yang sistematis (Machali, 2021:23). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, menggunakan data berbentuk angka serta analisis statistik untuk menguji hipotesis secara sistematis, objektif, dan ilmiah pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian kuantitatif kerap dikenal sebagai penelitian tradisional, positivistik, ilmiah (*scientific)*, serta penelitian *discovery* karena karakteristiknya yang sistematis dan berbasis pada pengujian empiris (Machali, 2021:23). Metode kuantitatif dapat dipahami sebagai pendekatan penelitian yang memanfaatkan data berbentuk angka yang bersifat konkret dan dapat diukur. Penelitian kuantitatif menggunakan data numerik yang dianalisis melalui prosedur statistik secara sistematis dan terukur untuk memperoleh kesimpulan yang objektif (Zulfikar et al., 2024:18).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis korelasi atau korelasional yang bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variabel. Menurut (Zulfikar et al., 2024:19) Penelitian korelasional merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan serta tingkat keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti, melainkan mengamati hubungan yang terjadi secara alami.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji "Hubungan Antara *Social comparison* Dengan *Self-efficacy* Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram".

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan sebagai dasar dalam penentuan instrumen pengukuran serta teknik analisis data yang akan diterapkan. Kedua variabel tersebut terdiri atas satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen).

1. Variabel bebas (*Independent Variable* X)

Variabel bebas (x) adalah variabel yang berperan sebagai penyebab munculnya perubahan pada variabel terikat, sehingga sering disebut sebagai variabel yang memengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas pada penelitian ini adalah "*Social Comparison*"

2. **Variabel terikat (*Dependent Variable* Y)**

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas, sehingga disebut sebagai variabel yang terpengaruh. Variael terikat pada penelitian ini adalah "*Self-efficacy*"

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara peneliti mengukur variabel yang diteliti. Setiap peneliti dapat menetapkan definisi operasional yang berbeda terhadap variabel yang sama, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan pengukuran dalam penelitiannya (Machali, 2021: 63). Adapun definisi operasional variabel-variabel pada penelitian ini, antara lain:

1. ***Social Comparison***

   Social comparison merupakan proses psikologis di mana individu berusaha memahami, menilai, dan mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kemampuan, pendapat, sikap, serta pencapaian yang dimilikinya dengan orang lain. Proses ini muncul dari kebutuhan individu untuk melakukan evaluasi diri, terutama ketika informasi objektif mengenai diri tidak tersedia secara jelas. Perbandingan sosial tidak hanya membentuk pemahaman individu terhadap dirinya sendiri, tetapi juga memengaruhi perilaku, interaksi sosial, serta cara individu memposisikan dirinya dalam lingkungan sosial.

2. *Self-efficacy*

self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola proses kognitif, mengaktifkan motivasi, serta mengarahkan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan menghadapi tuntutan situasi tertentu. *Self-efficacy* juga mencerminkan evaluasi individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas, mempertahankan ketekunan, dan merespons tantangan yang dihadapi.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Populasi tidak hanya terbatas pada jumlah individu, tetapi mencakup seluruh sifat atau karakteristik yang dimiliki, serta dapat berukuran besar maupun kecil sesuai dengan tujuan penelitian (Zulfikar et al., 2024:82). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang aktif menggunakan media sosial Instagram.

Mahasiswa yang termasuk dalam populasi penelitian ini memiliki beberapa karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian. Pertama, mereka merupakan mahasiswa aktif yang masih terdaftar secara akademik di perguruan tinggi. Kedua, mahasiswa merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, mahasiswa berada pada rentang usia dewasa awal yang merupakan tahap perkembangan

dengan tingkat interaksi sosial yang tinggi, termasuk dalam penggunaan media sosial dan kecenderungan melakukan *social comparison*. Keempat, mahasiswa juga menghadapi berbagai tuntutan akademik maupun sosial yang dapat berkaitan dengan tingkat *self-efficacy* yang dimiliki.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti secara menyeluruh. Oleh karena itu, sampel yang digunakan harus benar-benar mewakili populasi agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara tepat (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan khusus dari peneliti. Pemilihan sampel didasarkan pada karakteristik atau kriteria tertentu yang telah diketahui sebelumnya dan sesuai dengan tujuan penelitian (Machali, 2021:74). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih merupakan mahasiswa yang berstatus aktif secara akademik serta memiliki akun Instagram yang aktif digunakan. Selain itu, responden juga merupakan individu yang mengakses Instagram minimal satu kali dalam sehari, sehingga dapat dikategorikan sebagai pengguna aktif.

Penetapan kriteria tersebut dimaksudkan agar subjek penelitian benar-benar sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan dengan variabel yang diteliti.

Penentuan jumlah sampel dilakukan analisis power dengan bantuan G*Power Perhitungan dilakukan dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05, power sebesar 0,80, dan effect size sedang (r = 0,30). Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 85 responden. Namun, untuk meningkatkan representativitas sampel terhadap populasi mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjumlah 21.470 mahasiswa serta mengantisipasi kemungkinan data yang tidak lengkap atau gugur, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 300 responden.

3. **Teknik Pengumpulan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan *metode purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian berfokus pada kelompok dengan karakteristik khusus. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini, meliputi:

a. Mahasiswa aktif program S1 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
b. Aktif menggunakan media sosial Instagram.
c. Bersedia menjadi responden serta mengisi informed consent dan mengisi kuesioner secara lengkap.

Proses rekrutmen responden dilakukan secara daring dengan menggunakan kuesioner berbasis Google Form. Tautan kuesioner disebarkan melalui berbagai media komunikasi mahasiswa, seperti grup kelas, grup angkatan, serta media sosial yang relevan. Pada bagian awal kuesioner, peneliti mencantumkan informed consent serta pertanyaan screening untuk memastikan responden memenuhi kriteria penelitian. Hanya responden yang menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi serta memenuhi kriteria penelitian yang dapat melanjutkan pengisian kuesioner. Dengan demikian, jumlah responden yang dianalisis tetap memenuhi jumlah minimum sampel yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan n secara daring menggunakan kuesioner berbasis *Google Form*. Penggunaan kuesioner daring dipilih karena dinilai lebih efektif dan efisien dalam menjangkau responden yang berasal dari berbagai fakultas dan program studi di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Selain itu, metode ini memudahkan proses distribusi, pengisian, serta pengolahan data penelitian. Proses penyebaran kuesioner dilakukan melalui berbagai media komunikasi mahasiswa, seperti grup angkatan, grup kelas, serta media sosial yang relevan dan sering digunakan oleh mahasiswa. Peneliti juga meminta bantuan kepada beberapa mahasiswa untuk membantu menyebarluaskan tautan kuesioner kepada mahasiswa

lain yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Dengan cara tersebut, diharapkan penyebaran kuesioner dapat menjangkau lebih banyak responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Pada bagian awal kuesioner, peneliti mencantumkan lembar penjelasan mengenai tujuan penelitian, setelah itu terdapat kriteria yang mencantumkan pertanyaan penyaring (screening) untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan kriteria penelitian. Pertanyaan screening meliputi status sebagai mahasiswa aktif, angkatan kuliah, serta aktif penggunaan media sosial Instagram. Selain itu peneliti mencantumkan lembar persetujaun responden (*informed consent)* yang berisi kerahasian data respomden, hak responden untuk menghentikan partisipasi kapan saja serta pernyataan bahwa partisipasi dilakukan secara sukarela tanpa adanya paksaan. Responden hanya dapat melanjutkan pengisian kuesioner apabila telah menyatakan persetujuan untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Instrumen penelitian disusun dalam bentuk skala psikologi yang memuat pernyataan-pernyataan sesuai dengan variabel penelitian. Responden diminta untuk membaca setiap pernyataan dengan cermat dan memberikan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi atau pengalaman yang dirasakan. Selama proses pengumpulan data berlangsung, peneliti melakukan pemantauan terhadap jumlah responden yang masuk untuk memastikan jumlah sampel yang diperoleh telah memenuhi target penelitian.

a. Skala *Social Comparison*

Instrumen alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, pengukuran *social comparison* menggunakan *Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons & Buunk (1999). Pada versi asli, *Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale* (INCOM) terdiri 11 aitem. Instrumen yang digunakan merupakan skala yang telah digunakan dan diuji dalam penelitian oleh (Febrianthi & Supriyadi, 2020), Oleh karena itu, peneliti menggunakan instrumen tersebut melalui proses adopsi tanpa melakukan adaptasi ulang. Skala INCOM terdiri atas 11 aitem yang mencakup dua dimensi utama, yaitu perbandingan kemampuan dan perbandingan opini. Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan oleh Febrianthi dan Supriyadi (2020), terdapat 8 aitem yang menunjukkan daya diskriminasi yang baik sehingga dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengukuran.

Tabel 3.1 *Blue print* skala *Social Comparison*

Dimensi	Favorabel	Unfavorabel	Jumlah Aitem
Kemampuan	1, 3, 6	-	3
Opini	2, 4, 8	5, 7	5
Jumlah	**6**	**2**	**8**

Adapun pemberian skor pada setiap jawaban untuk aitem favorabel dan unfavorabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan ketentuan penilaian yang berbeda. Perbedaan tersebut bertujuan agar arah skor tetap konsisten sesuai dengan konstruk variabel yang diukur, sehingga skor yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi subjek penelitian secara lebih akurat. Ketentuan pemberian skor untuk masing-masing alternatif jawaban pada aitem favorabel maupun unfavorabel disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skoring* skala *Social Comparison

Pilihan Jawaban	Skor Favorabel	Skor Unfavorabel
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1

Instrumen menggunakan skala Likert 4 poin dengan pilihan respons, yaitu Sangat Tidak Sesuai, Tidak Sesuai, Sesuai, dan Sangat Sesuai. Pada aitem favorabel, skor diberikan mulai dari 1 hingga 4, sedangkan pada aitem unfavorabel pemberian skor dilakukan secara terbalik. Skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat orientasi perbandingan sosial yang lebih tinggi pada responden.

b. Skala *Self-efficacy*

Pengukuran *self-efficacy* dalam penelitian ini menggunakan General *Self-efficacy* Scale (GSE) yang dikembangkan oleh Ralf Schwarzer dan Matthias Jerusalem (1995). Skala ini terdiri dari 10 item dengan jawaban berbentuk skala Likert. Instrumen ini bersifat unidimensional yang mengukur keyakinan umum individu terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi berbagai situasi menekan.

Uji validitas konstruk pada versi adaptasi di Indonesia menunjukkan bahwa seluruh item dalam instrumen tersebut tergabung dalam satu faktor utama (unidimensional), dengan tingkat reliabilitas yang tergolong baik, yaitu nilai reliabilitas Cronbach's Alpha berkisar antara 0,75-0,91 (Novrianto et al., 2019). Pemilihan skala ini didasarkan pada kemampuannya dalam mengukur keyakinan diri mahasiswa secara menyeluruh, tidak hanya pada aspek akademik, tetapi juga mencakup kesiapan individu dalam menghadapi tantangan di bidang karier maupun kehidupan sosial.

Tabel 3.3 *Blue print* skala *Self-Efficacy*

Dimensi	Aitem		Total
	F	U	
General Self Efficacy	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	-	10
Jumlah			10

Adapun pemberian skor pada setiap jawaban untuk aitem favorabel dan unfavorabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan ketentuan penilaian yang berbeda. Perbedaan tersebut bertujuan agar arah skor tetap konsisten sesuai dengan konstruk variabel yang diukur, sehingga skor yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi subjek penelitian secara lebih akurat. Ketentuan pemberian skor untuk masing-masing alternatif jawaban pada aitem favorabel maupun unfavorabel disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skoring Skala Self-Efficacy

Pilihan Jawaban	Skor Favorabel	Skor Unfavorabel
Sangat Tidak Sesuai	1	5
Tidak Sesuai	2	4
Ragu-ragu	3	3
Sesuai	4	2
Sangat Sesuai	5	1

Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin dengan pilihan respon, yaitu Sangat Tidak Sesuai, Tidak Sesuai, Ragu-ragu, Sesuai, dan Sangat Sesuai. Setiap respons diberikan skor yang berbeda sesuai dengan jenis aitem. Pada aitem favorabel, skor diberikan mulai dari 1 hingga 5, sedangkan pada aitem unfavorabel pemberian skor dilakukan secara terbalik. Skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat *Self-Efficacy* yang lebih tinggi pada responden.

F. Validitas dan Reabilitas

Proses analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul secara lengkap. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel uji coba terpakai dengan melibatkan 35 responden. Teknik uji coba terpakai merupakan metode pengujian instrumen yang dilakukan dengan menggunakan subjek yang sama untuk proses uji coba instrumen sekaligus pengambilan data penelitian. Artinya, data yang diperoleh dari responden tidak hanya digunakan untuk mengetahui kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, tetapi juga tetap digunakan sebagai data utama dalam analisis penelitian.

Teknik uji coba terpakai dapat digunakan apabila peneliti memiliki keterbatasan jumlah subjek, waktu, maupun kondisi tertentu yang menyebabkan pelaksanaan uji coba terpisah sulit dilakukan. Melalui teknik ini, peneliti tetap dapat melakukan evaluasi terhadap

kualitas aitem instrumen tanpa harus melakukan pengambilan sampel tambahan (Azwar, 2012) .Data yang telah diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 25 (*Statistical Package for the Social Sciences*) yang dioperasikan pada sistem Windows. Tahap analisis dalam penelitian ini mencakup beberapa prosedur pengujian statistik yang akan dijelaskan pada bagian berikutnya.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud. Instrumen dinyatakan valid apabila item-item di dalamnya mampu mengukur aspek yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, (2013), validitas menunjukkan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi sebenarnya. Langkah ini penting karena validitas isi merupakan fondasi utama dalam penyusunan instrumen sebelum dilakukan analisis statistik (Pettalongi et al., 2025).

a. Hasil Uji Validitas Instrumen *Social Comparison*

Uji validitas dibagikan kepada 35 responden sampel uji coba melalui teknik korelasi *pearson product moment.* Suatu item dianggap valid apabila nilai korelasi item total (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,334 pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Hasil uji validitas untuk instrumen *Social comparison* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 5 Uji Validitas *Social comparison* (X)

Soal	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
X1	0,573	0,334	Valid
X2	0,548	0,334	Valid
X3	0,518	0,334	Valid
X4	0,454	0,334	Valid
X5	0,408	0,334	Valid
X6	0,703	0,334	Valid
X7	0,598	0,334	Valid
X8	0,705	0,334	Valid
Total			**8 Valid**

Berdasarkan hasil uji validitas *Social comparison* di atas yang terdapat 8 pernyataan, diketahui bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,334. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan.

b. Hasil Uji Validitas Instrumen *Self-Efficacy*

Tabel 3. 6 Uji Validitas *Self-efficacy* (Y)

Soal	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Y1	0,547	0,334	Valid
Y2	0,682	0,334	Valid
Y3	0,822	0,334	Valid

Y4	0,791	0,334	Valid
Y5	0,740	0,334	Valid
Y6	0,488	0,334	Valid
Y7	0,418	0,334	Valid
Y8	0,418	0,334	Valid
Y9	0,589	0,334	Valid
Y10	0,731	0,334	Valid
	Total		**10 Valid**

Berdasarkan hasil uji validitas *Self-efficacy* di atas yang terdapat 10 pernyataan, diketahui bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,334. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan. Dengan demikian dari keseluruhan soal dari kedua variabel tidak terdapat item yang dinyatakan tidak valid atau perlu dieliminasi dari instrumen penelitian. Setiap butir pernyataan dinilai mampu mengukur aspek yang hendak diteliti sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, seluruh item dalam instrumen penelitian layak digunakan sebagai alat pengumpulan data pada tahap selanjutnya.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi internal instrumen, yaitu sejauh mana butir-butir pernyataan

menghasilkan hasil yang stabil dan dapat dipercaya. Reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, yang merupakan metode yang paling umum digunakan dalam penelitian sosial dan pendidikan untuk mengukur konsistensi internal suatu skala (Pettalongi et al., 2025) Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha berada pada rentang 0,70 atau lebih, karena nilai tersebut menunjukkan bahwa item dalam skala memiliki hubungan yang konsisten satu sama lain. Apabila nilai reliabilitas berada di bawah standar, peneliti perlu melakukan evaluasi terhadap item, termasuk menghapus butir yang memiliki korelasi rendah terhadap total skor. Prinsip ini sesuai dengan ketentuan uji reliabilitas pada pengukuran kuantitatif sebagaimana dijelaskan dalam metodologi penelitian kuantitatif modern.

a. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen *Social Comparison*

   Instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Hasil dari uji reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas *Social comparison* (X)

Reliability Statistics

Jumlah Aitem	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
8	0.704	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.7 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,704 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 8 butir soal. Nilai tersebut lebih tinggi dari batas minimum yang ditetapkan yaitu 0,70 (0,704 > 0,70). Hasil ini menyatakan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel *Social Comparison.*

Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas *Self-efficacy* (Y)

Reliability Statistics

Jumlah Aitem	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
10	0.822	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.8 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,822 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 10 butir soal. Nilai tersebut lebih tinggi dari batas minimum yang ditetapkan yaitu 0,70 (0,822 > 0,70). Hasil ini menyatakan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel *Self-efficacy.* Oleh karena itu, seluruh instrumen penelitian dari kedua variabel dianggap dapat diandalkan dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian.

G. Analisis Data

1. Analisis Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian, termasuk rata-rata (mean), simpangan baku (standar deviasi), distribusi frekuensi, dan persentase setiap variabel. Tujuan dari analisis ini adalah memberikan pemahaman umum tentang data yang telah dikumpulkan sebelum dilakukan pengujian hipotesis lebih lanjut. (Neuman, 2014) menjelaskan bahwa analisis deskriptif penting untuk mengidentifikasi kondisi awal data, termasuk melihat variabilitas, kecenderungan umum, serta potensi outlier yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Dalam konteks penelitian kuantitatif, deskripsi data yang jelas dan sistematis memungkinkan peneliti memberikan interpretasi awal terhadap fenomena yang diteliti dan memastikan bahwa data memenuhi asumsi dasar sebelum dilakukan pengujian statistik lanjutan. Oleh karena itu, analisis deskriptif menjadi tahap awal yang esensial dalam proses pengolahan data kuantitatif.

2. Kategorisasi

Tabel 3.9 Kategorisasi

Kategorisasi Mean

Rumus	Kategori
X < Mean – 1.SD	Rendah
Mean – 1.SD ≤ X < Mean + 1.SD	Sedang
Mean + 1.SD ≥ X	Tinggi

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data dalam penelitian mengikuti pola distribusi normal. Pengujian normalitas merupakan prasyarat utama dalam melakukan analisis parametrik, karena sebagian besar teknik statistik parametrik mengasumsikan bahwa data yang dianalisis berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS versi 29.

4. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel *Social comparison* dan *Self Efficacy* membentuk pola linear. Linearitas menjadi syarat penting dalam analisis regresi, Analisis regresi linier merupakan teknik statistik yang digunakan untuk

mengetahui dan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu data. Dalam analisis ini, terdapat satu variabel yang berperan sebagai variabel dependen (terikat), sedangkan variabel lainnya berfungsi sebagai variabel independen (bebas), yang jumlahnya dapat terdiri dari satu atau lebih variabel (Zulfikar et al., 2024:139). Dengan demikian, uji linearitas memastikan bahwa analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi dasar dan memberikan hasil yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis korelasi merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel penelitian, sekaligus menguji kekuatan serta arah hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel yang diteliti berdasarkan nilai koefisien korelasi serta tingkat signifikansinya. Hasil analisis ini menunjukkan apakah hubungan yang terbentuk bersifat positif atau negatif, serta seberapa kuat hubungan antarvariabel tersebut.

Dalam pengujian hipotesis korelasi, teknik analisis disesuaikan dengan karakteristik data. *Pearson's correlation coefficient* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur hubungan linear antara dua variabel yang berskala interval atau rasio

serta memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan *Spearman's correlation coefficient* merupakan statistik nonparametrik yang tidak mensyaratkan distribusi normal dan digunakan untuk melihat hubungan berdasarkan peringkat data. Pada penelitian ini digunakan *Spearman's Rho* karena analisis tersebut dilakukan berdasarkan peringkat data. Nilai koefisien korelasi berada pada rentang −1 sampai +1, dengan nilai positif menunjukkan hubungan positif dan nilai negatif menunjukkan hubungan negatif (Field, 2013).

Interpretasi kekuatan hubungan koefisien korelasi menurut (Sugiyono, 2013) adalah sebagai berikut :

Interval Koefisien	**Tingkat Hubungan**
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berlokasi di Jalan Gajayana No. 50, Dinoyo, Kota Malang, Jawa Timur. Sebuah institusi pendidikan tinggi yang berada di bawah koordinasi Kementerian Agama dan Kementerian Pendidikan Nasional. Pada awalnya, fakultas ini berdiri sebagai sebuah jurusan pada tahun akademik 1997/1998 di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang. Pada tanggal 27 Januari 2009, universitas ini secara resmi diberi nama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Sebagai salah satu perguruan tinggi Islam negeri di Indonesia, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki berbagai fakultas dan program studi yang mencakup bidang ilmu keagamaan, sosial, humaniora, ekonomi, psikologi, sains, teknologi, serta kesehatan.

Keberagaman latar belakang mahasiswa menjadikan universitas ini sebagai lingkungan akademik yang heterogen dan representatif untuk pelaksanaan penelitian. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan sifat subjek yang diperlukan dalam penelitian, yakni mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial instagram. Selain itu, mahasiswa di area kampus menunjukkan tingkat penggunaan media sosial yang cukup tinggi

untuk beragam tujuan, baik yang bersifat akademis maupun non akademis. Hal ini memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner secara online kepada mahasiswa yang memenuhi syarat untuk penelitian.

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah salah satu perguruan tinggi negeri yang terletak di Kota Malang, Jawa Timur. Kampus ini memiliki berbagai macam mahasiswa yang berasal dari latar belakang akademis, sosial dan budaya yang berbeda-beda, sehingga dapat memberikan variasi informasi yang diperlukan dalam penelitian. Keberagaman ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman media sosial seperti instagram. Data penelitian dikumpulkan selama masa penelitian berlangsung dengan memperhatikan kesediaan responden utnuk berpartisipasi secara sukarela. Semua data yang terkumpul selanjutnya diproses dan dianalisis untuk mencapai tujuan serta hipotesis penelitian yang telah ditentukan.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitan yang berjudul "Hubungan *Social comparison* Dengan *Self-efficacy* Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram" dilakukan pada rentan waktu 18 Mei 2026 – 3 Juni 2026 kepada seluruh mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Metode yang digunakan dalam pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner *google form*.

3. Deskripsi Responden Penelitian

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa pengguna media sosial instagram yang berasal dari berbagai fakultas di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini. Informasi ini sangat penting untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden penelitian. Berikut tabel deskripsi berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
Laki-laki	87	29,0	29,0	29,0
Perempuan	213	71,0	71,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	–

Menurut tabel 4.1 diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan total 213 mahasiswi atau 71%. Di sisi lain jumlah responden laki-laki adalah 87 mahasiswa atau 29%. Temuan ini menyimpulkan bahwa keterlibatan mahasiswi dalam penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan mahasiswa. Oleh karena itu, sebagian besar

data penelitian berasal dari responden perempuan yang menggunakan media sosial Instagram.

b. Berdasarkan Usia Mahasiswa

Usia adalah salah satu karakteristik yang dapat memberikan gambaran mengenai tahap perkembangan responden dalam penelitian ini. Pengelompokkan usia dilaksanakan untuk mengetahui rentang umur mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian. Dalam penelitian ini, usia responden dibagi menjadi dua kategori yang didistribusikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia Mahasiswa	**Frekuensi (N)**	**Persentase (%)**
15–20 tahun	30	10,0
21–25 tahun	270	90,0
Total	**300**	**100,0**

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berada dalam rentang usia 21-25 tahun mendominasi penelitian ini, totalnya adalah 270 orang atau 90%. Sedangkan responden yang berusi 15-20 tahun berjumlah 30 orang dengan persentase sebesar 10%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia dewasa awal yang umumnya sedang melanjutkan pendidikan tinggi. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik subjek

penelitian yang merupakan mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial instagram.

c. Berdasarkan Fakultas Mahasiswa

Responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai fakultas yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pengelompokkan berdasarkan fakultas dilaksanakan untuk memahami sebaran responden sehingga memberikan gambaran mengenai keragaman latar belakang akademik partisipan. Data ini juga menunjukkan seberapa besar representasi masing-masing fakultas dalam penelitian. Distribusi responden berdasarkan fakultas didistribusikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	**Frekuensi (N)**	**Persentase (%)**
Humaniora	18	6,0
Psikologi	107	35,7
Sains dan Teknologi	22	7,3
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	7	2,3
Ekonomi	134	44,7
Syariah	5	1,7
Kedokteran	7	2,3
Total	**300**	**100,0**

Menurut tabel 4.3 menyatakan bahwa responden tertinggi berasal dari fakultas ekonomi yang totalnya mencapai 134 mahasiswa dengan persentase 44,7%. Selanjutnya fakultas psikologi sejumlah 107 mahasiswa dengan persentase 35,7%. Dan dilanjutkan oleh fakultas sains dan teknologi dengan jumlah 22 mahasiswa atau 7,3%. Sementara jumlah responden terendah dari fakultas syariah yang hanya berjumlah 5 mahasiswa atau 1,7%. Sedangkan fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan dan fakultas kedokteran masing-masing berjumlah 7 mahasiswa dengan persentase 2,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa dari fakultas ekonomi dan fakultas psikologi, sedangkan fakultas lain memiliki proporsi yang lebih kecil.

d. Berdasarkan Angkatan

Karakteristik responden juga ditinjau dari tahun angkatan untuk mengetahui sebaran mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian. Pengelompokkan ini dilakukan karena setiap angkatan memiliki pengalaman akademik dan sosial yang berbeda selama menjalani masa perkuliahan. Dengan mengetahui distribusi angkatan, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai dominasi kelompok responden dalam penelitian ini. Distribusi responden berdasarkan angkatan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi (N)	Persentase (%)
< 2022	13	4,3
2022	211	70,3
2023	48	16,0
2024	20	6,7
2025	8	2,7
Total	**300**	**100,0**

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh bahwa mayoritas responden berasal dari angkatan 2022 dengan total 211 mahasiswa atau 70,3%. Responden dari angkatan 2023 sejumlah 48 mahasiswa atau 16%, sedangkan angkatan 2024 terdiri dari 20 mahasiswa dengan persentase 6,7%. Selain itu, terdapat 13 responden yang berasal dari angkatan sebelum 2022 atau sekitar 4,3% dan 8 responden dari angkatan 2025 atau 2,7%. Temuan ini menyatakan bahwa sebagian besar responden penelitian adalah mahasiswa angkatan 2022, sehingga karakteristik reponden dalam studi ini lebih banyak mempresentasikan mahasiswa dari angkatan tersebut.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Analisis Data Tingkat *Social Comparison*

Setelah data terkumpul dari responden penelitian sebanyak 300 mahasiswa, langkah berikutnya adalah melakukan analisis deskriptif pada variabel *Social Comparison*. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran umum tentang tingkat *Social comparison* yang dimiliki mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial instagram. Statistik deskriptif yang diterapkan mencakup jumlah peserta, skor minimal, skor maksimal, nilai rata-rata dan deviasi standar. Hasil analisis deskriptif variabel *Social comparison* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Deskripsi Data *Social Comparison*

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Social Comparison (X)	300	12	32	24,04	3,417

Dari tabel 4.5 menyatakan bahwa total responden yang dianalisis untuk variabel Social comparison berjumlah 300 mahasiswa. Skor minimum yang dicapai oleh peserta adalah 12, sedangkan skor

tertinggi mencapai 32. Rata-rata (mean) untuk variabel Social comparison berada pada angka 24,04 dengan deviasi standar mencapai 3,417. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat Social comparison diantara mahasiswa cukup bervariasi, meski distribusi data berlangsung dalam rentang yang tidak terlalu jauh dari rata-ratanya. Setelah mengetahui nilai mean dan standar deviasi maka hal yang harus dilakukan peneliti adalah mengkategorisasikan data sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Berikut adalah kategorisasi data dalam penelitian ini.

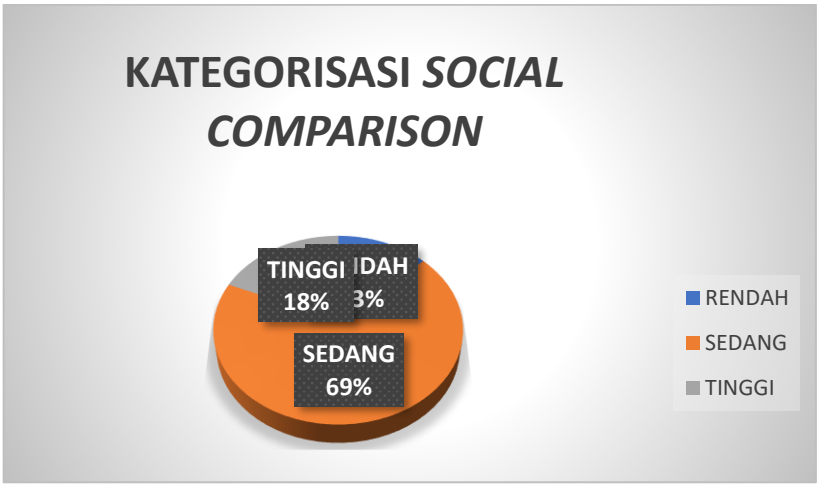
Tabel 4.6 Kategorisasi *Social Comparison*

Kategorisasi Data *Social Comparison*

Kategori	Dasar	Norma	*f*	Persentase (%)
Rendah	X < (M-1SD)	X < 20.623	39	13%
Sedang	(M-1SD) ≤ X ≤ (M+1SD)	20.623< X < 27.457	206	69%
Tinggi	X (M+1SD)	X < 27.457	55	18%
	Total		**300**	**100**

Gambar 1.1 Diagram *Social Comparison*

Diagram tingkat Social Comparison



Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 300 mahasiswa terdapat 39 mahasiswa yang memiliki tingkat *Social Comparison* rendah, 206 mahasiswa memiliki tingkat *Social Comparison* sedang, dan 55 mahasiswa memiliki tingkat *Social Comparison* tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial Instagram memiliki tingkat *Social Comparison* yang berada pada kategori sedang.

b. Analisis Data Tingkat *Self-efficacy*

Selain membahas variabel *Social Comparison,* penelitian ini juga menggambarkan variabel *Self-efficacy* yang dimiliki mahasiswa pengguna media sosial instagram. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan informasi umum mengenai tingkat *Self-efficacy,* responden berdasarkan skor yang diperoleh dari pengisian kuesioner penelitian.

Detail yang disajikan meliputi jumlah responden, skor minimal, skor maksimal, rata-rata dan deviasi standar. Hasil analisis deskriptif untuk variabel *Self-efficacy* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Deskripsi Data *Self-efficacy*

Variabel	**N**	**Minimum**	**Maksimum**	**Mean**	**Std. Deviasi**
Self-Efficacy (Y)	300	20	50	40,95	4,913

Dari tabel 4.6 hasil analisis deskriptif pada variabel *self-efficacy*, diketahui bahwa penelitian ini melibatkan sebanyak 300 responden. Variabel *self-efficacy* memiliki skor minimum sebesar 20 dan skor maksimum sebesar 50, dengan nilai mean sebesar 40,95 dan standar deviasi sebesar 4,913.

Nilai mean sebesar 40,95 menunjukkan bahwa secara keseluruhan skor *self-efficacy* responden berada pada nilai rata-rata tersebut. Sementara itu, standar deviasi sebesar 4,913 menunjukkan adanya variasi skor *self-efficacy* antarresponden. Dengan demikian, skor *self-efficacy* yang diperoleh dari 300 responden memiliki rentang skor antara 20 hingga 50, dengan rata-rata skor sebesar 40,95.

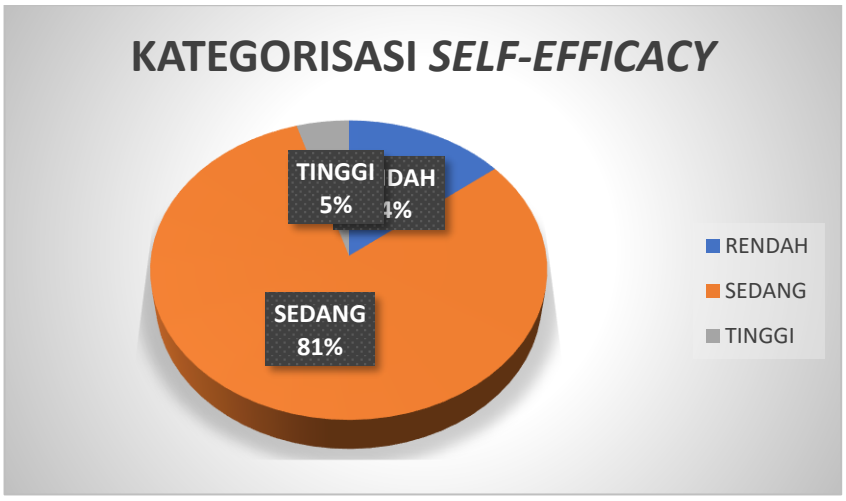
Tabel 4.8 Kategorisasi *Self-efficacy*

Kategorisasi Data *Self-efficacy*

Kategori	Dasar	Norma	*f*	Persentase (%)
Rendah	X < (M-1SD)	X < 36,037	43	14%
Sedang	(M-1SD) ≤ X ≤ (M+1SD)	36,037< X < 45,863	243	81%
Tinggi	X (M+1SD)	X < 45,863	14	5%
	Total		**300**	**100**

Gambar 1.2 Diagram *Self-Efficacy*

Diagram tingkat *Self-Efficacy*



Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 300 mahasiswa terdapat 43 mahasiswa yang memiliki tingkat *Self-Efficacy* rendah, 243 mahasiswa memiliki tingkat *Self-Efficacy* sedang, dan 14 mahasiswa memiliki tingkat *Self-Efficacy* tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa

sebagian besar mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial Instagram memiliki tingkat *Self-Efficacy* yang berada pada kategori sedang.

2. Uji Asumsi

Sebelum dilakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas untuk menentukan teknik analisis korelasi yang sesuai dengan karakteristik data penelitian. Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan telah memenuhi kriteria statistik yang diperlukan, sehingga hasil analisis regresi yang dihasilkan dapat diinterpretasikan secara akurat, sahih, dan dapat dipercaya.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, jumlah responden mencapai 300 mahasiswa, sehingga uji normalitas mengacu pada nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (*Sig.* > 0,05). Hasil dari uji normalitas untuk variabel *Social comparison* dan *Self-efficacy* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Uji Normalitas

Variabel	**Kolmogorov-Smirnov**	**Sig. (p)**
Social Comparison	0,091	0,000
Self-Efficacy	0,114	0,000

Berdasarkan tabel 4.7, hasil uji normal menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* untuk variabel *Social comparison* adalah 0,000 dan untuk variabel *Self-efficacy* juga 0,000. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), yang menyatakan bahwa data penelitian ini tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil tersebut, data kedua variabel tidak berdistribusi normal sehingga analisis hubungan dalam pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik korelasi *Spearman Rank* sebagai teknik korelasi *nonparametrik*.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang membentuk pola linear antara variabel *Social comparison* dengan *Self-efficacy.* Proses uji ini memiliki signifikansi karena hubungan linear menandakan bahwa perubahan pada satu variabel diikut oleh perubahan yang relatif searah pada variabel lainnya. Hasil uji linearitas diperoleh melalui analisis ANOVA dan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Uji Linearitas

Hubungan Variabel	F	Sig.	Keterangan
Social Comparison – Self-Efficacy	4,105	0,000	Terdapat penyimpangan linearitas

Pada tabel 4.8 menyatakan bahwa nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* adalah 0,000. Angka tersebut lebih rendah dibandingkan dengan 0,05 yang menyatakan bahwa adanya penyimpangan hubungan dari bentuk linear. Selain itu nilai signifikansi pada *Linearity* bernilai 0,000 menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antar kedua variabel. Tetapi karena terdapat penyimpangan linearitas yang signifikan maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara *Social comparison* dengan *Self-efficacy* tidak sepenuhnya bersifat linear atau tidak memenuhi asumsi linearitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *Social comparison* dengan *Self-efficacy* pada mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan sosial media instagram. Mengingat data penelitian tidak berdistribusi normal, maka uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji non parametrik jenis *Spearman Rank Test*.

Tabel 4. 9 Uji Hipotesis *(Spearman Rank Test)*

Variabel	***Spearman's rho***	**Sig. (p)**
Social Comparison – Self-Efficacy	−0,532	< 0,001

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan korelasi *Spearman's rho*, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan jumlah responden sebanyak 300 mahasiswa. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,01 (0,000 < 0,01), sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Social Comparison* dengan *Self-Efficacy*.

Nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 yang bernilai negatif menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-Efficacy* memiliki arah yang berlawanan. Artinya, semakin tinggi *Social Comparison*, maka *Self-Efficacy* cenderung semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah *Social Comparison*, maka *Self-Efficacy* cenderung semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-Efficacy* pada mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial Instagram diterima.

Interval Koefisien	**Tingkat Hubungan**
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi pada, nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 memiliki nilai absolut sebesar 0,532. Nilai tersebut berada pada interval 0,40–0,59, sehingga hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-efficacy* termasuk dalam kategori cukup kuat. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Comparison* memiliki hubungan negatif dengan tingkat hubungan cukup kuat terhadap *Self-efficacy* pada mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial Instagram.

C. Pembahasan

1. Tingkat *Social Comparison* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 300 mahasiswa pengguna media sosial Instagram, diperoleh skor minimum variabel sebesar 12, skor maksimum sebesar 32, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 24,04, dan standar deviasi sebesar 3,417. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat variasi skor *social comparison* pada mahasiswa pengguna Instagram. Variasi tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan mahasiswa dalam melakukan perbandingan sosial tidak sama, sehingga setiap individu memiliki intensitas yang berbeda dalam membandingkan kemampuan, pencapaian, maupun kehidupannya dengan orang lain ketika menggunakan Instagram.

Perbedaan tingkat *social comparison* tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah karakteristik penggunaan Instagram.

Sebagai media sosial berbasis visual, Instagram memungkinkan mahasiswa mengakses berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain, seperti prestasi akademik, pengalaman organisasi, keberhasilan memperoleh magang, aktivitas pengembangan diri, maupun gaya hidup. Paparan terhadap berbagai informasi tersebut memberikan kesempatan yang lebih besar bagi mahasiswa untuk melakukan evaluasi terhadap dirinya melalui proses membandingkan diri dengan pengguna lain. Oleh karena itu, *social comparison* menjadi salah satu proses psikologis yang cukup mudah muncul dalam penggunaan Instagram.

Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Festinger (1954) yang menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapatnya melalui proses membandingkan diri dengan orang lain, terutama ketika tidak tersedia standar objektif dalam melakukan penilaian terhadap dirinya sendiri. Dalam konteks penggunaan Instagram, proses tersebut berlangsung lebih intens karena mahasiswa memperoleh informasi mengenai pencapaian maupun kehidupan pengguna lain secara terus-menerus. Akibatnya, Instagram menjadi salah satu sumber utama yang digunakan mahasiswa dalam mengevaluasi kemampuan maupun keberhasilan dirinya.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui konsep *social comparison orientation* yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999). Menurut konsep tersebut, individu memiliki kecenderungan yang berbeda dalam melakukan perbandingan sosial. Sebagian individu lebih sering

melakukan perbandingan terhadap kemampuan (*ability comparison*), sedangkan sebagian lainnya lebih sering membandingkan pendapat (*opinion comparison*). Pada mahasiswa pengguna Instagram, kedua aspek perbandingan tersebut dapat muncul ketika mahasiswa melihat pencapaian akademik, aktivitas organisasi, maupun cara orang lain menjalani kehidupannya melalui media sosial. Semakin sering individu menggunakan orang lain sebagai acuan dalam mengevaluasi dirinya, maka semakin besar kecenderungan terjadinya *social comparison*.

Hasil penelitian ini juga memperkuat fenomena yang dijelaskan latar belakang penelitian. Berdasarkan wawancara awal, mahasiswa mengaku sering membandingkan dirinya dengan teman yang mengunggah sertifikat lomba, pengalaman magang, maupun prestasi akademik di Instagram. Kondisi tersebut membuat sebagian mahasiswa merasa tertinggal dan mulai mempertanyakan kemampuan dirinya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang memperkuat proses *social comparison* pada mahasiswa karena menyediakan berbagai informasi yang dapat dijadikan sebagai standar pembanding.

Temuan tersebut juga dapat dipahami dalam perspektif Islam, khususnya mengenai bagaimana individu menyikapi perbedaan yang dimiliki oleh orang lain. QS. An-Nisa ayat 32 mengajarkan agar individu tidak menginginkan kelebihan yang diberikan Allah Swt. kepada orang lain dan tetap menghargai apa yang diperoleh melalui usahanya sendiri. Dalam konteks mahasiswa pengguna Instagram, pencapaian orang lain yang terlihat

melalui media sosial tidak seharusnya menjadi dasar untuk merasa rendah atau tidak puas terhadap diri sendiri. Perbandingan dengan orang lain dapat menjadi bahan evaluasi selama dilakukan secara wajar dan diarahkan untuk memperbaiki diri, bukan menimbulkan rasa iri atau merendahkan kemampuan diri.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mo et al. (2023) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial secara pasif meningkatkan kecenderungan melakukan *upward social comparison*. Penelitian Yukai (2023) juga menunjukkan bahwa individu yang lebih sering melakukan *social comparison* cenderung lebih mudah mengevaluasi dirinya berdasarkan pencapaian orang lain. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa Instagram merupakan salah satu media yang mendorong munculnya proses *social comparison* pada mahasiswa.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *social comparison* merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa. Sebagai media sosial yang berfokus pada konten visual, Instagram memberikan ruang bagi pengguna untuk menampilkan berbagai pencapaian dan pengalaman yang telah melalui proses seleksi sehingga sering kali menampilkan citra diri yang ideal. Paparan terhadap konten tersebut mendorong mahasiswa melakukan evaluasi terhadap kemampuan maupun pencapaian dirinya melalui proses perbandingan dengan orang lain. Oleh karena itu, *social comparison* menjadi

salah satu proses psikologis yang relevan untuk dipahami dalam konteks penggunaan Instagram pada mahasiswa.

2. Tingkat *Self-efficacy* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 300 mahasiswa pengguna media sosial Instagram, diperoleh skor *Self-efficacy* dengan nilai minimum sebesar 20, nilai maksimum sebesar 50, *mean* sebesar 40,95, dan standar deviasi sebesar 4,913. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebanyak 43 mahasiswa atau 14% berada pada kategori rendah, 243 mahasiswa atau 81% berada pada kategori sedang, dan 14 mahasiswa atau 5% berada pada kategori tinggi. Dengan demikian, sebagian besar mahasiswa pengguna media sosial Instagram dalam penelitian ini memiliki tingkat *Self-efficacy* pada kategori sedang.

Dominannya kategori sedang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya pada tingkat yang cukup, tetapi belum menunjukkan karakteristik *Self-efficacy* yang sangat tinggi maupun sangat rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa pada umumnya memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu menghadapi tugas dan tuntutan yang dihadapi, tetapi keyakinan tersebut masih dapat mengalami perubahan ketika mahasiswa berhadapan dengan kesulitan, kegagalan, maupun kondisi sosial tertentu.

Hasil tersebut sesuai dengan konsep *Self-efficacy* yang dikemukakan oleh Bandura (1997), yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. *Self-efficacy* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan aktual yang dimiliki seseorang, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu menilai kemampuan dirinya ketika menghadapi tugas atau situasi tertentu. Oleh karena itu, dua mahasiswa yang memiliki kemampuan yang relatif sama dapat memiliki tingkat *Self-efficacy* yang berbeda karena memiliki penilaian yang berbeda terhadap kemampuan dirinya.

Kategori sedang pada sebagian besar responden juga dapat dipahami melalui empat sumber pembentukan *Self-efficacy* yang dikemukakan Bandura (1997), yaitu *mastery experience*, *vicarious experience*, *verbal persuasion*, serta *physiological and emotional states*. Pengalaman keberhasilan dapat meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan diri, sedangkan pengalaman kegagalan dapat menurunkannya. Selain itu, keberhasilan orang lain yang diamati oleh individu juga dapat menjadi sumber pengalaman vikarius yang memengaruhi penilaian terhadap kemampuan dirinya.

Dalam konteks penggunaan Instagram, pengalaman vikarius menjadi salah satu aspek yang relevan karena mahasiswa dapat mengamati berbagai pencapaian orang lain melalui media sosial. Ketika mahasiswa melihat orang lain yang dianggap memiliki kemampuan relatif sama

berhasil mencapai sesuatu, informasi tersebut dapat menjadi sumber motivasi dan membuat mahasiswa merasa bahwa dirinya juga mampu mencapai hal serupa. Namun, apabila pencapaian tersebut dipersepsikan sebagai sesuatu yang terlalu jauh dari kemampuan dirinya, pengamatan terhadap keberhasilan orang lain dapat justru menimbulkan keraguan terhadap kemampuan diri.

Selain pengalaman vikarius, *Self-efficacy* mahasiswa juga dapat berkaitan dengan pengalaman keberhasilan yang diperoleh secara langsung. Mahasiswa yang memiliki pengalaman berhasil menyelesaikan tugas, memperoleh prestasi, mengikuti organisasi, menyelesaikan kegiatan akademik, maupun melewati berbagai hambatan dapat memiliki keyakinan yang lebih kuat terhadap kemampuan dirinya. Sebaliknya, pengalaman kegagalan yang berulang dapat membuat mahasiswa meragukan kemampuan yang dimilikinya.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan konsep *General Self-efficacy Scale* yang dikembangkan oleh Schwarzer dan Jerusalem (1995), yang memandang *Self-efficacy* sebagai keyakinan umum individu dalam menghadapi berbagai situasi sulit, mengatasi hambatan, serta mempertahankan usaha untuk mencapai tujuan. Dengan demikian, tingkat *Self-efficacy* sedang yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki keyakinan yang cukup dalam menghadapi berbagai tuntutan, tetapi tingkat keyakinan tersebut tetap dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan kondisi yang dihadapi.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Fatma dan Dewi (2017) yang menunjukkan adanya keterkaitan lingkungan sosial dengan *Self-efficacy* mahasiswa. Lingkungan yang memberikan dukungan, pengalaman positif, dan kesempatan untuk berkembang dapat membantu mahasiswa membangun keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Sebaliknya, lingkungan yang kurang mendukung dapat menjadi salah satu kondisi yang membuat individu lebih mudah meragukan kemampuan dirinya.

Dalam perspektif Islam, pentingnya usaha dan tawakal dapat dikaitkan dengan QS. Ali Imran ayat 159, yang mengajarkan bahwa setelah seseorang membulatkan tekad, ia diperintahkan untuk bertawakal kepada Allah Swt. Nilai tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan mahasiswa melalui kesungguhan dalam belajar, keberanian menghadapi kesulitan, serta ketekunan dalam menyelesaikan tugas akademik. Ketika menghadapi kegagalan, mahasiswa dapat mengevaluasi usaha dan strategi yang telah dilakukan tanpa langsung menyimpulkan bahwa dirinya tidak mampu.

Hubungan ini tidak berarti bahwa *self-efficacy* sama dengan tawakal atau bahwa ayat tersebut membuktikan tingkat *self-efficacy* mahasiswa. Ayat tersebut memberikan landasan nilai keislaman dalam menyikapi tantangan, sedangkan tingkat *self-efficacy* dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan hasil pengukuran empiris. Dengan demikian, nilai ikhtiar dan tawakal dapat menjadi perspektif untuk memahami pentingnya berusaha secara sungguh-sungguh sekaligus menyerahkan hasil kepada Allah Swt.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna Instagram memiliki *Self-efficacy* pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa pada umumnya telah memiliki keyakinan yang cukup terhadap kemampuan dirinya, tetapi keyakinan tersebut masih dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi maupun informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial, termasuk melalui media sosial Instagram.

3. Hubungan *Social comparison* dengan *Self-efficacy* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan korelasi *Spearman's rho* terhadap 300 mahasiswa, diperoleh koefisien korelasi sebesar -0,532 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,001$). Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Social Comparison* dengan *Self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Nilai koefisien korelasi sebesar -0,532 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel memiliki arah negatif. Artinya, semakin tinggi *Social Comparison*, maka *Self-Efficacy* cenderung semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah *Social Comparison*, maka *Self-Efficacy* cenderung semakin tinggi.

Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013), nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 memiliki nilai absolut sebesar 0,532 yang berada pada interval 0,40–0,59. Dengan demikian, hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-Efficacy*

termasuk dalam kategori cukup kuat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel memiliki tingkat keeratan yang cukup kuat. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-Efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram dapat diterima.

Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui teori *Social Comparison* yang dikemukakan oleh Festinger (1954). Menurut Festinger, individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Proses tersebut terutama muncul ketika individu tidak memiliki standar objektif yang jelas untuk menilai dirinya.

Dorongan individu untuk melakukan perbandingan sosial muncul karena adanya kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai kemampuan dan kondisi dirinya. Ketika individu tidak memiliki ukuran yang objektif untuk menilai dirinya, orang lain dapat dijadikan sebagai sumber informasi atau acuan pembanding. Melalui proses tersebut, individu dapat memperoleh gambaran mengenai kemampuan, pendapat, maupun pencapaiannya dibandingkan dengan orang lain. Dengan demikian, perbandingan sosial menjadi salah satu cara individu dalam mengevaluasi dan memahami dirinya.

Dalam konteks mahasiswa pengguna Instagram, dorongan tersebut dapat muncul ketika mahasiswa melihat berbagai informasi mengenai kehidupan dan pencapaian pengguna lain. Instagram memiliki karakteristik

yang memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi mengenai kehidupan orang lain secara mudah dan berulang. Mahasiswa dapat melihat pencapaian akademik, pengalaman magang, aktivitas organisasi, prestasi, maupun berbagai perkembangan diri pengguna lain. Ketika informasi tersebut dijadikan sebagai standar utama dalam menilai diri, mahasiswa dapat melihat adanya perbedaan antara kondisi dirinya dengan kondisi orang lain. Apabila perbedaan tersebut dipersepsikan sebagai ketidakmampuan untuk mencapai hal yang sama, proses perbandingan dapat berkaitan dengan munculnya penilaian diri yang lebih negatif.

Temuan hubungan negatif ini juga dapat dijelaskan melalui konsep *Social Comparison Orientation* dari Gibbons dan Buunk (1999). Individu memiliki tingkat kecenderungan yang berbeda dalam menggunakan orang lain sebagai sumber informasi mengenai dirinya. Individu yang memiliki kecenderungan lebih kuat untuk membandingkan dirinya dengan orang lain akan lebih sering menjadikan pencapaian atau pendapat orang lain sebagai bahan evaluasi diri. Dalam penelitian ini, kecenderungan tersebut berkaitan dengan tingkat *Self-efficacy* yang lebih rendah.

Hubungan tersebut juga dapat dipahami melalui teori Bandura (1997), khususnya sumber *Self-efficacy* berupa *vicarious experience* atau pengalaman vikarius. Individu dapat membentuk keyakinan terhadap kemampuannya melalui pengamatan terhadap keberhasilan maupun kegagalan orang lain. Pada penggunaan Instagram, mahasiswa memperoleh banyak kesempatan untuk mengamati pencapaian orang lain. Namun,

pengamatan tersebut tidak selalu menghasilkan peningkatan *Self-efficacy*. Apabila mahasiswa memandang keberhasilan orang lain sebagai sesuatu yang tidak dapat dicapai oleh dirinya, proses pengamatan dapat berkaitan dengan munculnya keraguan terhadap kemampuan diri.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman vikarius yang diperoleh melalui Instagram tidak selalu dimaknai sebagai motivasi. Cara mahasiswa menafsirkan pencapaian orang lain menjadi hal yang penting. Ketika keberhasilan orang lain dipandang sebagai bukti bahwa dirinya tidak mampu mencapai hal yang sama, proses tersebut dapat berkaitan dengan menurunnya keyakinan terhadap kemampuan diri. Sebaliknya, ketika keberhasilan orang lain dipandang sebagai informasi bahwa suatu pencapaian dapat diraih melalui usaha, *Social Comparison* dapat memiliki makna yang lebih positif.

Hasil penelitian ini juga mendukung fenomena yang ditemukan pada wawancara awal. Beberapa mahasiswa menyampaikan bahwa ketika melihat teman mengunggah sertifikat lomba, pengalaman magang, prestasi akademik, maupun aktivitas organisasi, mereka merasa tertinggal dan mulai meragukan kemampuan dirinya. Kondisi tersebut menggambarkan bagaimana informasi mengenai pencapaian orang lain dapat digunakan sebagai standar pembanding dan kemudian berkaitan dengan penilaian mahasiswa terhadap kemampuan dirinya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mo et al. (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara pasif berkaitan

dengan meningkatnya *upward social comparison*. Ketika individu lebih sering mengamati unggahan orang lain, peluang untuk membandingkan kondisi dirinya dengan orang yang dianggap lebih berhasil juga semakin besar. Perbandingan tersebut dapat berkaitan dengan evaluasi diri ketika individu merasa belum mampu mencapai standar yang ditampilkan oleh orang lain.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Yukai (2023) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara *Social Comparison Orientation* dengan *Self-efficacy*. Individu yang memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam melakukan perbandingan sosial dapat lebih mudah mengevaluasi dirinya berdasarkan kondisi orang lain. Ketika hasil perbandingan menghasilkan penilaian bahwa dirinya berada di bawah orang lain, kondisi tersebut dapat berkaitan dengan menurunnya keyakinan terhadap kemampuan diri.

Meskipun demikian, hubungan negatif yang ditemukan dalam penelitian ini tidak berarti bahwa setiap aktivitas membandingkan diri dengan orang lain pasti menurunkan *Self-efficacy*. Hasil wawancara awal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat mahasiswa yang justru menjadikan pencapaian orang lain sebagai motivasi untuk belajar dan mengembangkan diri. Hal tersebut menunjukkan bahwa dampak perbandingan sosial dapat berbeda tergantung pada bagaimana individu

memaknai informasi yang diperoleh dan bagaimana individu menilai kemampuan dirinya.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif terhadap 300 responden, kecenderungan *Social Comparison* secara keseluruhan menunjukkan hubungan negatif yang signifikan dengan *Self-efficacy*. Hubungan tersebut berada pada kategori cukup kuat berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi yang digunakan. Meskipun demikian, hasil tersebut tidak berarti bahwa *Social Comparison* merupakan satu-satunya faktor yang berkaitan dengan *Self-efficacy*, karena *Self-efficacy* juga dapat dipengaruhi oleh berbagai pengalaman dan kondisi lain.

Temuan tersebut penting untuk dipahami karena *Self-efficacy* tidak hanya terbentuk dari interaksi mahasiswa dengan media sosial. Berdasarkan teori Bandura (1997), *Self-efficacy* juga dipengaruhi oleh pengalaman keberhasilan, pengalaman vikarius, persuasi verbal, serta kondisi fisiologis dan emosional. Oleh karena itu, hubungan negatif antara *Social Comparison* dan *Self-efficacy* yang ditemukan dalam penelitian ini perlu dipahami sebagai salah satu bagian dari dinamika psikologis mahasiswa, bukan sebagai satu-satunya faktor yang menentukan tinggi rendahnya *Self-efficacy*.

Dalam perspektif Islam, hubungan antara *social comparison* dan *self-efficacy* dapat dipahami melalui QS. An-Nisa ayat 32. Ayat tersebut mengajarkan agar manusia tidak menginginkan kelebihan yang dimiliki orang lain, melainkan memohon kepada Allah Swt. atas karunia-Nya. Pesan

ini relevan dengan perilaku mahasiswa pengguna Instagram yang sering melihat pencapaian, penampilan, maupun keberhasilan orang lain. Pencapaian yang ditampilkan di media sosial sebaiknya tidak dijadikan sebagai standar mutlak dalam menilai diri sendiri. Sebaliknya, mahasiswa perlu menyadari bahwa setiap individu memiliki karunia, kemampuan, dan proses kehidupan yang berbeda. Dengan demikian, perbandingan sosial dapat disikapi secara lebih bijaksana tanpa menimbulkan perasaan iri atau penilaian negatif terhadap kemampuan diri.

Selain itu, QS. Ali Imran ayat 159 juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya membulatkan tekad, melakukan usaha, dan bertawakal kepada Allah Swt. Ayat ini berkaitan dengan *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi dan menyelesaikan tugas atau permasalahan. Dalam kehidupan mahasiswa, ketika melihat keberhasilan orang lain di Instagram, mahasiswa dapat menjadikan hal tersebut sebagai motivasi untuk mengembangkan kemampuan diri. Apabila mahasiswa merasa belum mampu mencapai sesuatu, kondisi tersebut tidak seharusnya membuatnya kehilangan keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki. Mahasiswa tetap perlu berusaha, memperbaiki kekurangan, dan menyerahkan hasilnya kepada Allah Swt.

Kedua ayat tersebut saling melengkapi dalam memberikan arahan mengenai cara menyikapi perbandingan sosial. QS. An-Nisa ayat 32 mengajarkan agar individu tidak berfokus pada kelebihan yang dimiliki

orang lain, sedangkan QS. Ali Imran ayat 159 menekankan pentingnya tekad, usaha, dan tawakal dalam menjalani kehidupan. Dengan demikian, hasil penelitian mengenai hubungan negatif antara *social comparison* dan *self-efficacy* dapat dipahami melalui nilai-nilai Islam tersebut. Ketika mahasiswa terlalu berfokus pada kelebihan orang lain, perbandingan sosial dapat berkaitan dengan menurunnya keyakinan terhadap kemampuan diri. Sebaliknya, apabila pencapaian orang lain disikapi sebagai motivasi untuk memperbaiki diri, mahasiswa tetap dapat mengembangkan keyakinan terhadap kemampuannya tanpa mengabaikan usaha dan tawakal kepada Allah Swt. Perlu dipahami bahwa kedua ayat tersebut menjadi landasan nilai dalam menyikapi hasil penelitian, bukan sebagai bukti empiris yang menentukan hubungan statistik antara kedua variabel.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Comparison* dan *Self-efficacy* memiliki hubungan yang signifikan pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Arah hubungan yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, maka semakin rendah kecenderungan *Self-efficacy* yang dimilikinya. Temuan ini memperkuat teori Festinger mengenai proses evaluasi diri melalui perbandingan sosial dan teori Bandura mengenai pembentukan *Self-efficacy* melalui pengalaman individu maupun pengamatan terhadap orang lain.

Dengan demikian, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa penggunaan Instagram sebagai ruang sosial dapat menjadi salah satu

konteks terjadinya proses evaluasi diri mahasiswa. Mahasiswa perlu memiliki kemampuan untuk menyikapi pencapaian orang lain secara lebih objektif dan tidak menjadikan representasi kehidupan di media sosial sebagai satu-satunya standar dalam menilai kemampuan dirinya. Hal tersebut penting agar proses perbandingan sosial tidak berkembang menjadi evaluasi diri yang negatif dan berkaitan dengan rendahnya keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan yang dimilikinya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut.

Tingkat *Social Comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram mayoritas berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk melakukan perbandingan sosial dengan orang lain melalui media sosial Instagram, baik dalam hal kemampuan, pencapaian, maupun kondisi diri. Dengan demikian, mahasiswa cukup sering menjadikan orang lain sebagai bahan perbandingan dalam mengevaluasi dirinya.

Tingkat *Self-efficacy* pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram juga mayoritas berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki keyakinan yang cukup terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi berbagai tuntutan dan hambatan. Meskipun demikian, keyakinan tersebut belum sepenuhnya berada pada tingkat yang tinggi sehingga masih terdapat ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kepercayaan terhadap kemampuan dirinya.

Hasil uji korelasi *Spearman's rho* menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *Social Comparison* dengan *Self-*

efficacy pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan nilai koefisien korelasi sebesar −0,532 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (p < 0,001). Hubungan negatif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan *Social Comparison*, maka semakin rendah kecenderungan *Self-efficacy* yang dimilikinya. Sebaliknya, semakin rendah kecenderungan melakukan *Social Comparison*, maka semakin tinggi kecenderungan *Self-efficacy* mahasiswa.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur penelitian yang telah direncanakan. Namun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil penelitian.

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan media sosial Instagram, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada mahasiswa di perguruan tinggi lain atau individu dengan karakteristik yang berbeda.

C. Saran

1. Saran Praktis

a. Bagi Mahasiswa terkait Social Comparison

Mahasiswa pengguna media sosial Instagram diharapkan dapat menggunakan media sosial secara lebih bijaksana dan tidak menjadikan pencapaian maupun kehidupan orang lain sebagai satu-satunya standar

dalam menilai dirinya. Mahasiswa juga diharapkan mampu melakukan evaluasi terhadap perkembangan dirinya secara lebih objektif serta menyadari bahwa konten yang ditampilkan di Instagram tidak selalu menggambarkan kondisi kehidupan seseorang secara keseluruhan.

Selain itu, mahasiswa dapat lebih selektif dalam memilih konten yang dikonsumsi dan mengurangi paparan terhadap konten yang memicu perbandingan diri secara negatif. Perbandingan dengan orang lain dapat diarahkan sebagai sumber informasi dan motivasi untuk berkembang tanpa menjadikannya sebagai dasar untuk menilai rendah kemampuan diri.

b. Bagi Mahasiswa terkait Self-efficacy

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan *Self-efficacy* dengan membangun pengalaman keberhasilan melalui pencapaian tujuan secara bertahap, menetapkan target yang realistis, serta mempertahankan usaha ketika menghadapi kesulitan. Mahasiswa juga diharapkan tidak menjadikan keberhasilan orang lain sebagai ukuran utama terhadap kemampuan dirinya.

Dukungan dari lingkungan sosial juga dapat dimanfaatkan secara positif untuk membantu mahasiswa mempertahankan keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih percaya terhadap kemampuan yang dimiliki dalam menghadapi tuntutan akademik maupun sosial.

c. Bagi Lembaga Pendidikan

Perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan perhatian terhadap dinamika psikologis mahasiswa dalam penggunaan media sosial, khususnya yang berkaitan dengan *Social Comparison* dan *Self-efficacy*. Lembaga pendidikan dapat menyediakan kegiatan edukasi atau psikoedukasi mengenai penggunaan media sosial yang sehat, evaluasi diri yang positif, serta pengembangan keyakinan terhadap kemampuan diri.

Selain itu, lingkungan akademik yang suportif perlu terus dikembangkan dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman keberhasilan, mengembangkan kemampuan, serta mendapatkan dukungan sosial. Upaya tersebut diharapkan dapat membantu mahasiswa menghadapi tuntutan akademik tanpa menjadikan pencapaian orang lain sebagai standar utama dalam menilai kemampuan dirinya.

2. Saran Akademis

a. Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai *Social Comparison* dan *Self-efficacy* dengan melibatkan karakteristik responden yang lebih beragam, baik berdasarkan perguruan tinggi, tingkat pendidikan, usia, maupun

karakteristik penggunaan media sosial. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih luas dan representatif.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang berkaitan dengan *Self-efficacy*, seperti *self-esteem*, dukungan sosial, pengalaman keberhasilan, regulasi emosi, maupun intensitas dan pola penggunaan media sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana mahasiswa memaknai perbandingan sosial yang terjadi melalui media sosial Instagram dan kaitannya dengan keyakinan terhadap kemampuan diri.

DAFTAR PUSTAKA

Alwisol. (2017). *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*.

Amalina, & Utami, R. (2025). *Zona Kebidanan : Program Studi Kebidanan Universitas Batam Zona Kebidanan : Program Studi Kebidanan Universitas Batam*. *15*(3).

Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikolog Edisi 2*.

Barahona, G. V., García, N. G., Sánchez-García, A. B., Barba, M. S., & Puri, M. (2018). *Seven Methods To Determine The Dimensionality Of Tests : Application To The General Self-Ef Fi Cacy Scale In Twenty-Six Countries*. *30*(4), 442–448. Https://Doi.Org/10.7334/Psicothema2018.113

Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). *Social Comparison : The End Of A Theory And The Emergence Of A Field*. *102*, 2006–2008. Https://Doi.Org/10.1016/J.Obhdp.2006.09.007

Escalona, Y. N., Sanzana, M. B., Mendoza, Os. T., & Miranda, R. (2024). *Identity Capital And Future Concerns In Urban Adolescents From La Araucanía-Chile*. *January*, 1–9. Https://Doi.Org/10.3389/Feduc.2024.1208925

Fakhri, N. (2017). *Konsep Dasar Dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial*. *3*(1).

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social Comparisons On Social Media : The Impact Of Facebook On Young Women ' S Body Image Concerns And Mood. *Body Image*, *13*, 38–45. Https://Doi.Org/10.1016/J.Bodyim.2014.12.002

Fatma, R., & Dewi, D. K. (2017). *Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Self Efficacy Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidkan Universitas Negeri Surabaya Angkatan Tahun 2015 Fatma Riskia Damajanti Kusuma Dewi*. *4(1)*.

Febrianthi, A. N. A., & Supriyadi. (2020). *Apakah Perbandingan Sosial Dalam Menggunakan Instagram Berperan Terhadap Kebahagian Remaja ? 12*(2), 126–137.

Field, A. (2013). *No Titlediscovering Statistics Using Ibm Spss Statistics 4th*.

Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi.Pdf*.

Gibbons, F. X., & Buunk, A. P. (1999). *Individual Differences In Social Comparison: Development Of A Scale Of Social Comparison Orientation*.

Guyer, J. J., & Johnston, T. I. (2018). *Social Comparisons (Upward And Downward)*. 1–5.

Machali, D. I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*.

Mo, H., Peng, R., & Wu, Y. (2023). *Passive Social Media Use And Social Self-Efficacy : The Mediating Effect Of Upward Social Comparison*. *8*, 761–767.

Neuman, S. B. (2014). *Explaining And Understanding Early Literacy*. 7–14.

Noornajihan, J. (2014). *Efikasi Kendiri : Perbandingan Antara Islam Dan Barat*. *4*(2), 89–98.

Novrianto, R., Marettih, A. K. E., & Wahyudi, H. (2019). *Validitas Konstruk Instrumen General Self Efficacy Scale Versi Indonesia*. 1–9.

Nursyafitri, U., Nahwiyah, S., & Akbar, H. (2024). *Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Perspektif Al-Quran Surah Ali Imran Ayat 159-160 (Kajian Literatur Terhadap Tafsir Ibnu Katsir)*. *4*, 405–417.

Panjaitan, M. E., & Rahmasari, D. (2021). *Hubungan Antara Social Comparison Dengan Subjective Well-Being Pada Mahasiswi Psikologi Unesa Pengguna Instagram Marcelline Eva Panjaitan Diana Rahmasari Abstrak*. *8(5)*, 1–14.

Pettalongi, S. S., M, M., Arafat, & Ndaomanu, D. N. (2025). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran*.

Rachman, A. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sho'imah, D. W. (2010). *Hubungan Adversity Quotient Dan Self Efficacy*.

Solihah, A. D., & Frendika, R. (N.D.). *Pengaruh Self Efficacy Terhadap Kinerja*

Karyawan Pada Pt Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Cabang Kantor Utama Bandung. 188–195.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

Wood, J. V. (1989). *Theory And Research Concerning Social Comparisons Of Personal Attributes*. *106*(2), 231–248.

Yukai, Q. (2023). *Social Comparison Orientation Associated With Psychological Well Being: The Mediated Role Of Self-Efficacy*. *13*(2), 75–82. Https://Doi.Org/10.17265/2159-5542/2023.02.003

Zulfikar, R., Sari, F. Permata, Fatmayati, A., Wandini, K., Tati, H., Sri, J., Nurjanah, & Annisa, S. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori, Metode Dan Praktik*.