

# Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Kecemasan Sosial yang Dimoderasi Harga Diri pada Generasi Z

Fadliah Tri Kusnanda<sup>1</sup>, Muhammad Ariez Musthofa<sup>2</sup>, Sitti Chotidjah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

e-mail: u\_see@upi.edu

## Abstract

Generation Z is highly exposed to social media, which may intensify social comparison and social anxiety. This study examined whether self-esteem moderates the effect of social comparison on social anxiety among Generation Z social media users in Greater Bandung. A quantitative survey was conducted with 398 respondents (74.6% women,  $n = 297$ ; 25.4% men,  $n = 101$ ;  $M_{age} = 21.07$  years,  $SD = 2.26$ ) using Moderated Regression Analysis. Social anxiety was measured using the Social Anxiety Scale for Social Media Users (21 items;  $\alpha = .93$ ), social comparison using the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (10 items;  $\alpha = .79$ ), and self-esteem using the Rosenberg Self-Esteem Scale (8 items;  $\alpha = .89$ ). Self-esteem did not moderate the effect of social comparison on social anxiety ( $B = 0.009$ ,  $p = .705$ ). Social comparison positively predicted social anxiety ( $B = 0.925$ ,  $\beta = .401$ ,  $p < .001$ ), whereas self-esteem negatively predicted social anxiety ( $B = -1.306$ ,  $\beta = -.358$ ,  $p < .001$ ). Several demographic variables were also associated with differences in social anxiety. These findings indicate that self-esteem was associated with social anxiety in a separate regression analysis but did not moderate the association between social comparison and social anxiety.

**Keywords:** social anxiety, social comparison, self-esteem, Generation Z

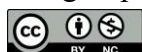
## Abstrak

Generasi Z memiliki paparan yang tinggi terhadap media sosial, yang dapat meningkatkan kecenderungan melakukan perbandingan sosial dan mengalami kecemasan sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran moderasi harga diri dalam pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial pada pengguna media sosial Generasi Z di Bandung Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *Moderated Regression Analysis* dan melibatkan 398 responden (74,6% perempuan,  $n = 297$ ; 25,4% laki-laki,  $n = 101$ ;  $M_{usia} = 21,07$  tahun;  $SD = 2,26$ ). Kecemasan sosial diukur menggunakan *Social Anxiety Scale for Social Media Users* (21 aitem;  $\alpha = 0,93$ ), perbandingan sosial menggunakan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (10 aitem;  $\alpha = 0,79$ ), dan harga diri menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (8 aitem;  $\alpha = 0,89$ ). Hasil menunjukkan bahwa harga diri tidak memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial ( $B = 0,009$ ;  $p = 0,705$ ). Perbandingan sosial berpengaruh positif terhadap kecemasan sosial ( $B = 0,925$ ;  $\beta = 0,401$ ;  $p < 0,001$ ), sedangkan harga diri berpengaruh negatif terhadap kecemasan sosial ( $B = -1,306$ ;  $\beta = -0,358$ ;  $p < 0,001$ ). Sejumlah faktor demografis juga berkaitan dengan perbedaan kecemasan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa harga diri berhubungan dengan kecemasan sosial dalam analisis regresi terpisah, tetapi tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara perbandingan sosial dan kecemasan sosial.

**Kata kunci:** kecemasan sosial, perbandingan sosial, harga diri, Generasi Z

## I. Pendahuluan

Survei APJII mencatat 221 juta pengguna internet di Indonesia pada 2024 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Media sosial menjadi salah satu layanan internet yang paling banyak digunakan dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada 1995–2010 (Rinanda & Krisnani, 2020). Bagi Generasi Z, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, serta memperoleh informasi dan hiburan (Apriyanti



et al., 2024; Nafisah & Jannah, 2024).

Di balik manfaat tersebut, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental, termasuk meningkatkan kecemasan sosial (Faiza & Maryam, 2024; Pranata et al., 2023). Holliday (dalam Wang et al., 2024) melaporkan bahwa 67% Generasi Z mengalami kecemasan, ketidakbahagiaan, atau depresi akibat penggunaan media sosial. Dalam konteks digital, kecemasan sosial mencakup kecemasan terhadap konten yang dibagikan, privasi, interaksi dengan pengguna lain, dan evaluasi negatif terhadap diri (Alkis et al., 2017).

Pengguna media sosial kerap merasa cemas setelah melihat konten unggahan orang lain di media sosial. Sejumlah peneliti menyatakan bahwa efek negatif penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental disebabkan oleh perbandingan sosial yang dilakukan oleh pengguna dengan pengguna lain (Akbar & Hakim, 2024). Individu memproses informasi tentang orang lain yang diperoleh melalui media sosial sebagai acuan untuk mengevaluasi diri, sehingga tingginya akses terhadap informasi tersebut turut meningkatkan kecenderungan melakukan perbandingan sosial (Swari & Tobing, 2024). Hasil penelitian Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann (dalam Putra, 2018) menunjukkan bahwa secara eksplisit maupun implisit melihat orang lain yang lebih kaya, sukses, dan bahagia di media sosial dapat memicu perilaku perbandingan sosial dan mengakibatkan perasaan kurang percaya diri. Perbandingan sosial yang dilakukan oleh individu biasanya bertujuan untuk menilai bagaimana kemampuan (*abilities*) dan pandangan (*opinion*) yang dimilikinya dibandingkan dengan orang lain (Putra, 2018). Pengguna bisa menilai jumlah *likes*, pengikut, dan pelanggan, serta jenis komentar orang lain untuk menilai pendapat, kemampuan, dan atribut tertentu dengan cepat (Jiang & Ngien dalam Akbar & Hakim, 2024).

Tidak semua individu merespons perbandingan sosial dengan tingkat kecemasan yang sama. Salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi perbedaan respons tersebut adalah harga diri. Harga diri merupakan evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya (Martanatasha & Primadini, 2019). Individu dengan harga diri tinggi cenderung memandang dirinya secara lebih positif sehingga berpotensi lebih mampu menghadapi rangsangan emosional negatif di media sosial (Holas et al., 2023; Jin et al., 2024). Dengan demikian, harga diri secara teoretis dapat berfungsi sebagai faktor protektif yang melemahkan pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial.

Penelitian oleh Putra (2018) tentang perilaku berjejaring sosial di media sosial menemukan bahwa perbandingan sosial memiliki hubungan signifikan yang cukup kuat dengan kecemasan sosial ketika menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian terbaru oleh Setiawan et al. (2025) menemukan bahwa *self-esteem* berpengaruh signifikan terhadap kecemasan sosial pada mahasiswa. Sebagaimana uraian di atas, harga diri dapat dilihat sebagai faktor penting yang memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial, khususnya dalam konteks

penggunaan media sosial, di mana eksistensi diri sangat dipengaruhi oleh respons publik. Semakin tinggi harga diri individu, maka semakin lemah pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial ketika menggunakan media sosial.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1: Perbandingan sosial berpengaruh terhadap kecemasan sosial.
- H2: Harga diri berpengaruh terhadap kecemasan sosial.
- H3: Harga diri dapat memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang lahir pada 1995–2010, aktif menggunakan media sosial, dan berdomisili di Bandung Raya. Sampel dipilih menggunakan *incidental sampling*, yaitu merekrut responden yang dijumpai secara insidental dan memenuhi kriteria penelitian. Kriteria partisipan adalah lahir pada 1995–2010, aktif menggunakan media sosial, dan berdomisili di Bandung Raya. Usia partisipan pada saat pengambilan data berkisar antara 15–30 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 398 responden.

Kecemasan sosial diukur menggunakan *Social Anxiety Scale for Social Media Users* (SAS-SMU; Alkis et al., 2017), yang terdiri atas 21 aitem dan mencakup empat dimensi, yaitu *shared content anxiety*, *privacy anxiety*, *interaction anxiety*, dan *self-evaluation anxiety*. Skala ini memiliki koefisien reliabilitas Cronbach's alpha sebesar 0,93. Perbandingan sosial diukur menggunakan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM; Gibbons & Buunk, 1999), yang terdiri atas 10 aitem pada dimensi *opinions* dan *abilities*, dengan koefisien reliabilitas Cronbach's alpha sebesar 0,79. Harga diri diukur menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES; Rosenberg, 1965), yang terdiri atas delapan aitem unidimensional, dengan koefisien reliabilitas Cronbach's alpha sebesar 0,89.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Analisis dilakukan dengan SPSS versi 25 dan mencakup statistik deskriptif, uji beda berdasarkan karakteristik demografis, regresi linear sederhana untuk menguji H1 dan H2, serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji H3. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan pemeriksaan asumsi analisis regresi.



### III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil Penelitian

**Tabel I. Gambaran Umum Demografis & Uji Beda**

| Demografis                         | Kategori                                         | N   | Skor Uji Beda           |                         |                          |
|------------------------------------|--------------------------------------------------|-----|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
|                                    |                                                  |     | KS                      | PS                      | HD                       |
| Jenis Kelamin                      | Perempuan                                        | 297 | t=5.500<br>(Sig<0,001)  | T=4.023<br>(Sig.<0,001) | T=-0.075<br>(Sig. 0.941) |
|                                    | Laki-laki                                        | 101 |                         |                         |                          |
| Usia                               | 15-20 Tahun                                      | 177 | F=4.771<br>(Sig. 0,009) | F=2.059<br>(Sig.0.129)  | F=3.230<br>(Sig. 0,041)  |
|                                    | 21-25 Tahun                                      | 200 |                         |                         |                          |
|                                    | 26-30 Tahun                                      | 21  |                         |                         |                          |
| Status                             | Pelajar<br>(SMP/SMA/SMK)                         | 18  | F=1.560<br>(Sig. 0,009) | F=1.723<br>(Sig. 0.144) | F=2.784<br>(Sig. 0.026)  |
|                                    | Mahasiswa                                        | 333 |                         |                         |                          |
|                                    | Karyawan/Pekerja<br>Lepas                        | 36  |                         |                         |                          |
|                                    | Wirausaha                                        | 2   |                         |                         |                          |
|                                    | Tidak sedang<br>sekolah/kuliah<br>maupun bekerja | 9   |                         |                         |                          |
| Aplikasi Media Sosial              | Instagram                                        | 391 | F6<br>(Sig.<.001)       | F=1.677<br>(Sig. 0.154) | F=3.085<br>(Sig. 0,016)  |
|                                    | TikTok                                           | 318 |                         |                         |                          |
|                                    | Line                                             | 152 |                         |                         |                          |
|                                    | WhatsApp                                         | 371 |                         |                         |                          |
|                                    | X                                                | 268 |                         |                         |                          |
|                                    | Threads                                          | 38  |                         |                         |                          |
|                                    | Facebook                                         | 62  |                         |                         |                          |
|                                    | Telegram                                         | 117 |                         |                         |                          |
|                                    | Lainnya                                          | 5   |                         |                         |                          |
| Durasi Menggunakan<br>Media Sosial | Kurang dari 1 jam                                | 3   | F6<br>(Sig.<.001)       | F=1.677<br>(Sig. 0.154) | F=3.085<br>(Sig. 0,016)  |
|                                    | 1-2 jam                                          | 49  |                         |                         |                          |
|                                    | 3-4 jam                                          | 139 |                         |                         |                          |
|                                    | 5-6 jam                                          | 124 |                         |                         |                          |
|                                    | Lebih dari 7 jam                                 | 83  |                         |                         |                          |
| Domisili                           | Kota Bandung                                     | 261 | F=0.287<br>(Sig.0.889)  | F=1.210<br>(Sig. 0.306) | F=1.120<br>(Sig. 0.347)  |
|                                    | Kabupaten Bandung                                | 62  |                         |                         |                          |
|                                    | Kabupaten Bandung<br>Barat                       | 36  |                         |                         |                          |

| Demografis                                       | Kategori                                                  | N   | Skor Uji Beda           |                          |                          |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                  |                                                           |     | KS                      | PS                       | HD                       |
| Rata-rata uang saku atau pendapatan setiap bulan | Cimahi                                                    | 37  |                         |                          |                          |
|                                                  | Kabupaten Sumedang                                        | 2   |                         |                          |                          |
|                                                  | Kurang dari Rp500.000                                     | 48  |                         |                          |                          |
|                                                  | Rp500.000 – Rp2.000.000                                   | 217 |                         |                          |                          |
|                                                  | Rp2.000,001 – Rp5.000.000                                 | 88  |                         |                          |                          |
|                                                  | Lebih dari Rp5.000.000                                    | 13  | F=4.452<br>(Sig.<0,001) | F=6.584<br>(Sig, <0,001) | F=4.648<br>(Sig. <0,001) |
|                                                  | Tidak memiliki penghasilan tetap/tidak menerima uang saku | 23  |                         |                          |                          |
|                                                  | Lainnya                                                   | 9   |                         |                          |                          |

Catatan: KS = kecemasan sosial; PS = perbandingan sosial; HD = harga diri; *t* = independent-samples *t* test; *F* = one-way ANOVA.

Sebanyak 297 responden (74,6%) berjenis kelamin perempuan dan 101 responden (25,4%) berjenis kelamin laki-laki. Rata-rata usia seluruh responden adalah 21,07 tahun (*SD* = 2,26). Berdasarkan kelompok usia, 177 responden (44,5%) berusia 15-20 tahun, 200 responden (50,3%) berusia 21-25 tahun, dan 21 responden (5,3%) berusia 26-30 tahun. Uji beda menunjukkan adanya perbedaan kecemasan sosial dan perbandingan sosial berdasarkan jenis kelamin (keduanya  $p < 0,001$ ). Selain itu, terdapat perbedaan kecemasan sosial ( $p = 0,009$ ) dan harga diri ( $p = 0,041$ ) berdasarkan kelompok usia.

Sebagian besar responden berdomisili di Kota Bandung ( $n = 261$ ; 65,6%), diikuti Kabupaten Bandung ( $n = 62$ ; 15,6%), Cimahi ( $n = 37$ ; 9,3%), Kabupaten Bandung Barat ( $n = 36$ ; 9,0%), dan Kabupaten Sumedang ( $n = 2$ ; 0,5%). Berdasarkan uang saku atau pendapatan bulanan, 48 responden (12,1%) berada pada kategori kurang dari Rp500.000, 217 responden (54,5%) pada Rp500.000-Rp2.000.000, 88 responden (22,1%) pada Rp2.000,001-Rp5.000.000, 13 responden (3,3%) lebih dari Rp5.000.000, 23 responden (5,8%) tidak memiliki penghasilan tetap atau uang saku, dan 9 responden (2,3%) memilih kategori lainnya. Terdapat perbedaan kecemasan sosial, perbandingan sosial, dan harga diri berdasarkan kategori pendapatan atau uang saku (seluruhnya  $p < 0,001$ ).

Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan (98,2%), diikuti WhatsApp (93,2%), TikTok (79,9%), X (67,3%), Line (38,2%), Telegram (29,4%), Facebook (15,6%), Threads (9,5%), dan aplikasi lain (1,3%). Durasi penggunaan media sosial paling banyak



berada pada kategori 3-4 jam per hari ( $n = 139$ ; 34,9%), diikuti 5-6 jam ( $n = 124$ ; 31,2%), lebih dari 7 jam ( $n = 83$ ; 20,9%), 1-2 jam ( $n = 49$ ; 12,3%), dan kurang dari 1 jam ( $n = 3$ ; 0,8%). Terdapat perbedaan kecemasan sosial ( $p < 0,001$ ) dan harga diri ( $p = 0,016$ ) berdasarkan durasi penggunaan media sosial.

## Uji Hipotesis

**Tabel II. Uji Hipotesis 1 ( $H_1$ )**

| Model               | B Tidak Terstandar | Galat Standar | Std Coefficients Beta | t     | p      |
|---------------------|--------------------|---------------|-----------------------|-------|--------|
| (Konstanta)         | 32.665             | 3.796         |                       | 8.605 | <0,001 |
| Perbandingan Sosial | 0.925              | 0.106         | 0.401                 | 8.699 | <0,001 |

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa perbandingan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecemasan sosial ( $B = 0,925$ ;  $SE = 0,106$ ;  $\beta = 0,401$ ;  $t = 8,699$ ;  $p < 0,001$ ). Setiap kenaikan satu poin skor perbandingan sosial berkaitan dengan kenaikan skor kecemasan sosial sebesar 0,925 poin. Persamaan regresinya adalah  $Y = 32,665 + 0,925X$ . Dengan demikian,  $H_1$  diterima.

**Tabel III. Uji Hipotesis 2 ( $H_2$ )**

| Model       | B Tidak Terstandar | Galat Standar | Std Coefficients Beta | t      | p      |
|-------------|--------------------|---------------|-----------------------|--------|--------|
| (Konstanta) | 95.245             | 3.997         |                       | 23.829 | <0,001 |
| Harga Diri  | -1.306             | 0.171         | -0.358                | -7.620 | <0,001 |

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa harga diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecemasan sosial ( $B = -1,306$ ;  $SE = 0,171$ ;  $\beta = -0,358$ ;  $t = -7,620$ ;  $p < 0,001$ ). Setiap kenaikan satu poin skor harga diri berkaitan dengan penurunan skor kecemasan sosial sebesar 1,306 poin. Persamaan regresinya adalah  $Y = 95,245 - 1,306X$ . Dengan demikian,  $H_2$  diterima.

**Tabel 4. Uji Hipotesis 3 ( $H_3$ )**

| Model                          | B Tidak Terstandar | Galat Standar | Std Coefficients Beta | t      | p     |
|--------------------------------|--------------------|---------------|-----------------------|--------|-------|
| (Konstanta)                    | 69.200             | 22.541        |                       | 3.070  | 0.002 |
| Perbandingan Sosial            | 0.524              | 0.598         | 0.227                 | 0.875  | 0,382 |
| Harga Diri                     | -1.297             | 0.909         | -0.355                | -1.426 | 0,155 |
| Perbandingan Sosial*Harga Diri | 0,009              | 0.024         | 0.114                 | 0.379  | 0,705 |

Hasil MRA menunjukkan bahwa interaksi antara perbandingan sosial dan harga diri tidak

signifikan ( $B = 0,009$ ;  $SE = 0,024$ ;  $\beta = 0,114$ ;  $t = 0,379$ ;  $p = 0,705$ ). Dengan demikian, harga diri tidak memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial dan H3 ditolak. Dalam model yang memuat interaksi, koefisien perbandingan sosial bernilai positif tetapi tidak signifikan ( $B = 0,524$ ;  $SE = 0,598$ ;  $\beta = 0,227$ ;  $t = 0,875$ ;  $p = 0,382$ ), sedangkan koefisien harga diri bernilai negatif tetapi tidak signifikan ( $B = -1,297$ ;  $SE = 0,909$ ;  $\beta = -0,355$ ;  $t = -1,426$ ;  $p = 0,155$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan harga diri tidak mengubah kekuatan pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial.

### 3.2 Pembahasan

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa perbandingan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecemasan sosial ketika menggunakan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alaska et al. (2024), Lestari dan Solekhah (2022), serta Lam et al. (2023). Semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial, semakin tinggi pula kecemasan sosial yang dialaminya. Dalam konteks media sosial, individu yang kerap membandingkan dirinya dengan unggahan orang lain dapat merasa kurang puas terhadap kehidupan pribadi dan lebih berfokus pada aspek negatif dalam dirinya, sehingga meningkatkan kecemasan sosial (Lam et al., 2023; Lestari & Solekhah, 2022).

Hasil uji sosiodemografi menunjukkan adanya perbedaan perbandingan sosial berdasarkan jenis kelamin ( $p < 0,001$ ). Temuan ini dapat dipahami sejalan dengan pembahasan Sari dan Suarya (2018), yang menguraikan bahwa perbandingan sosial merupakan salah satu proses yang digunakan perempuan dalam mengevaluasi diri terhadap standar sosial dan penampilan. Tian et al. (2025) juga menemukan adanya perbedaan kecenderungan *upward social comparison* berdasarkan jenis kelamin.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecemasan sosial dalam menggunakan media sosial. Artinya, semakin tinggi harga diri, semakin rendah kecemasan sosial yang dialami. Individu dengan harga diri tinggi cenderung memandang dirinya sebagai pribadi yang baik dan berharga sehingga lebih mampu mengembangkan pemikiran positif ketika menggunakan media sosial (Holas et al., 2023). Hasil uji beda juga menunjukkan adanya perbedaan harga diri berdasarkan kelompok usia ( $p = 0,041$ ), sedangkan perbedaan berdasarkan jenis kelamin tidak signifikan ( $p = 0,941$ ). Temuan tersebut menunjukkan bahwa variasi harga diri lebih berkaitan dengan kelompok usia daripada jenis kelamin pada sampel penelitian ini.

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa harga diri tidak memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial. Pada analisis regresi yang dilakukan secara



terpisah, perbandingan sosial dan harga diri masing-masing menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kecemasan sosial. Namun, pada model moderasi, interaksi antara perbandingan sosial dan harga diri tidak signifikan. Artinya, tingkat harga diri tidak mengubah kekuatan pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial pada pengguna media sosial Generasi Z. Temuan ini tidak mendukung asumsi awal penelitian, tetapi sejalan dengan Fadilla dan Ayriza (2025), yang juga menemukan bahwa harga diri tidak memoderasi hubungan antara perbandingan sosial dan kepuasan hidup pada Generasi Z.

Salah satu kemungkinan penjelasan atas tidak ditemukannya efek moderasi adalah bahwa hubungan perbandingan sosial dengan kecemasan sosial tetap muncul pada berbagai tingkat harga diri. Individu yang membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial dapat merasa dirinya kurang baik, sehingga meningkatkan kecemasan dalam interaksi sosial, baik di dunia maya maupun dalam kehidupan sehari-hari (Widirahayu & Husna, 2024). Secara teoretis, paparan berulang terhadap konten yang tampak ideal dapat berkaitan dengan *saturation effect*, yaitu kondisi ketika intensitas *upward comparison* relatif kuat sehingga peran protektif harga diri menjadi terbatas (Fadilla & Ayriza, 2025).

Faktor lain yang mungkin menjelaskan hasil tersebut adalah penggunaan instrumen harga diri yang bersifat unidimensional dan mengukur keberhargaan diri secara umum. Dalam konteks media sosial, harga diri global belum tentu cukup sensitif untuk menangkap perubahan penilaian diri yang muncul akibat umpan balik sosial dan perbandingan dengan pengguna lain. Chen (dalam Fadilla & Ayriza, 2025) menjelaskan bahwa respons harga diri terhadap umpan balik media sosial dipengaruhi oleh orientasi perbandingan sosial dan persepsi keaslian diri, tetapi tidak selalu cukup kuat untuk meniadakan dampak negatif dari perbandingan sosial yang berlebihan.

Variabel lain mungkin lebih relevan sebagai *moderator* dalam hubungan antara perbandingan sosial dan kecemasan sosial. Salah satunya adalah *self-compassion*. Tian et al. (2025) menemukan bahwa *self-compassion* dapat mengurangi dampak negatif *upward social comparison* terhadap kecemasan penampilan. *Self-compassion* membantu individu memahami dan menerima keterbatasan diri, bersikap lebih baik terhadap diri sendiri, serta mengurangi tekanan yang muncul ketika membandingkan diri dengan orang lain. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan *self-compassion* sebagai variabel *moderator*.

Model mediasi juga dapat dipertimbangkan untuk menjelaskan hubungan antara perbandingan sosial, harga diri, dan kecemasan sosial. Fadilla dan Ayriza (2025) menjelaskan bahwa harga diri lebih mungkin berperan sebagai *mediator* daripada *moderator*. Vogel et al. (2014) menemukan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan harga diri melalui *upward social comparison*. Jiang dan Ngien (2020) juga menemukan bahwa penggunaan Instagram berkaitan dengan kecemasan sosial melalui perbandingan sosial dan harga diri. Temuan serupa

dilaporkan oleh Yang et al. (2023), yang menunjukkan adanya peran mediasi berantai perbandingan sosial dan harga diri dalam hubungan antara paparan media sosial dan kecemasan sosial. Model mediasi dapat menggambarkan proses psikologis bertahap ketika individu mengevaluasi dirinya dalam konteks sosial digital.

Hasil uji beda menunjukkan adanya perbedaan kecemasan sosial berdasarkan kelompok usia ( $F = 4,771$ ;  $p = 0,009$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa kecemasan sosial tidak sama pada seluruh kelompok usia dalam sampel penelitian. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan kecemasan sosial berdasarkan pendapatan atau uang saku ( $F = 4,452$ ;  $p < 0,001$ ). Temuan ini sejalan dengan Lai et al. (2023) dan Wang et al. (2024), yang menunjukkan bahwa kondisi ekonomi berkaitan dengan kecemasan sosial.

Durasi penggunaan media sosial juga menunjukkan perbedaan yang signifikan pada kecemasan sosial ( $p < 0,001$ ). Temuan ini sejalan dengan Jia et al. (2022), yang menunjukkan bahwa waktu penggunaan media sosial berkaitan dengan kecemasan sosial. Paparan yang lebih lama terhadap beragam konten media sosial dapat meningkatkan kemungkinan individu menghadapi konten negatif, penilaian sosial, dan informasi yang menimbulkan ketidaknyamanan. Penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam durasi panjang berkaitan dengan kerentanan terhadap kecemasan sosial, depresi, dan masalah psikologis lainnya pada remaja (Putri & Virlia, 2023).

#### IV. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga diri tidak memoderasi pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial pada pengguna media sosial Generasi Z di Bandung Raya ( $B$  interaksi = 0,009;  $p = 0,705$ ). Secara terpisah, perbandingan sosial berpengaruh positif terhadap kecemasan sosial ( $B = 0,925$ ;  $\beta = 0,401$ ;  $p < 0,001$ ), sedangkan harga diri berpengaruh negatif terhadap kecemasan sosial ( $B = -1,306$ ;  $\beta = -0,358$ ;  $p < 0,001$ ). Hasil uji beda menunjukkan adanya perbedaan kecemasan sosial berdasarkan jenis kelamin, usia, durasi penggunaan media sosial, serta pendapatan atau uang saku. Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Memperbesar proporsi penyebaran kuesioner secara langsung (luring), dibandingkan secara *online* (daring) agar proses pengisian kuesioner penelitian dapat lebih terkontrol dan akurasi data lebih terjamin.
2. Mengumpulkan data dengan jumlah sampel yang memadai untuk setiap rentang usia atau melakukan pengelompokan usia secara lebih spesifik dalam mengkaji Generasi Z. Hal ini bertujuan untuk menangkap perbedaan karakteristik psikologis dan perilaku penggunaan



media sosial sehingga hasil penelitian menjadi lebih tajam dan relevan.

3. Mengubah model penelitian menjadi penelitian mediasi di mana harga diri dapat diduga sebagai variabel mediasi dalam pengaruh perbandingan sosial terhadap kecemasan sosial dalam menggunakan media sosial pada generasi Z di Bandung.

## Daftar Pustaka

- Abdulah, A. Z., Suerni, T., & Nurochmah, E. (2023). Masalah Kesehatan Mental Generasi Z di Rumah Sakit Jiwa. *Jurnal Keperawatan Jiwa (JKJ): Persatuan Perawat Nasional Indonesia*, 11(2), 267-272.
- Adiarsi, G. R., Putra, A. E., & Raymond. (2024). Motivasi Pengguna Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Gen Z. *Jurnal Nomosleca*, 10(2), 269-279.
- Akbar, M. S., & Hakim, M. A. (2024). Peran perbandingan sosial terhadap timbulnya kecemasan sosial pada mahasiswa akibat perilaku berjejaring sosial di media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 22(01), 31-40.
- Alaska, P. M., Nashori, F., & Uyun, M. (2024). Husnuzan, Social Comparison, and Social Anxiety in Emerging Adults Social Media Users. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 13(2), 622-644.
- Alkis, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and Validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users. *Computers in Human Behavior*, 72, 296-303.
- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Kinaya, R. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). Keterlibatan penggunaan media sosial pada interaksi sosial di kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(4), 229-237.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved May 19, 2024, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Cahya, M. N. (2023). Dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja: tinjauan pengaruh penggunaan media sosial pada kecemasan dan depresi remaja. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 3(8), 703-706.

- Damayanti, R., Hamid, H., & Ismail, I. (2023). Perbedaan Tingkat Kecemasan Sosial Pada Remaja Perempuan Di Kota Makassar Ditinjau Dari Locus of Control. *Journal of Correctional Issues*, 6(2), 285-296.
- Fadilla, I. R., & Ayriza, Y. (2025). Dinamika perbandingan sosial dan kepuasan hidup pada Generasi Z: Peran moderasi harga diri. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 5(2), 125-139.
- Faiza, N. N., & Maryam, E. W. (2024). Self-Disclosure, social comparison, and social anxiety among gen z social media users. *EMPATHY: Jurnal Fakultas Psikologi*, 7(1), 17-31.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-esteem terhadap fear of missing out (FoMO) pada Generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 1-21.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142.
- Holas, P., Kowalczyk, M., Krejtz, I., Wisiecka, K., & Jankowski, T. (2023). The relationship between self-esteem and self-compassion in socially anxious individuals. *Current Psychology*, 42, 10271-10276.
- Jia, G., Dai, H., Chu, Y., Wang, X., Hao, Y., & Wang, S. (2022). Psychometric evaluation of the Chinese version of social anxiety scale for social media users and cross-sectional investigation into this disorder among college students. *Comprehensive Psychiatry*, 116.
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*, 1-10.
- Jin, T., Chen, Y., & Zhang, K. (2024). Effects of social media use on employment anxiety among Chinese youth: the roles of upward social comparison, online social support and self-esteem. *Frontiers in Psychology*, 1-31.
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10-20.
- Lai, F., Wang, L., Zhang, J., Shan, S., Chen, J., & Tian, L. (2023). Relationship between Social Media Use and Social Anxiety in College Students: Mediation Effect of Communication Capacity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3657), 1-14.



- Lam, T. N., Jensen, D. B., Hovey, J. D. D., & Roley-Roberts, M. E. (2023). College students and siberbullying: how social media use affects social anxiety and social comparison. *Heliyon*, 8.
- Lestari, M. A., & Solekhah, T. A. (2022). The Relationship Between Social Comparison with Social Anxiety in Youth Users Instagram in Jakarta. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 1(1), 1044-1051.
- Li, J., Jia, S., Wang, L., Zhang, M., & Chen, S. (2023). Relationships among inferiority feelings, fear of negative evaluation, and social anxiety in Chinese junior high school students. *Frontiers in Psychology*, 01-09. 10.3389/fpsyg.2022.1015477
- Liu, L., & Lowe, P. A. (2016). Examination of the Brief Fear of Negative Evaluation Scale—Version 2 and the Brief Fear of Negative Evaluation Scale—Straightforward Items Factor Structure in a Sample of U.S. College Students. *Canadian Journal of School Psychology*, 31(2), 122-138.
- Martanatasha, M., & Primadini, I. (2019). Relasi Self-Esteem dan Body Image dalam Terpaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Ultimacomm*, 11(2), 158-172.
- Nadia, Fakhir, N. F., & Akmal, N. (2023). The influence of intensity of social media Instagram use on social comparison with group competition as moderator. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(6), 816-826.
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(02), 705-713.
- Pranata, W. Y., Sa'adah, T. I., & Maulana, M. S. (2023). Media Sosial Sebagai Platform Digital Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional*, 681-686.
- Primadiana, D. B., Nihayati, H. E., & Wahyuni, E. D. (2019). Hubungan Smartphone Addiction dengan Kecemasan Sosial Pada Remaja (Relationship between Smartphone Addiction with Social Anxiety in Adolescents). *Psychiatry Nursing Journal*, 1(1), 21-28.
- Puspitasari, W., & Fikry, Z. (2023). Kontribusi Kontrol Diri terhadap Kecanduan Media Sosial TikTok pada Remaja di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13958-13964.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197-210.
- Putri, K. A. D., & Virlia, S. (2023). Pengaruh Harga Diri dan Adiksi Media Sosial terhadap

- Tingkat Kecemasan Sosial pada Remaja Pengguna TikTok. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 328-341.
- Putri, M. H., & Istiqomah, N. (2024). Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Welas Diri pada Remaja Akhir yang Menjalani Gap Year. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 15(01), 48-63.
- Qatrunnada, N., & Widyastuti. (2023). Hubungan antara self-esteem dan social comparison dengan citra tubuh remaja di Kota Makassar. *Journal of Correctional Issues*, 6(1), 59-68.
- Rahardjo, W., & Mardianti. (2023). Social Anxiety in Social Media Users: Understanding The Role Of Self-Esteem And Demographic Factors. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 159-169.
- Rahma, L. M., & Setiasih. (2024). Social comparison sebagai moderator intensitas penggunaan Instagram dan self-esteem. *Jurnal Psikologi*, 17, 277-287.
- Rahmad, S. A., & Kirana, A. (2023). Social Comparison dan Life Satisfaction pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial. *Merpsy Journal*, 15(2), 127-136.
- Rinanda, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Jurnal*, 10(2), 199-208.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Sari, I. A. W. P., & Suarya, L. M. K. S. (2018). Hubungan antara *social comparison* dan harga diri terhadap citra tubuh pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Udayana, Edisi Khusus Psikologi Positif*, 40–52.
- Setiawan, D., Handayani, P. K., & Linsiya, R. W. (2025). Pengaruh Self-Esteem terhadap Kecemasan Sosial Pada Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 11(1), 1-10.
- Survei Internet APJII 2024. (2024, 02 21). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved February 21, 2024, from <https://survei.apjii.or.id/>.
- Swari, N. K. E. P., & Tobing, D. H. (2024). Dampak perbandingan sosial pada pengguna media sosial: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 853–863.
- Tian, J., Li, B., & Zhang, R. (2025). The Impact of Upward Social Comparison on Social Media on Appearance Anxiety: A Moderated Mediation Model. *Behavioral Sciences*, 15(1), 1-



17.

- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.
- Wang, Y., Zhang, H., & Bao, S. (2024). Testing, revision and application of the social anxiety scale for Chinese social media users. *Frontiers in Psychology*, 1-13.
- Widirahayu, M. D. A., & Husna, J. (2024). Dampak Perbandingan Sosial di Instagram terhadap Fomo dan Social Anxiety di Era Digital: Sebuah Kajian Deskriptif pada Mahasiswa. *Jurnal Jejak Hukum Indonesia (JHI)*, 01(2), 64-73.
- Yang, F., Li, M., & Han, Y. (2023). Whether and how will using social media induce social anxiety? The correlational and causal evidence from Chinese society. *Frontiers in Psychology*, 14(1), 1-13.