

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
SOCIAL COMPARISON MAHASISWA IAIN MANADO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Psikologi Islam di IAIN Manado



Oleh:

Denisa Nadia Moha

201.3.6.014

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Denisa Nadia Moha

NIM : 20136014

Program : Sarjana (S1)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, Desember 2024

Saya yang menyatakan,



Denisa Nadia Moha

NIM.20136014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado" yang telah ditulis oleh Denisa Nadia Moha, NIM. 20136014 telah disetujui Pada Februari 2025.

Pembimbing I



Dr. Sahari, M.Pd.I

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado" yang telah ditulis oleh Denisa Nadia Moha, NIM. 20136014 telah disetujui Pada Februari 2025

Pembimbing II



Zulkifli Mansyur, M.A

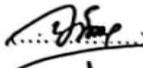
PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

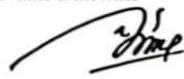
Skripsi berjudul Intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado yang ditulis oleh Denisa Nadia Moha ini telah disetujui pada tanggal Februari 2025.

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado" yang ditulis oleh Denisa Nadia Moha ini telah disetujui pada Februari 2025.

TIM PENGUJI :

- | | | |
|------------------------------|-----------------------|---|
| 1. Dr. Sahari M.Pd.I | (Ketua/Pembimbing I) |  |
| 2. Zulkipli Mansyur, M.A | (Ketua/Pembimbing II) |  |
| 3. Dr. Taufani, M.A. | (Penguji I) |  |
| 4. Nur Evira Anggrainy, M.Si | (Penguji II) |  |

	<p style="margin: 0;">Manado, 5 Februari 2025 Dekan Fakultas Ushulludin Adab dan Dakwah</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Dr. Sahari, M.Pd.I</p>
--	---

ABSTRAK

Nama : Denisa Nadia Moha

NIM : 20136014

Judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* pada mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Jumlah sampel dalam penelitian ini ada 120 mahasiswa dengan rentan usia 18-25 tahun. instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori dari Ajzen dan skala *social comparison* yang dikembangkan oleh Leon Festinger. Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan adanya korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial instagram dan body dissatisfaction dengan skor 0,310 dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,005$. Artinya semakin tinggi penggunaan media sosial instagram, maka semakin tinggi juga tingkat *social comparison* yang terjadi pada mahasiswa IAIN Manado.

Kata Kunci : Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, *Social Comparison*

ABSTRACT

Name of the Author : Denisa Nadia Moha
Student Id Number : 20136014
Faculty : Ushuluddin Adab and Da'wa
Study Program : Islamic Psychology
Thesis Title : The Influence of Intensity of Use of Instagram Social
Media on Social Comparison of IAIN Manado Students

This research aims to analyze whether there is an influence of the intensity of use of social media Instagram on social comparison among students at the State Islamic Institute (IAIN) Manado. This research uses quantitative research methods with simple linear regression analysis. The number of samples in this study was 120 students aged 18-25 years. The instrument used in this research is the Instagram Social Media Usage Intensity scale which was prepared by researchers based on Ajzen's theory and the social comparison scale developed by Leon Festinger. The results of the data analysis obtained show that there is a positive correlation between the intensity of use of social media Instagram and body dissatisfaction with a score of 0.310 with a significance value of $p = 0.000 < 0.005$. This means that the higher the use of social media Instagram, the higher the level of social comparison that occurs among IAIN Manado students.

Keywords : *Intensity of Use of Instagram Social Media, Social Comparison*

TRANSLITERASI

A. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ر	Ṣ	ن	n
ز	r	و	m
س	Z	ه	n
ش	S	ء	w
ص	S	ي	h
ض	Sy		,
	ṣ ḍ		Y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda rangkap, termasuk tanda *syaddah* harus ditulis dengan lengkap. Seperti;

احمدية : ditulis *Aḥmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

C. *Tā' Marbūtah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

2. Bila dihidupkan karena dari kata lain, maka ditulis “t”

نعمة هلا : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفر : ditulis *Zakāt al-Fiṭr*

D. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

E. Vokal Panjang

1. “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī” dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* (ˉ) di atasnya.
2. Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathah* + *wawū* mati ditulis “au”.

F. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vocal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

النتم : a'antum

موء نث : mu'annas

G. Kata Sambung Alif+Lam

1. Bila huruf *qamariyah* ditulisa al-:

الفرقان : ditulis *al-Furqān*

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya: السنة : ditulis *as-Sunnah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

1. Ditulis kata per kata atau;
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ السالم : *Syaikh al-*

تاج الشريعة *Islām* : *Tāj*

asy-Syarī'ah

اتصور السالمي : *At-Tasawwur al-Islāmī*

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dsb. ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat kekuatan, keberkahan, kesehatan dan kelancaran sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado”.

Shalawat bertangkai salam penulis junjungkan kepada Nabi kita, Nabi Besar, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari alam kegelapan menuju kepada alam terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada program studi Psikologi Islam, fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya penulis mendapatkan banyak bimbingan, motivasi, arahan, saran dan bantuan yang sangat berperan besar dari berbagai orang-orang tercinta. Sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karenanya ucapan sebesar-sebarnya menyampaikan Rasa Terimakasih banyak penulis sampaikan kepada :

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M.H.I, Wakil Rektor I Bidang Akademik & Pengembangan lembaga, Dr. Edi Gunawan, M.H.I, Wakil Rektor II Bidang AUAK, Dr. Salma, M.H.I, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mastang A. Baba, M.Ag, Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk penulis belajar di IAIN Manado
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Sahari, M.Pd.I, Wakil Dekan I bidang Akademik Dr. Muhammad Imran, M.Th.I, Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum Keuangan Dr. Shinta Nento, M.Pd, Wakil Dekan III,

dan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mardan Umar, S.Pd.I., M.Pd.

3. Ketua Program Studi Psikologi Islam Siti Aisa, M.A.
4. Pembimbing I, Dr Sahari, M.Pd.I dan Pembimbing II, Zulkifl Mansyur, M.A yang selalu membimbing dan mengarahkan selama penelitian dan proses penyusunan skripsi berlangsung.
5. Penguji I, Dr. Taufani, M.A dan Penguji II, Nur Evira Anggrainy M.Si yang sudah membimbing dan juga banyak membantu.
6. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Manado, Muhammad Sukri, M.Ag, beserta staf. Terima kasih sudah memberikan layanan buku-buku penunjang selama studi.
7. Seluruh dosen IAIN Manado yang sudah membina, memberikan dan membagi ilmu selama masa perkuliahan dan civitas akademik Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Manado.
8. Kepada keluarga tercinta, Ayah, Ibu, Kakak, Ade yang sudah mendoakan dan mensupport penulis serta kasih semangat yang besar agar supaya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik
9. Sahabat seperjuangan saya PMII Cabang Metro Manado, makasih atas support dari sahabat terkasih.
10. Kepada responden penelitian yg sudah meluangkan waktu mengisi kuisisioner yang sudah saya bagikan.
11. Terima kasih juga kepada Zalfa Moki, Nazlia Badjeber, Nabila Badjeber, Anastasya Lasahido, Gia Potabuga, dan Setiady Papatungan karena sudah membantu penulis dan juga support yang diberikan.
12. Terimakasih juga kepada Darham Thalib, karena telah menjadi support system terbaik.

Kepada mereka semua semoga Allah SWT. memberikan balasan yang berlipat ganda. *Aamiin ya rabbal a'lam*, atas segala petunjuk, semangat, bantuan serta motivasi yang telah diberikan oleh orang-orang tercinta. Hanya kepada Allah SWT kita menyembah dan mengabdikan serta memohon pertolongan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat, semoga Allah SWT melimpahkan taufiq dan hidayahnya kepada kita semua. *Aamiin*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI	v
TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Definisi Operasional	6
G. Penelitian Terdahulu	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Intensitas Penggunaan Instagram	16
B. <i>Social Comparison</i>	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Hasil Uji ANOVA.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Model Summaryb	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 : <i>Social Comparison</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Kategorisasi Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Skala Penggunaan Sosial Media Instagram	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Kategori Skor Skala Intensitas Media Sosial Instgram	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Deskriptif Statistik Kategori Skor Skala Intensitas Media Sosial Instgram	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 subjek penelitian berdasarkan usia.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 kategori jenis kelamin	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 surat permohonan izin penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 2 surat Blue print</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 3 tabulasi data</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 4 kuisisioner</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 5 Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 6 Skala <i>Social Comparison</i></u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 7 Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram</u>	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teori yang semakin maju juga membuat seseorang lebih mudah untuk melakukan komunikasi yang dilakukan secara praktis, salah satunya adalah dengan menggunakan media internet. Internet merupakan tempat dimana seseorang dapat melakukan komunikasi langsung secara online melaluia email, chat, dan media sosial lainnya.

Jumlah pengguna sosial media telah meningkat, dalam penelitian terbaru Global Web Index (GWI) menemukan bahwa pada tahun 2016 jumlah pengguna Instagram telah meningkat lebih dari 10% dari akhir tahun 2015. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna Instagram saat ini sudah mencapai hampir 50% dari pengguna internet di dunia. Diketahui bahwa jumlah pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta. Di Indonesia, Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp.¹

Jones mendefinisikan perbandingan sosial sebagai penilaian kognitif yang dibuat oleh seorang individu tentang suatu hal yang dimilikinya dan membandingkannya dengan suatu hal yang dimiliki oleh orang lain, biasanya individu memilih siapa yang akan mereka bandingkan atas dasar kesamaan yang dirasakan. Contohnya adalah seseorang akan merasa rupawan ketika orang lain tampak biasa saja, merasa pintar saat yang lain tampak bodoh, merasa tidak peduli ketika orang lain nampak tidak berperan. Ketika seseorang menyaksikan penampilan temannya, orang tidak dapat menahan diri untuk secara implisit membandingkan diri mereka. Oleh karena itu, orang mungkin secara diam-diam

¹ Santi Susanti, “*Pengaruh Self-Esteem, Self-uncertainty, Dukungan Sosial, dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perbandingan Sosial pada Pengguna Instagram.*”

merasa senang di atas kegagalan temannya, khususnya ketika hal tersebut terjadi pada seseorang yang diirikan dan Ketika seseorang tidak menderita kegagalan yang sama. Taylor, Peplau dan Scars percaya bahwa orang termotivasi untuk membuat penilaian mengenai level kemampuan dan terhadap sikap individu itu sendiri.²

Belakangan ini juga terdapat studi yang mengkaji mengenai banyaknya individu menggunakan jejaring sosial instagram dan melakukan *Social Comparison*, seperti adanya studi yang dilakukan oleh Lin dan Uts yang menemukan bahwa perasaan iri dan tidak puas di jejaring sosial disebabkan oleh perbandingan sosial. Peneliti juga melakukan sebuah preliminary study mengenai *Social Comparison* yang dilakukan individu di instagram. Preliminary ini dilakukan untuk mencari tahu apakah seseorang yang menggunakan instagram senang melakukan *Social Comparison* lewat instagram nya apabila individu tersebut mengunggah foto atau videonya lewat instagram. Dari data *preliminary study* tersebut, ditemukan bahwa 78% (persen) atau sebanyak 156 orang pernah membandingkan diri mereka lewat instagram seseorang, sementara 22% (persen) atau 44 orang tidak pernah membandingkan diri mereka lewat instagram. Dalam pertanyaan tersebut, peneliti memberikan sebuah contoh *Social Comparison* kepada orang lain tersebut berupa; Membandingkan fisik, membandingkan kesenangan yang dilakukan seperti berjalan-jalan, perbandingan keahlian, foto-foto yang dianggap lebih baik, perbandingan sifat, perbandingan feeds instagram, perbandingan jumlah followers, membandingkan outfit yang digunakan pengguna instagram, serta perbandingan mengenai jumlah likes dan komentar yang lebih banyak. Preliminary yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan membuat pernyataan yang dapat diisi melalui akun instagram secara terbuka oleh pengguna instagram yang lainnya. Pernyataan yang ada pada preliminary study tersebut

² Santi Susanti, "Pengaruh *Self-Esteem*, *Self-uncertainty*, Dukungan Sosial, dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perbandingan Sosial pada Pengguna Instagram," 5-6

yaitu, “apakah kamu pernah membandingkan diri dengan orang lain melalui instagram?”³

Intensitas penggunaan sosial media juga merupakan salah satu factor yang dapat memengaruhi perbandingan sosial. Perilaku *Social Comparison* dapat muncul lewat penggunaan media sosial instagram, dimana pengguna akan banyak melihat orang lain sebagai bahan perbandingan evaluasi dengan diri mereka. ketika seorang individu melihat adanya perbedaan pencapaian pendidikan maupun karir pekerjaan yang tergambar melalui media sosial, maka mereka akan secara otomatis membandingkan pencapaian mereka dengan individu tersebut, kemudian menghubungkan informasi itu dengan dirinya sendiri, sehingga individu cenderung melakukan *Social Comparison* di media sosial, khususnya ketika melihat foto dan postingan orang lain. Hwang mengungkapkan bahwa pengguna media sosial banyak menghabiskan waktu untuk melihat gambar, status update dari orang lain, serta bentuk profil media sosial yang mereka dambakan atau inginkan. Jiang dan Ngien menjelaskan penggunaan media sosial meningkatkan taraf *Social Comparison* seseorang, hal ini terjadi karena semakin lama seseorang menghabiskan waktunya untuk menggunakan instagram, maka semakin tinggi juga kemungkinan orang tersebut untuk berpikir bahwa orang lain mempunyai kehidupan yang lebih baik dari dirinya.⁴

Untuk memperkuat fenomena penelitian, saya melakukan wawancara dan juga observasi awal kepada 3 orang responden yang dimana dalam hal ini mahasiswa aktif IAIN Manado. Pertanyaan yang digunakan juga berdasarkan aspek *Social Comparison*, dari hasil wawancara tersebut menunjukkan adanya indikasi *Social Comparison* yang berhubungan dengan hidup yang sedang dijalannya. Dari ke-3 responden menyatakan bahwa mereka kurang puas

³ Santi Susanti, “Pengaruh *Self-Esteem*, *Self-uncertainty*, Dukungan Sosial, dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perbandingan Sosial pada Pengguna Instagram,” 7

⁴ Fauzhan Firmansyah (2022), “Pengaruh *Social Comparison* dan *Self Esteem* terhadap *Social Anxiety* pada Mahasiswa Pengguna Instagram.

dengan hidup yang dijalaninya, dikarenakanj belum memenuhi hal yang yang ingin dicapai yang sudah menjadi tujuan atau target yang diharapkan dalam hidupnya, sehingga mereka merasa tidak memiliki keyakinan akan kehidupannya di masa mendatang. Oleh karena itu, karena terlalu sering mengakses media sosial (instagram) turut mempengaruhi life satisfaction individu dan berakhir dengan melakukan perbandingan di media sosial terhadap hidupnya.

Internet mempunyai berbagai macam aplikasi dimana salah satu aplikasi yang sangat populer dan sering di akses oleh hampir semua pengguna internet adalah aplikasi media sosial. Media sosial yaitu sebuah bentuk komunikasi online dimana para pengguna bisa menciptakan atau membuat komunitas dalam berbagi pemikiran, pesan personal, ataupun berbagai konten. Dimana hal ini mempermudah jalan seseorang atau kelompok untuk saling terhubung hanya dengan menggunakan internet.⁵

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk indonesia tahun 2023. Berdasarkan hasil survey penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka didapati tingkat penetrasi di indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka terdapat peningkatan sebesar 1,4%.⁶

Lembaga *We Are Social* tahun 2021 mempublikasikan hasil penelitian yang menyatakan pengguna media sosial yang tersebar pada seluruh platform yaitu *facebook, instagram, twitter, youtube, pinteres, tiktok, whatsapp*, dan masih terdapat banyak media sosial yang lain.⁷ menurut

⁵ Puradian Wiryadigda Cahaya Suryani, *Psikologi Hoaks*, I (Indonesia: Mozaik Pratama, 2022).4

⁶ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 'APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembut 221 Orang', <https://apjii.or.id/Berita/d/ApjiiJumlahPenggunaInternetIndonesia,2024>.

⁷ Badan Pusat Statistik Home Page. (2021). <https://www.bps.go.id/>, diakses Agustus 2021

laporan We Are Social, media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada awal 2024 yaitu WhatsApp sebanyak 99,9%, di ikuti dengan Instagram sebanyak 85,3%, Facebook 81,% dan Tiktok yaitu sebanyak 73,5%.⁸

Saat ini, instagram adalah salah satu media sosial dan merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan. Popularitas media sosial instagram semakin meningkat dari tahun ke tahun dibandingkan dengan media sosial lainnya. Secara global menurut *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial instagram mencapai 1,6 miliar pada Juli 2023. Di Indonesia, pengguna media sosial instagram pada Oktober 2023 mencapai 104,8 juta pengguna, jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna instagram terbanyak keempat di dunia.⁹

Berdasarkan data dari PT. Digital Stur Up Nusantara dalam Asharyadi & Qodariah menyatakan bahwa pengguna media sosial ini berasal dari berbagai macam kalangan, dimana baik anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua. Adapun sebagian besar dari pengguna sosial media yaitu berusia 19 tahun ke atas dimana usia ini termasuk pada masa dewasa awal.¹⁰

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat peneliti identifikasikan antara lain, sebagai berikut:

1. Banyaknya individu menggunakan jejaring sosial instagram dan melakukan *Social Comparison*.
2. Sosial media juga digunakan untuk mencari hiburan. Namun, penggunaan instagram yang sering terlalu menggunakannya sehingga

⁸ Cindy Mutia Annur, 'Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024', *Databoks*, 2024 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>>.

⁹ Cindy Mutia Annur, 'Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia', *Databoks*, 2023.

¹⁰ Aisyah Anatarisha Putri Asharyadi and Siti Qodariah, 'Hubungan Adiksi Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Di Bandung', *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2.1 (2022), 476–84 <<https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1344>>.

berpengaruh terhadap *self-esteem* seseorang dan juga sering membandingkan dirinya dengan orang lain.

C. Rumusan Masalah

Untuk lebih memudahkan dalam penelitian ini maka rumusan masalah dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan instagram terhadap *Social Comparison* mahasiswa IAIN Manado?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi dan juga rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana tingkat *Social Comparison* pada pengguna Instagram mahasiswa IAIN Manado dan juga apakah terdapat pengaruh *Social Comparison* terhadap penggunaan Instagram ataukah tidak.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi dan juga rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana tingkat *Social Comparison* pada pengguna Instagram mahasiswa IAIN Manado dan juga apakah terdapat pengaruh *Social Comparison* terhadap penggunaan Instagram ataukah tidak.

F. Definisi Operasional

1. *Social Comparison*

Social Comparison merupakan proses subyektif seseorang membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya. Semakin sering seorang wanita membandingkan tubuhnya dengan tubuh wanita lain menyebabkan mereka semakin tidak puas dengan tubuhnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Jones bahwa *Social Comparison* merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam pembentukan body image yang

kemudian akan memengaruhi kepuasan tubuh seseorang. Terdapat dua jenis *Social Comparison*, yaitu *upward comparison* dan *downward comparison*. *Upward comparison* adalah perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih obyek pembandingan yang dianggap lebih baik daripada dirinya, sedangkan *downward comparison* adalah perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih obyek pembandingan yang dianggap lebih buruk daripada dirinya. Festinger sendiri menyatakan bahwa orang lebih cenderung melakukan perbandingan yang bersifat *upward*. Perbandingan yang bersifat *downward* hanya dilakukan individu untuk membuat dirinya merasa lebih baik daripada orang lain.¹¹

Social comparison merupakan suatu proses dimana individu membandingkan pendapat, kemampuan, hingga sifatnya dengan individu lain. Pengertian lain, *social comparison* merupakan proses saling mempengaruhi dan bersaing dalam interaksi sosial yang ditimbulkan oleh adanya kebutuhan untuk menilai diri sendiri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain (Sarwono, 2003). *Social comparison* mampu berdampak pada perasaan tidak bahagia, harga diri yang rendah, neuroticisme hingga depresi. Selain itu, individu pula merasakan kekecewaan apabila mendapatkan respon yang negatif dari lingkungan baik terhadap bentuk tubuhnya hingga berat badannya. Dapat disimpulkan bahwa *social comparison* adalah perilaku dimana individu membandingkan dirinya dengan individu lain yang cenderung lebih baik darinya. Terdapat lima aspek menurut Schaefer dan Thompson yang dapat menjadi objek perbandingan

¹¹Livian Sunartio, Monique Elizabeth Sukanto, Ktut Dianovinina, "SOCIAL COMPARISON DAN BODY DISSATISFACTION PADA WANITA DEWASA AWAL"

individu terhadap individu lainnya, yakni penampilan fisik (physical appearance) dimana individu membandingkan penampilan fisiknya dengan milik orang lain, berat tubuh (weight) dimana individu membandingkan berat tubuhnya dengan berat tubuh orang lain, bentuk tubuh (body shape) dimana individu membandingkan bentuk tubuhnya dengan milik orang lain, ukuran tubuh (body size) dimana individu membandingkan ukuran dari bagian tubuh yang dimiliki dengan bagian tubuh milik orang lain, serta lemak tubuh (body fat) dimana individu membandingkan bagian tubuh yang cenderung memiliki lemak berlebih jika dibandingkan dengan bagian tubuh orang lain. Terdapat dua jenis social comparison menurut Coulson yakni upward comparison dan downward comparison. Upward comparison merupakan perbandingan sosial yang dilakukan oleh seseorang dengan memilih objek perbandingan yang dianggap lebih baik dibandingkan dengan individu, sedangkan downward comparison adalah perbandingan sosial yang dilakukan oleh individu dengan memilih objek perbandingan yang dianggap tidak lebih baik dibandingkan dengan individu.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Dalam hitungan hari, keterlibatan seseorang dalam penggunaan media sosial semakin meningkat, waktu yang diaksesnya lebih besar dan intens dibandingkan aktivitas lainnya. Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah – tengah masyarakat khususnya kalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Instagram berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang

merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet.¹² Menurut Van Dijk media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, oleh karena itu media sosial bisa dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Mandibergh media sosial merupakan media yang menyediakan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten. Akses akan alat dan penemuan bentuk media baru memungkinkan konsumen media yang pasif untuk membuat dan menyebarkan media mereka sendiri. Dimana kerangka teknologi baru yang telah hadir dan berpusat pada berbagai media diantaranya pesan teks, situs ulasan berbasis audiens, blog serta sistem komentar dan situs web yang bisa berbagi foto, video, beritas sosial, dan platform mikroblog dan lain sebagainya.

Media sosial Instagram kini menjadi pilihan utama banyak orang, instagram merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk berbagi foto dan video serta memiliki berbagai fitur yang unik. Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus digunakan dalam media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan twitter. Instagram juga bisa memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih baik.

Intensitas menggambarkan seberapa lama dan seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas dengan tujuan tertentu. Intensitas mencerminkan kekuatan yang dimiliki oleh seseorang yang penuh semangat, penuh gairah, dan terkait dengan perasaan emosional. Selain

¹² Azzahro Syufyani, (2021). Pemasaran Online Pada Instagram ADS dan Facebook ADS. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

itu, intensitas juga bisa diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengalokasikan waktunya untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu :

- a) Jumlah waktu, yang berkaitan dengan intensitas, frekuensi, dan durasi yang digunakan untuk mengakses situs.
- b) Konten media, yang melibatkan pemilihan media dengan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan efektif.
- c) Keterkaitan antara media dan individu terletak pada hubungan antara pengguna dan media sosial.

Terdapat banyak platform media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial menjadi enam bagian, yaitu

- a. Collaborative Projects (Proyek Kolaborasi) Dalam Collaborative Projects, website memberikan hak kepada penggunanya untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten yang ada di situs tersebut, seperti yang terjadi pada Wikipedia.
- b. Blog dan Microblog (Blog dan Mikroblog) Blog adalah kependekan dari web log, yang merupakan aplikasi web berupa tulisan-tulisan (dikenal sebagai postingan) di situs web umum. Microblog adalah versi yang lebih ringkas dari blog. Terdapat perbedaan antara blog dan Microblog, di mana pengguna blog dapat memposting tulisan tanpa batasan karakter, sementara pengguna Microblog hanya diperbolehkan memposting hingga 140 karakter. Contohnya adalah Facebook dan Twitter.
- c. Social Networking Sites (Situs Jejaring Sosial) Social Networking sites adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung

dengan orang lain melalui informasi pribadi, seperti foto atau video. Contohnya adalah Instagram dan Facebook.

d. Virtual Game World (Dunia Permainan Virtual) Virtual Game World adalah simulasi lingkungan 3D (tiga dimensi) di mana pengguna dapat membuat avatar sesuai keinginan dan berinteraksi dengan pengguna lain layaknya di dunia nyata, contohnya adalah game online.

e. Content Communities (Konten) Tujuan utama dari Content Communities adalah untuk berbagi konten media di antara pengguna, contohnya adalah YouTube dan TikTok.

f. Virtual Social World (Dunia Sosial Virtual) Di dunia virtual, seperti halnya virtual game world yang memungkinkan interaksi dengan pengguna lain, virtual social world menawarkan kebebasan yang lebih besar dan tidak terikat, serta lebih fokus pada kehidupan nyata atau realitas, contohnya adalah Second Life. The Graphic Visualization and Usability Center di Georgia Institute of Technology mengklasifikasikan penggunaan internet menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat intensitas penggunaannya, yaitu : 1) Heavy user (lebih dari 40 jam perbulan) 2) Medium user (antara 10-40 jam perbulan) 3) Light user (kurang dari 10 jam perbulan).

Menurut Ajzen aspek-aspek intensitas dibagi menjadi empat yaitu sebagai berikut :

a. Frekuensi, frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya perhari, per minggu, dan per bulan).

b. Durasi, durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).

c. Perhatian, Perhatian merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu baik itu objek maupun aktivitas yang diamati.

d. Penghayatan, Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebut sehingga menjadi suatu pengetahuan yang baru.

G. Penelitian Terdahulu

Peneliti menemukan temuan umum dalam beberapa penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap *social comparison*, namun tidak terdapat kesamaan yang persis dengan penelitian ini, namun ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik di dalam penelitian. Berikut ini merupakan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang akan dicantumkan sebagai bahan penguat untuk penelitian, yaitu:

Riset dari Nadhifa pada tahun 2022 dengan judul Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan *Social Comparison* terhadap *Self Esteem Gen Z*.¹³ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh dari pengisian kuesioner sebagai instrument penelitian. Yang membedakan adalah penelitian saya yaitu variabel yang berbeda.

Riset dari Agustina Eka Dewi, IGAA Noviekayati, Amherstia Pasca Rina pada tahun 2022 dengan judul *Social Comparison* dan Kecenderungan *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Kriteria subjek dalam penelitian ini adalah wanita berusia 18-25 tahun, pengguna media sosial instagram dan berdomisili di Surabaya.¹⁴

¹³ '1614749490090_Proposal Skripsi 2' <http://etheses.uin-malang.ac.id/cgi/exportview/creators/Febriyanti=3ANadhifa=3A=3A/DC/Febriyanti=3ANadhifa=3A=3A.txt>.

¹⁴ '16 <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/4467>

Yang membedakan adalah subjek yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah Perempuan dengan usia 20-25 tahun. Selain itu variabel yang digunakan berbeda.¹⁵ Persamaannya adalah sama-sama menggunakan uji linear sederhana.

Desi Rahmatiwati, Joko Sarjono, Muhammad Fatchurrohman (2022) – Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Peserta Didik. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif¹⁴ dan metode *ex post facto* untuk menentukan efek variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat tanpa memanipulasi keadaan variabel yang ada dan langsung mencari keberadaan hubungan dan tingkat hubungan variabel¹⁵ yang dilakukan pada Bulan Mei hingga Juni 2022. Variabel bebas penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial Instagram, sedangkan variabel terikatnya adalah akhlak peserta didik. Penelitian ini melibatkan peserta didik kelas X, XI, dan XII dari jurusan MIPA, IPS, dan Bahasa di SMA Negeri 2 Sukoharjo tahun ajaran 2021/2022 sebagai populasi penelitian. Total populasi adalah sebesar 945 siswa yang terdiri dari empat kelas setiap jurusan di setiap tiga Angkatan. Oleh karena itu dalam penentuan sampel digunakan teknik *random sampling*¹⁷ dan taraf signifikansi 10%, yang hasilnya adalah dipilih 31 siswa jurusan MIPA, 30 siswa jurusan IPS, dan 29 siswa jurusan Bahasa. Sehingga besar sampel penelitian adalah 90 siswa. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa tingkat penggunaan media sosial Instagram peserta didik di SMA Negeri 2 Sukoharjo dikategorikan ke dalam tingkat tinggi dengan presentase 52,2% dan nilai distribusi frekuensi pada akhlak peserta didik adalah 72% dalam kategori sedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara intensitas penggunaan media

¹⁵ '1614749490090_Proposal Skripsi 2 <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/4467>'.

sosial Instagram (Variabel X) terhadap akhlak peserta didik (Variabel Y) di SMA Negeri 2 Sukoharjo. Kesimpulan tersebut berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana, dapat diketahui koefisien determinasi (R square) sebesar 0,061 yang berarti variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 6,1 %. Dalam uji ANOVA diketahui bahwa nilai $F = 5,668$ dan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,019, sedangkan nilai probabilitas 0,05. Setelah dibandingkan hasilnya nilai signifikansi < nilai probabilitas. Dan diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 54,609 + 0,148X$. Maka diketahui koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Dan berdasarkan nilai t, diketahui t adalah $2,381 > t_{1,991}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.¹⁶

Marcelline Eva Panjaitan, Diana Rahmasari (2020) – Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Subjective Well-Being* pada Mahasiswa Psikologi Unesa Pengguna Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Di dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian, yaitu *Social Comparison* sebagai variabel independen (variabel X) dan *subjective well-being* sebagai variabel dependen (variabel Y). Penelitian ini adalah tipe penelitian yang ingin mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan *Social Comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa psikologi unesa pengguna Instagram. Berdasarkan tabel diatas, nilai (N) menunjukkan banyaknya

¹⁶ <https://jurnal.iimsurakarta.ac.id/index.php/alulum/article/view/122>

jumlah mahasiswi yaitu 235 mahasiswi. Pada variabel *Social Comparison* mendapat nilai mean yaitu 62,59 dengan nilai maximum sebesar 97 dan nilai minimum sebesar 22, sedangkan variabel Subjective WellBeing mendapat nilai mean yaitu 125,09 dengan nilai maximum sebesar 175 dan nilai minimum sebesar 55. Hasil penelitian dari Skala *Social Comparison* menunjukkan standar deviasi sebesar 16,419; sedangkan pada Skala Subjective Well-Being sebesar 23,432. Hal ini menunjukkan bahwa skor rata-rata data penelitian bervariasi dikarenakan jumlah standar deviasi yang lebih dari 6 ($1\ SD = 6$). Yang membedakan yaitu Lokasi penelitian ada di kampus IAIN Manado.¹⁷

¹⁷ <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41318>

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Intensitas Penggunaan Instagram

1. Pengertian Media Sosial Instagram

Media sosial instagram banyak diminati oleh masyarakat saat ini, instagram merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk berbagi foto dan video serta memiliki berbagai fitur yang unik.¹⁸ Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus digunakan dalam media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan twitter. Instagram juga bisa memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih baik.¹⁹

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan alat, komunikasi, sarana, perantara, atau penghubung. Sedangkan sosial yaitu berkaitan dengan masyarakat atau suka dalam memperhatikan kepentingan umum. Dalam hal ini, media sosial merupakan sebuah sarana dalam berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah mengikuti, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Dimana pada media sosial kita juga bisa melakukan berbagai macam pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual ataupun *audiovisual*.²⁰

¹⁸ A.H Caleb, T.C., & Rebecca, 'Sicial Media: Defining, Developing, and Divining.', *Atlantic Journal of Communication*, 2015, 23.

¹⁹ D. B. Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: MediabKita, 2012).8

²⁰ Sugito and others, *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*, 2022.1

Menurut Van Dijk media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, oleh karena itu media sosial bisa dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.²¹

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu :

- a. Jumlah waktu, dimana hal ini berkaitan dengan intensitas, frekuensi, serta durasi yang digunakan dalam mengakses situs.
- b. Isi media, dimana memilih media dengan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan bisa dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu terdapat pada keterkaitan pengguna dengan media sosial.²²

Menurut Ajzen aspek-aspek intensitas dibagi menjadi empat yaitu sebagai berikut²³ :

- a. Frekuensi, frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya perhari, per minggu, dan per bulan).
- b. Durasi, durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).
- c. Perhatian, Perhatian merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu baik itu objek maupun aktivitas yang diamati. dimana hal ini dapat digambarkan bahwa individu bersifat aktif ketika

²¹ Sugito and others.2

²² Lometti, Guy E. Reeves, Byron. Bybee, Carl R. 1977. *Investigating Assumptions of Uses and Gratifications Research*. Penelitian komunikasi.321

²³ Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior*. Milton Keyhes (Open Uneversity, 1991).49-53

menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Pada saat kebutuhan terpenuhi maka individu akan memfokuskan perhatiannya untuk mengakses media.

- d. Penghayatan, Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebut sehingga menjadi suatu pengetahuan yang baru.

B. *Social Comparison*

Penelitian Nurfitriyani Fakhri Kruglanski dan Mayselless mendefinisikan perbandingan sosial sebagai penilaian komparatif mengenai stimulus sosial pada dimensi tertentu. Sedangkan menurut Festinger perbandingan sosial adalah dimana saat individu termotivasi untuk membandingkan diri ia sendiri dengan orang lain yang spesifik atau umum untuk menilai situasi sosial ia sendiri. Festinger mengajukan teori proses perbandingan sosial untuk menjelaskan perbandingan komparatif yang berhubungan dengan opini dan kemampuan seseorang. Individu cenderung untuk membandingkan diri ia dengan individu lain yang serupa dengan dirinya sendiri, sebab dengan melakukan hal tersebut, maka evaluasi yang lebih tepat mengenai opini maupun kemampuan yang dimilikinya dapat tersedia.

Selain itu perbandingan sosial juga merupakan proses evaluasi mengenai diri seseorang dalam berhubungan dengan orang lain. Menurut Miller, Reichert, dan Flores seringkali seseorang melakukan perbandingan sosial karena tidak adanya informasi perbandingan yang objektif.²⁴

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan oleh beberapa tokoh diatas, disimpulkan perbandingan sosial adalah di mana adanya penilaian komparatif terhadap stimulus sosial dimensi tertentu, yang dilakukan oleh individu terhadap orang lain entah itu merupakan penilaian yang spesifik atau umum

²⁴ Yustia Ayu Desita, 'Bab II Landasan Teori', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2021), 1689–99.

terhadap situasi sosial, selain itu hal ini juga terjadi dikarenakan kurang adanya informasi perbandingnya yang objektif.

A. Aspek-Aspek *Social Comparison*

Festinger berpendapat, bahwasannya *Social Comparison* atau perbandingan sosial terdiri dari dua aspek,²⁵ diantaranya adalah :

1. Kemampuan (*Ability*) Bahwasannya setiap individu cenderung ingin menyamakan diri dengan lingkungannya, oleh karena itu individu berusaha mengurai berbagai perbedaan yang signifikan dengan orang lain, salah satunya dalam aspek kemampuan (*ability*). Oleh karena adanya dorongan untuk berubah menjadi lebih baik, seringkali individu membandingkan kemampuan dirinya dengan orang lain agar diperoleh kemampuan yang setara. Apabila kemampuan individu berbeda dengan orang lain, individu akan memiliki dorongan untuk meningkatkan kemampuannya sehingga mencapai keadaan dimana perbedaan antara dirinya dengan orang lain menjadi sedikit dan tidak berjarak.
2. Pendapat merupakan tolak ukur perbandingan melalui aspek pendapat. Individu seringkali membandingkan pendapatnya sendiri pada orang lain. Apabila pendapat seseorang terkait penampilan menarik dan citra dirinya berbeda dengan pendapat orang lain, hal ini memiliki kecenderungan orang tersebut mengubah pendapatnya agar mendekati pendapat orang lain atau melakukan sebaliknya. Membandingkan pendapat ini bersifat dua arah, apabila pendapat individu berbeda dengan orang lain, maka individu tersebut cenderung untuk mengubah pendapat agar sesuai dengan orang lain.

²⁵ Dikki Wulandari & Meita Santi Budiani (2020). Hubungan Antara *Social Comparison* Dengan Materialisme Pada Pelajar SMK X Di Kota Kediri. *Charter : Jurnal Penelitian Psikologi*, 07 (04). 121-122

Sebaliknya, individu dapat mengubah pendapat orang lain yang berbeda dengan dirinya supaya menyamai dirinya.

B. Dimensi Perbandingan Sosial

Terdapat dua jenis Social Comparison, menurut Coulson yaitu upward comparison dan downward comparison. Upward comparison adalah perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih obyek pembandingan yang dianggap lebih baik daripada dirinya, sedangkan downward comparison adalah 18 perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih obyek pembandingan yang dianggap lebih buruk daripada dirinya. Sedangkan Festinger berpendapat bahwa orang lebih cenderung melakukan perbandingan yang bersifat upward. Perbandingan yang bersifat downward hanya dilakukan individu untuk membuat dirinya merasa lebih baik daripada orang lain.²⁶

C. Motif Perbandingan Sosial

Menurut Dayakisni & Hudaniah dalam bukunya Diana Ariswanti Triningtyas, ada beberapa motif yang melatar belakangi seseorang untuk melakukan perbandingan dengan orang lain, diantaranya adalah :

1. Seseorang akan membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mengevaluasi dirinya sendiri.
2. Seseorang akan membandingkan dirinya dengan orang lain untuk dapat memperbaiki dirinya.
3. Seseorang akan membandingkan dirinya dengan orang lain untuk meningkatkan dirinya.²⁷

²⁶ Sunartio, L., Sukamto, M. E., & Dianovianina, K. (2012). Social comparison dan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 9(2), 157-168.

²⁷ Diana Ariswanti Triningtyas, S.Pd., M. Psi. 2016. *Bimbingan Konseling Pribadi Sosial*. Magetan : CV. AE Media Grafika

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian yang memakai metode kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika.²⁸ Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel, analisis data yang bersifat statistik, instrumen penelitian untuk mengumpulkan data yang bertujuan untuk menguji dan menjabarkan hipotesis yang sudah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kompleks Ringroad I Manado, Kelurahan Malendeng, Kecamatan Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara 95128.

2. Waktu Penelitian

kegiatan	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	Okt
Penyusunan Proposal										
Proposal Seminar										
Kompre										
Pembuatan Kuisisioner										
Uji Coba Skala Penelitian										
Penelitian Analisis Data										
Penulisan Laporan										

²⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).5

C. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini juga merupakan keseluruhan elemen. Populasi penelitian merupakan kelompok subjek yang digeneralisasikan berdasarkan hasil penelitian, dimana suatu populasi kelompok subjek tersebut memiliki ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya.²⁹ Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i IAIN Manado.

D. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel sederhana yang dilakukan dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang diteliti.³⁰

Peneliti membuat kuesioner dan disebarikan kepada beberapa subjek yang memenuhi kriteria, kemudian peneliti berhasil mengumpulkan sebanyak 120 jawaban kuisisioner dari setiap subjek.

²⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).109

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 129

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner (angket). Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³¹

Alat ukur penelitian ini berbentuk skala psikologi. Skala yang dikembangkan dari definisi operasional tentang variabel yang menjadi fokus penelitian. Skala merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.³²

Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.³³ Skala sikap model *likert* dirancang untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif dan negatif, atau setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial.³⁴

Pernyataan sikap terdiri atas 2 (dua) macam, yaitu pernyataan yang *favorable* (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan *unfavorable* (tidak mendukung atau tidak memihak pada objek sikap). Terhadap setiap statemen sikap tersebut subjek memberi respons dengan lima kategori kesetujuan yaitu Sangat Relevan (SR), Relevan(R), Agak Relevan (AR), Tidak Relevan (TR), dan Sangat Tidak Relevan (STR) yang terdiri dari pernyataan *favourable* dan *unfavourable*.³⁵

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.199

³² sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.145

³³ sugiyono.146

³⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*.137

³⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*.137

Jawaban	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Relevan	5	1
Relevan	4	2
Agak Relevan	3	3
Tidak Relevan	2	4
Sangat Tidak Relevan	1	5

Berikut ini merupakan gambar skala penelitian yang telah disusun oleh peneliti:

a. Skala Intensitas Media Sosial

Skala ini disusun oleh peneliti sendiri dengan berpedoman pada teori dari Ajzen yang kemudian pernyataannya disesuaikan dengan yang akan diteliti. Adapun *blue print* dari skala intensitas dibagi menjadi empat yaitu frekuensi, durasi, perhatian dan penghayatan.

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Seberapa sering individu mengakses media sosial Instagram	1,2,3,6	4,5	6
2.	Perhatian dan Penghayatan	Konstentrasi individu saat mengakses Instagram	17,20,22,24,25	16,18,19,21,23,26	11
		Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	26,27,29,30	23,24,25,28	8

3.	Durasi	Seberapa lama individu mengakses Instagram dengan rentang waktu atau lamanya durasi berlangsung	37,38	39,40,41	5
----	--------	---	-------	----------	---

b. Skala *Social Comparison*

Menurut Festinger perbandingan sosial adalah dimana saat individu termotivasi untuk membandingkan diri ia sendiri dengan orang lain yang spesifik atau umum untuk menilai situasi sosial ia sendiri.

1.	Pendapat	<i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	1,2,3	4,5,6	6
		Perbandingan Ke Atas	8,9,10	7,11	5
		Merasa diri berharga	12,13,14,20,21	15,16,17,28,19	10
2.	Kemampuan	Tidak menganggap dirinya sempurna	22,23,24,27	25,26	6
		Memiliki kesadaran akan keterbatasan dirinya	28,29,32	30,31,33	6
		Berusaha agar ada perubahan dalam dirinya	34,35,36	37,38,39	6
		Bersikap Empati	44,45	20,41,42,43	6

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas isi aitem untuk melihat apakah masing-masing aitem sudah menggambarkan keseluruhan instrumen itu sendiri, prosedur validasi isi aitem sama dengan cara melakukan validasi isi indikator berperilaku yaitu dengan cara menghitung koefisien validitas isi Aiken-V.³⁶ Penelitian ini melibatkan sembilan penilai, yang terdiri dari dosen psikologi dan penilai yang dianggap ahli dalam menguji validitas isi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Aiken's V untuk menghitung hasil penilaian yang dilakukan oleh 9 (sembilan) penilai tersebut dengan bantuan *Microsoft Excel*. Rumus Aiken's V digunakan untuk menghitung koefisien validitas konten suatu item dari penilaian ahli sebanyak n orang untuk melihat apakah aitem tersebut sudah mewakili konstruk yang diukur atau tidak.³⁷ Berikut ini merupakan rumus Aiken' V :

$$v = \frac{\Sigma s}{\eta(c-Io)}$$

Keterangan :

$S = r - I_o$

$I_o =$ Angka rating yang rendah (dalam hal ini = 1)

$c =$ Angka rating yang tertinggi (dalam hal ini = 5)

$r =$ Angka rata-rata yang diberikan oleh seorang penilai

³⁶ Saifuddin Azwar, Metode Penelitian Psikologi. II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).176

³⁷ SaifuddinAzwar, Metode Penelitian Psikologi, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).178

Pada tabel Aiken's V, validitas untuk 9 orang dan 5 kategori penilaian dengan taraf kesalahan 5% adalah 0,81. Pada skala Intensitas media sosial hasilnya terdapat 20 item yang dikatakan tidak valid karena memiliki nilai validitas di bawah 0,81 yaitu nomor 4,9,10,11,12,14,15,16,19,21,26,31,32,33,35,40,42,43,46,47,49,50,53,55. Sehingga jumlah item skala intensitas penggunaan media sosial instagram ada 39 item. Pada skala *social comparison* hasilnya terdapat 15 item yang dikatakan tidak valid karena memiliki nilai validasi di bawah 0,81 yaitu nomor 1,11,12,14,24,26,36,38,39,40,41,42,48,51,52. sehingga jumlah item skala *social comparison* yang valid 44 item.

2. Uji Daya Beda Item

Dalam uji daya beda aitem, peneliti menggunakan nilai koefisien korelasi aitem untuk melihat sejauh mana aitem dapat membedakan antara individu atau keolompok individu dengan dan tanpa atribut yang diukur. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* aplikasi SPSS 22. Menurut Azwar, apabila semua aitem yang mencapai koefisien korelasi aitem $\geq 0,3$ maka daya bedanya dianggap memuaskan. Namun sebaliknya, apabila nilai koefisien korelasi aitem $\leq 0,3$ maka aitem tersebut memiliki daya beda aitem yang rendah.³⁸

a. Uji Daya Beda Item Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Hasil uji daya beda item pada skala intensitas penggunaan media sosial instagram sebanyak 10 item yang memiliki nilai koefisien korelasi item $< 0,3$, yaitu nomor 12,13,15,16,17,19,31,32,33,38. Adapun item yang memiliki nilai koefisien $> 0,3$ sebanyak 29 item, dan 29 item tersebut digunakan untuk penelitian ini.

³⁸ Saifuddin Azwar, Metode Penelitian Psikologi, II (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2022).86

b. Uji Daya Beda Item Skala *Social Comparison*

Hasil uji daya beda aitem pada skala *Social Comparison* menunjukkan terdapat 9 aitem yang memiliki nilai koefisien korelasi yang rendah yaitu $\leq 0,3$ yaitu nomor 10,21,27,28,29,36,37,38,39. Adapun item yang memiliki koefisien $>0,3$ sebanyak 35 item dan item tersebut digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar, Uji Reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat menghasilkan data yang reliabel dan dapat dipercaya atau tidak.³⁹ Pengujian ini juga menggunakan bantuan software SPSS 22 dengan teknik analisis *Alpha Cronbach*. Kriteria yang digunakan, yaitu apabila nilai koefisien lebih dari 0,8, maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.⁴⁰

Tabel Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala Intensitas Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's	N Of Items
Alpha	
.738	30

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil analisis reliabilitas skala intensitas media sosial. Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien *Alpha Cronbach* yang diperoleh adalah .738 sehingga dapat dikatakan skala intensitas media sosial Instagram reliabel.

³⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).148

⁴⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*. II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).150

Tabel Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala *Social Comparison*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
.741	26

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil analisis reliabilitas skala *social comparison*. Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach yang diperoleh adalah .741 dengan total item yang tidak valid sebanyak 20 sehingga bisa dikatakan bahwa skala *Social Comparison* adalah reliabel.

Berdasarkan hasil dari kedua pengujian tersebut, peneliti memperbarui kembali *blueprint* akhir yang sudah valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Seberapa sering individu mengakses media sosial Instagram	1,2,3,4,5,6,7,12	8,9,10,11	12
2.	Perhatian dan Penghayatan	Konstentrasi individu saat mengakses Instagram	13,14,15	16,17	5
		Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	18,19,20	21	4
3.	Durasi	Seberapa lama individu mengakses Instagram	22,23,25,26	24,27,28,29	8

		dengan rentang waktu atau lamanya durasi berlangsung			
1.	Pendapat	<i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	1,2,3	4,5	5
		Perbandingan Ke Atas	6,8	7	3
		Merasa diri berharga	9,10	11,12,13	5
2.	Kemampuan	Tidak menganggap dirinya sempurna	14	15,16	2
		Memiliki kesadaran akan keterbatasan dirinya	17,18,19	20,21	5
		Berusaha agar ada perubahan dalam dirinya	22	23	2
		Bersikap Empati	24	25	2

G. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada tanggal 30 Agustus 2024 peneliti mulai menyebarkan uji coba skala penelitian berupa kuisisioner dengan menggunakan *google form* pada Mahasiswi Universitas Samratulangi. Selanjutnya pada tanggal 20 September peneliti mulai melakukan penelitian di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado dengan populasi keseluruhan mahasiswa angkatan 2020 yaitu sebanyak 360 lebih mahasiswa namun dalam penelitian ini, terdapat 120 mahasiswi yang menjadi subjek penelitian dengan dasar pengambilan keputusan dilihat dari kriteria subjek yang telah ditentukan

oleh peneliti dengan menggunakan skala penelitian yang sudah valid dan reliabel.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁴¹ Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu Intensitas media sosial terhadap variabel dependen *Social Comparison*.⁴² Selanjutnya data akan diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

2. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek. Penyajian hasil analisis deskriptif biasanya berupa bentuk frekuensi dan presentase, tabulasi silang serta berbagai bentuk grafik dan *chart* pada data yang bersifat kategorikal serta berupa statistik-statistik kelompok (*mean* dan *varians*) pada data yang bukan kategorikal.⁴³

Statistika yang paling penting untuk disajikan adalah statistika rata-rata (*mean*) dan statistika variabilitas (*varians* atau deviasi standar), dapat juga berupa tambahan statistik *range*, median, kurtosis, skor tertinggi dan skor terendah tergantung pada relevansinya.⁴⁴

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.226

⁴² Sugiyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).5

⁴³ SaifuddinAzwar, *Azwar; Metode Penelitian Psikologi*.199

⁴⁴ SaifuddinAzwar, *Azwar; Metode Penelitian Psikologi*.202

Kategori	Skor
Tinggi	$X \geq (M+1SD)$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+1SD)$
Rendah	$X < (M-1SD)$

Keterangan :

X = Skor Responden

M = Mean atau Rata-Rata

SD = Standar Deviasi

Adapun rumus untuk mencari nilai mean dan standar deviasi dapat dilihat sebagai berikut :

a. Mean dan Standar Deviasi

1) Mean

Mean merupakan nilai rata-rata dari total nilai pengamatan dengan banyaknya pengamatan, dihitung dengan menggunakan rumus.⁴⁵

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

X = Rata-Rata/Mean

$\sum x$ = Jumlah Skor

n = Jumlah Sampel

2) Standar Deviasi

⁴⁵ SaifuddinAzwar, *Penyusunan Skala Psikologi*.183

Standar Deviasi (S) merupakan akar dari jumlah deviasi kuadrat yang dibagi dengan banyaknya data dalam suatu distribusi nilai, dapat dihitung dengan rumus : ⁴⁶

$$Sx = \sqrt{\frac{\sum(x-x)^2}{n-1}}$$

Keterangan :

Sx = standar Deviasi

Σ = Jumlah Sampel

x = Varians Sanpel

\bar{x} = Rata-Rata/Mean

b. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi adalah bentuk penyajian yang didasarkan pada pengelompokan data berdasarkan kelas dan intervensi tertentu. Penyajian data dalam tabel ini dapat memudahkan para pembaca untuk memahami sekumpulan data yang jumlahnya terbilang cukup banyak. Tabel distribusi frekuensi bisa dibuat dengan metode dan rumus sebagai berikut. ⁴⁷

- 1) Menghitung banyaknya data (n)
- 2) Data minimum (Dmin)
- 3) Data maksimum (Dmax)
- 4) Menghitung rentang data/range (r) = Dmax – Dmin
- 5) Menghitung banyaknya kelas interval $k = 1 + 3,3 \log(n)$
- 6) Menghitung panjang kelas interval $i = r/k$, dengan syarat $k.i \geq (r + 1)$

⁴⁶ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, 183AD.

⁴⁷ Dodiet Aditya Setyawan and Others, *Buku Ajar Statistika*, ed. by Muhammad Seto (Indramayu: Penerbit Adab, 2021).2

7) Menyusun tabel distribusi frekuensi.

I. Hipotesis

Hipotesis di dalam penelitian ini yaitu ada dua:

- a. Hipotesis Nol (H_0) : Tidak terdapat pengaruh antara Intensitas media sosial instagram terhadap *Social Comarison*.
- b. Hipotesis Alternatif (H_a) : Terdapat pengaruh antara Intensitas media sosial instagram terhadap *Social Comparison*

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dihitung menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan juga melihat dari nilai signifikansi *Exact Sig. (2-tailed)*. Hasil dari nilai signifikansi yang diperoleh dari data dalam penelitian ini adalah 0,200 dimana memperoleh hasil signifikansi $>0,05$ yang berarti data berdistribusi normal. Berikut ini tabel hasil Uji Normalitas :

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>N</i>	120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>
	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>
	29.29340749
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>
	.064
	<i>Positive</i>
	.064
	<i>Negative</i>
	-.051
<i>Test Statistic</i>	.064
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	.200d

a. Test Distribution is Normal

b. Calculated from data

c. Lilliefors Significance Correction

d. This is a lower bound of true significance

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS dengan menggunakan teknik *test for linearity*. Hasil dari nilai signifikasni yang diperoleh adalah 0,025 sebagaimana dilihat pada kolom signifikansi dalam baris *Deviation From Linearity*, yang memiliki arti bahwa variabel Intensitas Media Sosial Instagram memiliki hubungan yang linear dengan variabel *Social Comparison*.

Tabel 4.2 Hasil Uji ANOVA

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>								
							<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>N</i>							120	
<i>Normal Parameter^{a,b}</i>							<i>Mean</i>	.0000000
							<i>Std. Deviation</i>	29.29340749
<i>Most Extreme Differences</i>							<i>Absolute</i>	.064
							<i>Positive</i>	.064
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Social Comparison*	Between Groups	(Combined)	15332.869	52	294.863	3.387	<.001	
Intensitas Media Sosial Instagram		Linearity	10888.202	1	10888.202	125.065	<.000	
		Deviation From Linearity	4444.668	51	87.150	1.001	.494	
		Within Groups	5833.056	67	87.061			
	Total		21165.925	119				

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Model Summary^b

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.510	9.33270

a. Predictor : (Constant), Intensitas Media Sosial Instagram

b. *Dependen Variabel : Social Comparison*

Berdasarkan hasil analisis yang ada pada tabel 4.3 diketahui hasil analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menunjukkan nilai R Square sebesar 0,168, artinya besarnya sumbangan variabel intensitas dalam mempengaruhi variabel body dissatisfaction sebesar 16,8% sedangkan sisanya 83,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 4.4 : Social Comparison

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	29.29340749
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.064
	<i>Positive</i>	.064
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	

Model		B	Std.Error	Beta	T	Sig
1	(Constant)	19.508	5.342		3.651	<,000
	Intensitas	.635	.057	.717	11.181	<,000

a. *Dependent Variable : Social Comparison*

Hasil dari Tabel 4.4 ini menunjukkan nilai dari konstan yang diperoleh sebesar 35.042, yang artinya secara statistik tanpa adanya intensitas, maka besarnya *body dissatisfaction* adalah 35.042. sedangkan nilai koefisien variabel intensitas penggunaan media sosial instagram yang diperoleh sebesar 0.576, artinya setiap penambahan 1% nilai intensitas penggunaan media sosial instagram, maka nilai *social comparison* bertambah sebesar 0.576 (57,6%). Berdasarkan hasil dari output di atas maka dapat diketahui nilai T hitung pada tabel adalah $4.493 > 1,983$ (nilai T tabel), serta nilai signifikansi 0,000, 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi bernilai positif yang artinya intensitas penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif terhadap *social comparison* pada mahasiswa perempuan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

b. Analisis Deskriptif

1) Deskripsi Subjek Penelitian

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa merupakan orang yang belajar di Perguruan Tinggi.⁴⁸ Menurut Siswoyo, mahasiswa merupakan individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik pada perguruan tinggi negeri maupun swasta atau lembaga lain

⁴⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), III (Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), 2024).

yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir, dan memiliki kontrol penuh dalam bertindak.⁴⁹ Dalam deskripsi subjek yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kategorisasi yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin subjek, dan memiliki akun media sosial instagram.

Mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan dimana rentan usianya berkisar 18 sampai 25 tahun. Menurut Santrock masa dewasa awal adalah masa transisi dari masa remaja menuju masa dewasa, dimana masa peralihan ini terdapat pada kisaran umur 18 sampai dengan 25 tahun, dan periode ini ditandai dengan kegiatan penelitian dan eksperimen. Masa dewasa awal adalah masa dimana individu sudah mampu dalam membuat keputusan, dalam hal ini individu sudah mampu membuat keputusan secara luas tentang karir, nilai-nilai, keluarga dan hubungan serta tentang gaya hidup.⁵⁰

Jenis kelamin dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan, hal ini ditandai dengan adanya perasaan insecure, merasa selalu kurang dan ingin melakukan perubahan untuk mencapai bentuk tubuh atau citra tubuh yang ideal.

Media sosial instagram berpengaruh akan terjadinya *social comparison* dampak dari keseringan dalam mengakses konten-konten kecantikan dan standarisasi tubuh ideal yang beredar dapat mempengaruhi cara seseorang dalam menilai dirinya sendiri.

a. Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 120 orang yang berusia antara 18-25 tahun. pada tabel menunjukkan subjek pada penelitian ini paling banyak berusia 19 tahun yaitu sebanyak 43 orang (%) dan yang paling

⁴⁹ Dwi dkk Siswoyo, *Ilmu Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007).121

⁵⁰ John W.Santrock, *Live-Span Development Perkembangan Masa Hidup*, 2002.74-75

sedikit berusia 25 tahun yaitu 2 orang (%), dan usia 18 sebanyak 10 (%), usia 20 tahun sebanyak (%), usia 21 sebanyak (%), usia 22 sebanyak orang (%), usia 23 sebanyak orang (%), usia 24 sebanyak (%).

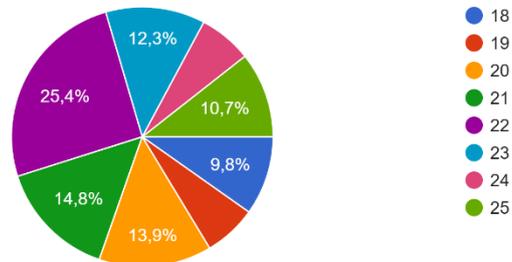
Tabel Subjek Penelitian Berdasarkan Usia 4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	12	10.0	10.0	10.0
	19	8	6.7	6.7	16.7
	20	17	14.2	14.2	30.8
	21	17	14.2	14.2	45.0
	22	21	25.8	25.8	70.8
	23	15	12.5	12.5	83.3
	24	8	6.7	6.7	90.0
	25	12	10.0	10.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Sedangkan table di atas maka dapat Digambar dalam sebuah diagram yang ada di bawah ini:

Gambar 4.1 subjek penelitian berdasarkan usia

Usia
122 jawaban



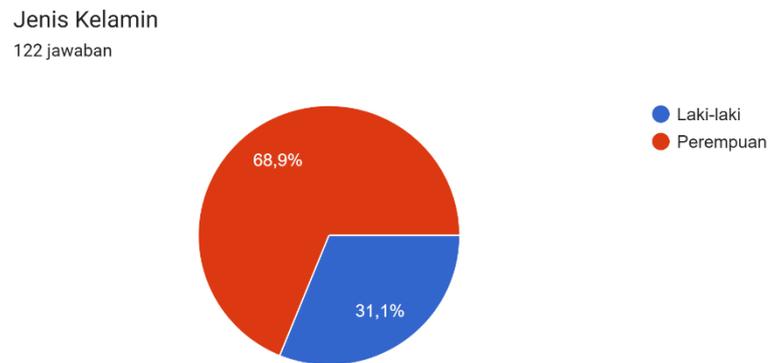
b. Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 120 orang dengan kategori penelitian mengambil subjek dengan jenis kelamin laki-laki dan Perempuan.

Tabel 4.5 Kategorisasi Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	30.8	30.8	30.8
	Perempuan	83	69.2	69.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Yang dengan demikian kategorisasi pada jenis kelamin juga digambarkan melalui diagram di bawah ini:

Gambar 4.2 kategori jenis kelamin

2) Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil dari analisis data variabel penelitian yang memuat nilai mean, standar deviasi, nilai rendah, dan nilai tinggi dapat dilihat pada tabel dibawa ini. yaitu berdasarkan jumlah partisipan serta hasil minimal dan maksimal yang diperoleh.

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Penelitian

<i>Descriptive Statistiks</i>						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Intensitas Media Sosial Instagram	120	49	133	92.8583	15.06306	
<i>Social Comparison</i>	120	44	123	78.4750	13.33660	
Valid (listwise)	N	120				

Tabel diatas menunjukkan data-data variable penelitian, yaitu pada skala Intensitas Media Sosial Instagram ada pada 49 sedangkan nilai tertinggi adalah 133. Nilai dari rata-rata (mean) yaitu 92.8583 dan nilai dari standar deviasinya adalah 15.06306. Sedangkan pada Skala Variabel *Social Comparison* nilai terendah adalah 44 dan nilai tertinggi adalah 123, nilai rata-rata (mean) 78.4750 dan untuk standar deviasinya yaitu 13.33660. Subjek yang ada dalam penelitian ini berjumlah 120 orang.

a) Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Penelitian ini dilakukan pada 120 mahasiswa IAIN Manado dengan karakteristik berusia 18-25 tahun. Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif diperoleh rata-rata Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram adalah sebesar 92. Skor tersebut berada pada kategori sedang, dengan skor terendah 49 dan skor tertinggi 133. Dari seluruh data yang diperoleh, maka selanjutnya akan dilakukan penyajian interval dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, dengan rumus yaitu:

- 1) Banyaknya data (n) = 120
- 2) Data Minimum (D_{min}) = 49
- 3) Data maksimum (D_{mix}) = 133
- 4) Rentang data (range) = 84
- 5) Banyaknya kelas $1 + 3,3 \log (120) = 8$
- 6) Interval Kelas $= \frac{r}{k} = \frac{84}{8} = 11$

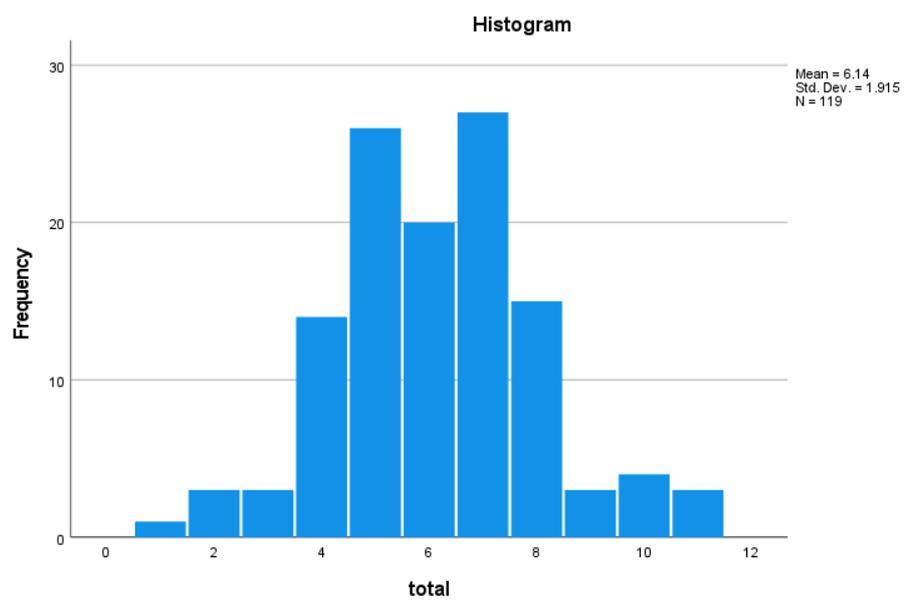
Selanjutnya data di atas di olah menggunakan Aplikasi SPSS sehingga diperoleh distribusi frekuensi Intensitas Penggunaan Social Media Instagram :

Tabel Distribusi Frekuensi Skala Penggunaan Sosial Media Instagram

		Frequency	Precent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	49-55	1	.8	.8	.8
	56-63	3	2.5	2.5	3.4
	64-71	3	2.5	2.5	5.9
	72-79	14	11.7	11.8	17.6
	80-87	26	21.7	21.8	39.5
	88-95	20	16.7	16.8	56.3
	96-103	27	22.5	22.7	79.0
	104-111	15	12.5	12.6	91.6
	112-119	3	2.5	2.5	94.1
	120-127	4	3.3	3.4	97.5
	128-133	3	2.5	2.5	100.0

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi pada skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram ditemukan dengan pembagian interval yaitu pada data yang diketahui yaitu ada 102 data subjek yang didapatkan, dengan nilai Dmin yang diperoleh yaitu 67 dan Dmix yang diperoleh yaitu 144 dengan banyak kelas yaitu sebanyak 9 kelas dengan pembagian interval pada kelas yaitu sebanyak 8 kelas.

Gambar 4.3 Histogram Distribusi Frekuensi Skala intensitas Media Sosial Instagram



Data pada tabel dan histogram diatas dapat dijelaskan bahwa frekuensi paling banyak terdapat pada skor interval 93-101, jumlah tersebut termasuk pada nilai kategori sedang. Sementara skor paling sedikit dari distribusi frekuensi ada pada skor interval 67-74 dengan jumlah partisipan yang tersebut masuk pada kategori rendah masuk pada skor tersebut,

Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Kategori Skor Skala Intensitas Media Sosial Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	17	14.2	14.2	14.2
	Sedang	84	70.0	70.0	84.2
	Tinggi	19	15.8	15.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.10 kategorisasi skor skala intensitas penggunaan media sosial instagram yang paling banyak berada pada kategorisasi sedang, yaitu sebanyak 78 subjek (76,5%), sedangkan pada kategori tinggi yaitu sebanyak 2 subjek (21,6%) dan pada kategori rendah berada yaitu terdapat subjek (2,0%). Subjek pada penelitian ini berjumlah 120 orang.

b) *Social Comparison*

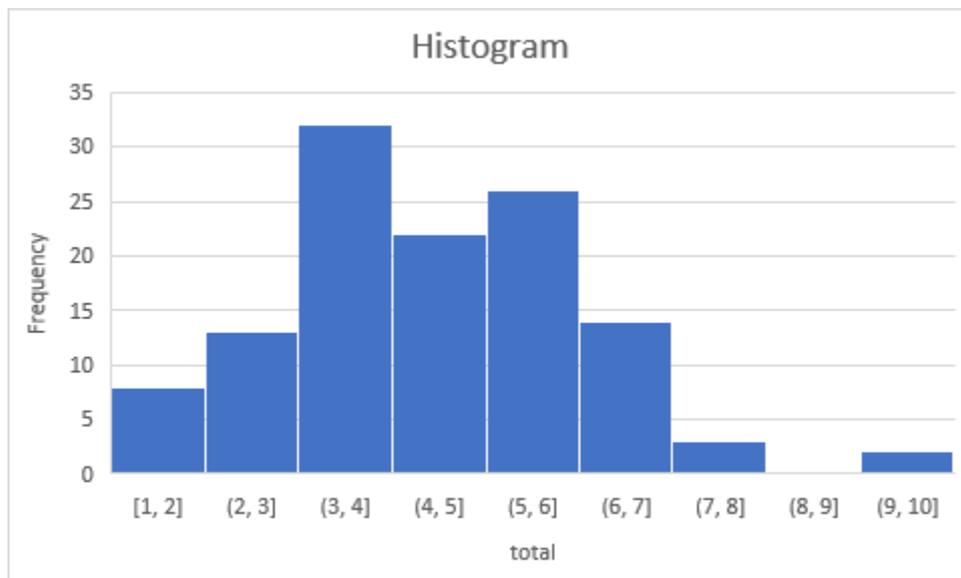
Penelitian ini menggunakan sebanyak 120 subjek dengan karakteristik berusia 18-25 tahun.. Berdasarkan dari hasil yang didapati yaitu dengan menggunakan penyajian interval dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dengan rumus :

- 1) Banyaknya data (n) = 120
- 2) Data Minimum (D_{min}) = 44
- 3) Data Maksimum (D_{max}) = 123

- 4) Rentang Data (range) = 79
 5) Banyak Kelas = $1 + 3,3 \log (45) = 8$
 6) Interval Kelas = $\frac{r}{k} = \frac{79}{8} = 10$

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	44-51	5	4.2	4.2
	52-59	3	2.5	6.7
	60-67	13	10.8	17.5
	68-75	32	26.7	44.2
	76-83	22	18.3	62.5
	84-91	26	21.7	84.2
	92-99	14	11.7	85.8
	100-107	3	2.5	98.3
	116-123	2	1.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi pada skala *Social Comparison* ditemukan dengan pembagian interval yaitu pada data yang diketahui ada 120 data subjek yang didapatkan, dengan nilai Dmin yang diperoleh yaitu 55 dan Dmix yang diperoleh yaitu 143 dengan banyak kelas yaitu sebanyak 11 kelas dengan pembagian interval pada kelas yaitu sebanyak 9 kelas



Berdasarkan hasil tabel dan histogram diatas dapat dijelaskan frekuensi paling banyak terdapat pada skor interval 96-103, skor tersebut termasuk pada nilai kategori sedang. Sementara skor paling sedikit dari distribusi frekuensi ada pada skor interval 136-143 dengan jumlah partisipan 3 yang masuk pada skor tersebut, Adapun skor tersebut masuk pada kategori tinggi.

Tabel Deskriptif Statistik Kategori Skor Skala Intensitas Media Sosial Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	30	25.0	25.0	25.0
	Sedang	85	70.8	70.8	95.8
	Tinggi	5	4.2	4.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan kategorisasi skor skala *social comparison* paling banyak terdapat pada kategorisasi sedang, sebanyak 64 subjek (62,7%), sedangkan

pada kategori tinggi yaitu sebanyak 9 subjek (8,8%) dan kategori rendah. berada yaitu terdapat 9 subjek (28,4%). Subjek pada penelitian ini berjumlah 120 orang.

B. Pembahasan

Berdasarkan literatur yang telah ditelaah mengenai social comparison pada mahasiswa, didapatkan hasil sebagai berikut:

Gratitude adalah perasaan yang menyenangkan mengenai manfaat yang diterima. Temuan penelitian ini yang dilakukan oleh Winata & Andangsari menuturkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara gratitude dan social comparison dengan arah hubungan yang negatif, dimana orang-orang dengan tingkat gratitude yang tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan social comparison lebih rendah, begitu pula sebaliknya. Artinya adanya kecenderungan social comparison pada individu dipengaruhi juga oleh rendahnya gratitude. Hal ini disebabkan individu yang memiliki tingkat gratitude yang tinggi

akan menilai hal-hal material menjadi kurang penting, kecil kemungkinan bagi mereka untuk menilai dan membandingkan keberhasilan atau pencapaian diri mereka sendiri dengan orang lain, mereka cenderung kurang merasa iri, dan mereka cenderung berbagi dengan orang lain terutama orang yang kurang bersyukur.

Beberapa penelitian juga telah menunjukkan bahwa gaya hidup berhubungan dengan social comparison. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri & Utami meneliti bagaimana gaya hidup hedonisme memengaruhi social comparison pada mahasiswa. Pada penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme maka semakin tinggi pula social comparison. Selain gaya hidup hedonisme, materialisme juga turut memengaruhi social comparison. Individu yang terlibat pada social comparison dengan model yang diidealkan akan cenderung meningkatkan estimasi standar hidup yang tinggi dan memicu semakin besarnya kesenjangan antara individu yang diidealkan dengan standar hidup seseorang, sehingga semakin besar pula rasa ingin memiliki harta materialistis.

Akibat yang ditimbulkan dari perilaku *social comparison* pada mahasiswa yaitu:

Kecemasan Sosial. Salah satu jenis kecemasan yang dapat dialami individu adalah kecemasan sosial. Berdasarkan Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder (DSM)-V kecemasan sosial ditandai dengan ketakutan atau kecemasan terhadap situasi sosial yang memungkinkan seseorang untuk diawasi atau diperhatikan. Jiang & Ngien menunjukkan bahwa social comparison dapat meningkatkan kecemasan sosial seseorang. Salah satu media sosial yaitu Instagram menyediakan berbagai filter untuk mengedit dan menyempurnakan foto dapat mengaktifkan emosi negatif, berkontribusi pada kesejahteraan psikologis yang buruk seperti kecemasan sosial. Kemudian,

Penelitian Mitchel & Schmidt menunjukkan bahwa terdapat pengaruh perbandingan sosial terhadap penilaian diri pada kecemasan sosial bahwa terdapat perbandingan dengan standar yang lebih tinggi terhadap penilaian diri negatif pada kecemasan sosial.

Depresi. Depresi merupakan perubahan suasana hati pada individu yang cenderung mengarah pada emosi yang negatif (sadness, loneliness, apathy), konsep diri negatif, menurun atau meningkatnya aktivitas fisik secara tidak normal (Beck & Alford, 2009). Beberapa penelitian menunjukkan adanya korelasi antara perilaku social comparison dengan depresi. Penelitian Auliannisa & Hatta (2021) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara social comparison dengan gejala depresi. Artinya semakin rendah skor social comparison pada individu maka semakin tinggi skor gejala depresi pada mahasiswa pengguna Instagram. Semakin rendah skor social comparison pada individu menunjukkan adanya perilaku membandingkan diri secara negatif. Hwang (2019) menyatakan bahwa membandingkan diri secara negatif dapat terjadi ketika individu melihat postingan orang lain di sosial media dan merasa bahwa kehidupan orang lain lebih baik daripada mereka dan orang lain melakukan sesuatu yang lebih baik daripada mereka. Jadi, semakin individu membandingkan diri secara negatif semakin tinggi gejala depresi yang dirasakan. Hasil serupa ditunjukkan pada penelitian Gaol dkk, bahwa terdapat hubungan negatif antara social comparison dengan gejala depresi.

Kepuasan Hidup Rendah. Mahasiswa seringkali melakukan social comparison dengan tujuan untuk mengevaluasi diri, menonjolkan diri, dan meningkatkan potensi diri. Namun, social comparison juga dapat menimbulkan dampak yang negatif jika individu cenderung melakukan social comparison yang negatif. Ketika individu menyadari bahwa orang lain memiliki kemampuan yang lebih baik daripada dirinya maka individu akan menunjukkan rasa frustrasi. Perilaku social comparison yang negatif juga dapat memengaruhi kepuasan hidupnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara perbandingan sosial

dengan kepuasan hidup pada remajasecara negatif dengan $r = -0.196$ dengan p-value 0.002 dan dinyatakan signifikan. Artinya, semakin tinggi social comparison maka semakin rendah tingkatkepuasan hidup pada remaja.

Self Esteem Rendah. Self esteem merupakan suatu keadaan dimana seseorang memandang negatif dirinya sendiri dan emrasa tidak puas atas segala pencapaian yang dimilinya. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi self esteemindividu, salah satunya adalah perilaku social comparison. Berdasarkan penelitian Hasanati & Aviani terdapat hubungan yang sangat signifikan antara social comparison dengan self esteem yang negatif. Artinya, semakin tinggi social comparisonyang dilakukan oleh individu, semakin rendah self esteemindividu. Individu yang sering melakukan social comparisonsecara negatif seperti menganggap orang lain lebih baik dan lebih sukses dibandingkan dengan dirinya akan cenderung memiliki self esteem yang rendah.

Mencegah dan mengurangi social media addiction untuk mengurangi perilaku social comparison :

Social media addiction adalah perasaan khawatir pada seseorang secara berlebihan ketika menggunakan media sosial dengan frekuensi penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak terkendali sehingga individu menghabiskan banyak waktunya untuk menggunakan media sosial dan berdampak pada rusaknya aspek kehidupan penting lainnya. Social media addiction yang dialami individu akan membuat individu cenderung fokus melakukan kegiatannya secara online di media sosial karena pengalaman positif yang individu dapatkan dari media sosial membuat individu secara terus menerus menggunakan media sosial. Dengan adanya perilaku yang berlebihan di media sosial membuat individu semakin jauh dari kehidupan nyata sehingga individu tidak menghabiskan waktunya bersama keluarga da teman-teman di dunia nyata karena telah tergantikan oleh media sosial sehingga memunculkan emosi negatif pada dirinya. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Onggono & Virlia (2021) menunjukkan bahwa social media addiction memiliki peran sebagai pemenuhan kebutuhan mahasiswa pengguna instagam yang dapat

membuat mahasiswa membandingkan dirinya sehingga menimbulkan perilaku kompetitif. Setelah adanya perilaku kompetitif tersebut, individu akan menghasilkan dua kemungkinan yaitu downward social comparison atau upward social comparison. Hasil serupa ditunjukkan dalam penelitian Yenny & Astuti yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara penggunaan media sosial dengan perbandingan sosial. Semakin tinggi penggunaan media sosial pada individu maka semakin tinggi pula perilaku social comparison pada individu. Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa social media addiction dapat menyebabkan perilaku social comparison. Maka dari itu, perlu dilakukan cara-cara untuk mencegah dan mengurangi social media addiction, yaitu :

Psikoedukasi. Psikoedukasi yang dilakukan untuk mengurangi social media addiction berisi materi pengetahuan mengenai media sosial dan tata cara penggunaan media sosial yang baik sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi penggunanya. Berdasarkan penelitian Prayogo dkk subjek menjadi lebih mengerti dampak apa saja yang dapat terjadi dari menggunakan media sosial, baik dampak positif maupun dampak negatif. Subjek juga menuliskan hal-hal apa saja yang harus mereka lakukan untuk mengurangi kemungkinan mereka menderita adiksi media sosial. Selain itu, penelitian Estria & Nurjanah juga menunjukkan bahwa psikoedukasi efektif untuk menangani kelompok kecanduan internet. Hasil serupa ditunjukkan dalam penelitian yang menyatakan bahwa literasi media atau edukasi mengenai perilaku bijak dalam menggunakan media sosial dan pengetahuan mengenai etika dalam bermedia sosial efektif untuk menangani kecanduan internet.

Self Management. Self management adalah prosedur yang mengharuskan individu mengatur perilakunya sendiri dengan melakukan perencanaan, pemusatan perhatian, dan evaluasi atas perilaku atau kegiatan yang dilakukannya. Penelitian yang dilakukan oleh Vernanda & Muis menunjukkan bahwa self management efektif untuk mengatasi social media addiction.

Strategi self management dapat memodifikasi perilaku individu sehingga dapat mereduksi kecanduan media sosial pada individu

Social comparison dibangun atas lima aspek diantaranya penampilan fisik, berat tubuh, bentuk tubuh, ukuran tubuh dan lemak tubuh. Aspek lemak tubuh yang memiliki skor rata-rata pada data empirik lebih kecil dibandingkan data hipotetiknya menunjukkan jika kebanyakan responden tidak membandingkan lemak tubuh. Hal tersebut mungkin terjadi karena lemak tubuh tidak dapat dilihat kategorinya begitu saja. Lemak tubuh dapat dikategorikan menggunakan penghitungan khusus atau alat pengukur khusus lemak tubuh.

Aspek dengan rentang skor rata-rata pada data empirik dan hipotetik tertinggi adalah aspek penampilan fisik. Hal ini menunjukkan jika dalam melakukan perbandingan sosial, responden cenderung membandingkan bentuk fisik atau penampilan fisiknya terlebih dahulu. Membandingkan penampilan fisik menjadi memungkinkan karena cukup mudah untuk dilihat dan dikategorikan. Temuan ini dikuatkan dengan hasil penelitian sebelumnya terkait membandingkan penampilan fisik yang dilakukan oleh remaja dan wanita dewasa. Dwiputeri dan Maulina menemukan jika terdapat kontribusi dari membandingkan diri dengan idol k-pop terhadap ketidakpuasan tubuh yang dimiliki oleh remaja. Remaja yang mudah mengakses segala sesuatu tentang k-pop terutama melalui media internet turut mempermudah mereka melihat dan mengamati penampilan fisik idol k-pop untuk kemudian diinternalisasikan kedalam dirinya. Tidak sesuainya penampilan fisik idol k-pop dengan penampilan yang dimiliki oleh remaja putri dapat menimbulkan ketidakpuasan tubuh dan tidak sedikit berujung pada berusaha mengubah penampilan fisik, salah satunya diet ekstrim.

Dapat dilihat berdasarkan skor yang diperoleh masing-masing responden, menunjukkan jika sebagian besar responden memiliki ketidakpuasan tubuh yang berada pada kategori sedang, sebagian besar lainnya memiliki ketidakpuasan tubuh yang tinggi. Hanya sedikit responden yang memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori rendah demikian pula dengan perbandingan sosialnya.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial isntagram terhadap *social comparisom* mahasiswa di IAIN Manado. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* mahasiswa IAIN Manado. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* mahasiswa IAIN Manado.

Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat menjadi faktor risiko yang menyebabkan gangguan persepsi tubuh. Individu yang merasa tidak puas dengan penampilan fisiknya sering kali memiliki persepsi tubuh yang tidak realistis, di mana mereka cenderung melihat diri mereka secara negatif atau lebih besar dari kenyataannya. Pengguna Instagram berisiko terpengaruh oleh gaya hidup yang mendorong pencapaian bentuk tubuh tertentu. Frekuensi tinggi dalam mengakses Instagram dapat memicu ketidakpuasan tubuh melalui idealisasi bentuk tubuh, perbandingan dengan orang lain, penggunaan filter dan pengeditan foto, serta konten yang menampilkan bentuk tubuh yang tidak sehat atau berlebihan, yang sering kali dikenal sebagai intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Sesuai dengan berbagai teori dan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dan *social comparison* pada mahasiswa perempuan di IAIN Manado dengan rentan usia 18-25 tahun berdasarkan pengguna aktif instagram dengan jumlah sampel 120 mahasiswa perempuan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini. pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala intensitas media sosial dengan mengacu pada teori dari Ajzen dan skala *social comparison* dari Cooper, Taylor & Fairburn.

Hasil koefisien regresi dalam analisis bernilai positif yang menunjukkan bahwa arah persamaan garis regresi searah. Hal ini berarti bahwa ketika nilai dari variabel intensitas penggunaan media sosial instagram meningkat, regresi (atau hasil prediksi) *social comparison* juga meningkat. Dalam artian bahwa tingkat intensitas

penggunaan media sosial instagram yang lebih tinggi berhubungan dengan *social comparison* sebaliknya, apabila tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram rendah maka tingkat *social comparison* juga akan menurun (rendah).

Hasil rata-rata yang diperoleh dari uji SPSS 23 untuk variabel intensitas media sosial instagram yaitu 106,03%. Hasil, sedangkan skor terendah 67 dan skor tertinggi yaitu 144. Jumlah item dalam skala intensitas media sosial instagram yaitu 32 butir dengan 4 aspek yang dikemukakan berdasarkan teori dari Ajzen, yaitu frekuensi, durasi, perhatian dan penghayatan. Sedangkan hasil rata-rata untuk variabel *social comparison* yaitu 96,11%. Hasil tersebut berada pada kategori sedang dengan skor terendah 29 dan skor tertinggi 143. Artinya, variabel intensitas media sosial instagram mendapatkan hasil rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan variabel *social comparison*.

Sesuai dengan berbagai teori dan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dan *social comparison* pada mahasiswa IAIN Manado dengan rentan usia 18-25 tahun berdasarkan pengguna aktif instagram dengan jumlah sampel 102 mahasiswa perempuan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini. Menurut Can dan Kaya, frekuensi individu dengan intensitas media sosial ditentukan oleh jumlah kunjungan minimal 4 kali dan lebih dari 1 jam per hari, dengan durasi penggunaan lebih dari 5 jam sehari.

Hasil tersebut membuktikan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* mahasiswa IAIN Manado. Temuan ini selaras dengan penelitian Fisher, Dunn, dan J yang mengungkapkan bahwa meningkatnya *social comparison* berkaitan dengan tingginya ketidakpuasan bentuk tubuh, khususnya pada perempuan. Hal ini terjadi karena remaja perempuan sering dinilai berdasarkan bagaimana penampilannya, sehingga memicu keinginan remaja perempuan untuk dapat menampilkan penampilan mereka sebaik mungkin. Hasil penelitian Rief, dkk, mengungkapkan bahwa persentase remaja perempuan terhadap penampilan lebih besar dibandingkan persentase remaja laki-laki terhadap

penampilan. Menurut Edward remaja laki-laki lebih besar perhatiannya terhadap aktivitas fisik yang bertujuan untuk mendapatkan tubuh yang kuat..⁵¹

Sesuai dengan berbagai teori dan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara Intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* pada mahasiswa di IAIN Manado dengan rentan usia 18-25 tahun, berdasarkan pengguna aktif instagram dengan jumlah sampel 120 mahasiswa yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta teori-teori yang mendukung yang telah dijelaskan sebelumnya, terlihat bahwa subjek yang memiliki intensitas penggunaan media sosial instagram dapat mengalami *social comparison*. Yang artinya bahwa apabila individu memiliki tingkat intensitas mengakses media sosial instagram yang tinggi maka tingkat *social comparison* juga meningkat, begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka dapat dikatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap *social comparison* pada mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

Social comparison juga membawa dampak pada meningkatnya *body dissatisfaction*. Pada penelitian Dewi, Noviekayati, & Rina (2020), dikatakan bahwa perbandingan sosial dan *body dissatisfaction* mempunyai hubungan positif yang signifikan. Hal ini berarti peningkatan dari perbandingan sosial yang dilakukan akan membawa dampak pada meningkatnya *body dissatisfaction*. Penelitian Dewi, Noviekayati, & Rina (2020) juga menjelaskan bahwa komponen dalam perbandingan sosial yang menyebabkan *body dissatisfaction* adalah individu membandingkan diri dengan orang lain yang menurutnya lebih unggul (*upward comparison*) dan individu membandingkan diri sendiri dengan individu lain yang menurutnya tidak lebih baik daripada dirinya sendiri (*downward comparison*).

⁵¹ Stuart, G. W. (2014). Keperawatan jiwa (Terjemahan), alih bahasa. Jakarta: Achir Yani edisi III. : EGC.72

Body dissatisfaction yang terjadi berupa penilaian negatif terhadap bentuk tubuh, kepercayaan diri yang turun saat sedang bersosialisasi di lingkungan, menghindari aktivitas sosial, kebiasaan mengecek tubuh secara berulang, serta menyamakan bentuk tubuh. Dijelaskan juga bahwa perbandingan sosial yang dilakukan secara berulang dan terus-menerus akan berdampak pada semakin tinggi frekuensi individu melakukan pengecekan pada tubuhnya yang berakibat pada terbentuknya *body dissatisfaction*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Social Comparison* pada Mahasiswa di IAIN Manado. Hal ini dibuktikan dengan dilakukannya uji analisis regresi linear sederhana dengan nilai yang diperoleh 0,168 (16,8), yaitu intensitas penggunaan media sosial memiliki

pengaruh sebesar 16,8% terhadap *social comparison*. berdasarkan nilai F diperoleh hasil sebesar 20.185 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *social comparison* pada mahasiswa IAIN Manado.

Self comparison dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti self esteem, gratitude, dan gaya hidup. Adapun akibat dari perilaku self comparison pada mahasiswa adalah kecemasan sosial, depresi, kepuasan hidup rendah, body dissatisfaction (citra tubuh negatif), dan self esteem rendah. Social media addiction yang dialami individu akan membuat individu cenderung fokus melakukan kegiatannya secara online di media sosial karena pengalaman positif yang individu dapatkan dari media sosial membuat individu secara terus menerus menggunakan media sosial (Glaser dkk., 2018). Semakin tinggi penggunaan media sosial pada individu maka semakin tinggi pula perilaku social comparison pada individu. Diperlukan langkah-langkah untuk mencegah dan mengurangi social media addiction untuk mengurangi perilaku self comparison yaitu psikoedukasi, self management, self compassion. Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang self comparison adalah peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait self comparison agar hasil penelitian dapat lebih baik, peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan dan mengkolaborasikan self comparison dengan variabel lain, dan peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode dan desain penelitian yang lebih bervariasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, peneliti menyarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial, terutama dalam mengakses konten yang dapat mempengaruhi persepsi diri secara negatif. Penting untuk mahasiswa agar dapat meningkatkan kesadaran akan dampak dari perbandingan sosial di media instgram dan lebih meningkatkan rasa percaya diri serta citra tubuh yang positif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan agar dapat mengkaji faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap *social comparison* seperti dukungan sosial dan gaya hidup untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif terkait isu ini.

DAFTAR PUSTAKA

(APJII), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 'APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembut 221 Orang', <https://apjii.or.id/Berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia>, 2024

'1614749490090_Proposal Skripsi 2'

Aisyah Anastarisha Putri Asharyadi, and Siti Qodariah, 'Hubungan Adiksi Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Di Bandung',

Bandung Conference Series: Psychology Science, 2.1 (2022), 476–84
<<https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1344>>

Annur, Cindy Mutia, 'Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia', *Databoks*, 2023

———, 'Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2024', *Databoks*, 2024

Atmoko, D. B., *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: MediabKita, 2012)

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022)

Cahaya Suryani, Puradian Wiryadigda, *Psikologi Hoaks*, I (Indonesia: Mozaik Pratama, 2022)

Caleb, T.C., & Rebecca, A.H, 'Sicial Media: Defining, Developing, and Divining.', *Atlantic Journal of Communication*, 2015, 23

Desita, Yustia Ayu, 'Bab II Landasan Teori', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2021), 1689–99

Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior.*, ed. by Milton Keyhes (Open Uneversity, 1991)

JOHN W. SANTROCK, *LIVE-SPAN DEVELOPMENT Perkembangan Masa Hidup*, 2002

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), III (Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), 2024)

Dodiet Aditya Setyawan and, *Buku Ajar Statistika*, ed. by Muhammad Seto (Indramayu: Penerbit Adab, 2021)

SaifuddinAzwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, 183AD

Siswoyo, Dwi dkk, *Ilmu Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007)

Sugito, Aryani Sairun, Ikbar Pratama, and Indah Azzahra, *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*, 2022

sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*

Sugiyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2018)

Santi Susanti, “Pengaruh *Self-Esteem*, *Self-uncertainty*, Dukungan Sosial, dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perbandingan Sosial pada Pengguna Instagram,”

LAMPIRAN

Lampiran 1 surat permohonan izin penelitian

SURAT PERMOHONAN MENJADI PENILAI INSTRUMEN PENELITIAN

Lampiran :
Perihal : Permohonan menjadi penilai instrumen penelitian

Kepada
Yth. Dosen dan
Praktisi
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa
saya,
Nama : Denisa Nadia Moha
NIM : 20136014

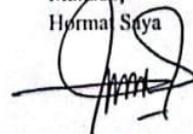
Mahasiswa program studi Psikologi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sedang melaksanakan penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap *Social Comparison* Mahasiswa IAIN Manado**".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk melakukan penilaian berkenaan dengan instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini. Instrumen ini merupakan instrumen intensitas penggunaan instgram yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek durasi, frekuensi, penghayatan dan perhatian. Instrumen selanjutnya *social comparison* berdasarkan aspek-aspek pendapat dan kemampuan

Demikian surat permohonan ini saya buat. Atas perhatian dan kesediannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Manado, 2024
Hormat Saya



Denisa Nadia Moha
NIM. 20136014

Lampiran 2 surat Blue print

BLUEPRINT SKALA INTENSITAS PENGUNAAN INSTAGRAM

Intensitas dalam Bahasa Inggris adalah "intensity" yang berarti kehebatan (Echols, 2007). Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2002) intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Seorang melakukan suatu kegiatan dikarenakan ada dorongan dalam dirinya, dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus sering disebut intensif. Intensitas juga berhubungan dengan frekuensi, yaitu seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan. Menurut Andarwati dan Sankarto (2005) mengemukakan aspek intensitas penggunaan internet yaitu mencakup frekuensi, perhatian, penghayatan dan durasi dalam menggunakan internet (Kilamanca, 2010).

3

NO	aspek	indikator	No Item	Item	E/F/U	Kategori					
						STR	TR	AR	R	SR	
1	<p>Frekuensi Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya perhari, per minggu, atau per bulan)</p>	<p>Seberapa sering individu mengakses media sosial Instagram</p>	1.	Saya membuka Instagram beberapa kali sehari untuk mengikuti perkembangan terbaru	F				✓		
			2.	Saya secara rutin memeriksa notifikasi Instagram saya.	F			✓			
			3.	Saya rajin mengikuti akun-akun yang saya minati di Instagram	F			✓			
			4.	Saya sering menghabiskan waktu menelaah feed Instagram.	F			✓			
			5.	Saya aktif mengunggah konten ke Instagram story saya.	F			✓			
			6.	Saya senang berinteraksi dengan postingan teman-teman di Instagram setiap hari.	F			✓			
			7.	Saya menikmati waktu senggang dengan menelaah Instagram.	F			✓			
			8.	Saya terbiasa membagikan momen-momen penting saya di Instagram.	F			✓			
			9.	Saya jarang membuka aplikasi Instagram dalam sehari.	UF			✓			
			10.	Saya tidak merasa perlu mengecek Instagram secara berkala.	UF			✓			
			11.	Saya bisa dengan mudah menahan diri untuk tidak membuka Instagram	UF			✓			

2	<p>Perhatian dan Penghayatan Dalam kartannya dengan pendapat, seorang individu dapat membandingkan pendapatnya sendiri dengan pendapat orang lain. Apabila pendapatnya mengenai kerampingan tubuh berbeda dengan pendapat orang lain itu atau justru pendapat orang lain berubah mendekati pendapatnya</p>		
12.	Saya lebih suka melakukan aktivitas lain daripada menelaah Instagram.	UF	✓
13.	Saya tidak tertarik untuk terus-menerus memperbarui status Instagram saya	UF	✓
14.	Saya jarang mengunggah foto atau video di Instagram Story.	UF	✓
15.	Saya bisa dengan mudah meninggalkan Instagram saat sedang mengerjakan tugas penting.	UF	✓
16.	Saya sulit fokus pada tugas penting ketika notifikasi Instagram terus muncul.	F	✓
17.	Saya dapat mengatur waktu penggunaan Instagram tanpa mengganggu aktivitas lain	UF	✓
18.	Saya sering lupa waktu saat menelaah feed Instagram.	F	✓
19.	Saya kesulitan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu karena terlalu asyik melihat Stories Instagram	F	✓
20.	Saya tetap dapat fokus pada tujuan awal saya membuka Instagram tanpa tersesat di konten lain	F	✓
21.	Produktivitas saya menurun karena terlalu banyak waktu dihabiskan untuk scrolling Instagram	F	✓
22.	Saya dapat dengan mudah kembali fokus setelah sejenak mengecek notifikasi Instagram.	UF	✓
23.	Konsentrasi saya terganggu saat ada notifikasi Instagram yang masuk	F	✓

24.	Saya dapat berkonsentrasi penuh saat melihat postingan yang menarik perhatian	F	<input checked="" type="checkbox"/>
25.	Konsentrasi saya meningkat saat saya menemukan konten yang bermanfaat	F	<input checked="" type="checkbox"/>
26.	Sulit bagi saya mengalihkan fokus Instagram saya dengan aktivitas lain	F	<input checked="" type="checkbox"/>
27.	Fitur-fitur Instagram mendorong saya untuk lebih fokus dalam membuat konten berkualitas.	UF	<input checked="" type="checkbox"/>
28.	Instagram membantu saya tetap fokus pada tujuan dan inspirasi saya melalui konten motivasi	UF	<input checked="" type="checkbox"/>
29.	Instagram Stories membuat saya lebih fokus mengikuti perkembangan terkini.	UF	<input checked="" type="checkbox"/>
30.	Menggunakan Instagram meningkatkan konsentrasi saya dalam mencari ide-ide kreatif.	UF	<input checked="" type="checkbox"/>
31.	Saya sering membeli barang yang tidak saya butuhkan hanya karena melihatnya di Instagram	F	<input checked="" type="checkbox"/>
32.	Saya merasa tidak puas dengan penampilan saya setelah melihat foto-foto orang lain di Instagram	F	<input checked="" type="checkbox"/>
33.	Saya sering meniru gaya berpakaian influencer Instagram tanpa memikirkan kesesuaiannya dengan diri saya	F	<input checked="" type="checkbox"/>
34.	Meniru tren di Instagram membantu saya mengikuti perkembangan zaman	F	<input checked="" type="checkbox"/>
35.	Saya menghabiskan banyak waktu mencoba meniru pose foto yang saya lihat	UF	<input checked="" type="checkbox"/>

Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram

3	<p>Durasi</p> <p>Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam)</p>	<p>Seberapa lama individu mengakses Instagram dengan rentang waktu atau lamanya durasi berlangsung</p>				
46	Saya tidak tertarik meniru gaya hidup yang dipamerkan di Instagram.	UF				✓
47	Saya merasa informasi di Instagram sering tidak dapat dipercaya	UF				✓
48	Saya lebih suka menepikan gaya saya sendiri daripada meniru yang ada di Instagram.	UF				✓
49	Saya jarang terinspirasi oleh konten di Instagram.	UF				✓
50	Mengikuti tren di Instagram membuat saya kehilangan kreativitas sendiri	UF				✓
51	Saya lebih suka mengembangkan ide dan gaya saya sendiri daripada meniru konten yang saya lihat di Instagram	UF				✓
52	Saya menikmati mengakses Instagram selama 30 menit setiap hari untuk mendapatkan inspirasi	F				✓
53	Saya selalu membuka Instagram 10 jam setiap hari	F				✓
54	Saya merasa produktif ketika menggunakan Instagram 1-2 jam di akhir pekan untuk networking	F				✓
55	Saya sulit membuat waktu penggunaan Instagram meski sudah berencana	F				✓
56	Mengakses Instagram selama 10 menit setiap beberapa jam membuat saya tetap terhubung dengan teman-teman	UF				✓
57	Saya sering lupa waktu ketika sedang asyik menjelajahi Instagram	UF				✓

BLUEPRINT SKALA *SOCIAL COMPARISON*

Social Comparison merupakan proses subyektif seseorang membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya. Semakin sering seseorang membandingkan tubuhnya dengan tubuh orang lain menyebabkan mereka semakin tidak puas dengan dirinya.

NO	Aspek	Indikator	No. Item	Item	F/U	KATEGORI					
						STR	TR	AR	R	SR	
1.	Aspek Pendapat Dalam kalimatnya dengan pendapat, seorang individu dapat membandingkan pendapatnya sendiri dengan pendapat orang lain.	FOMO (<i>Fear Of Missing Out</i>) : Melihat aktivitas orang lain dapat memicu ketinggalan atau kurang	1.	Perasaan yang tidak ingin merasa tertinggal di Instagram mendorong saya untuk lebih aktif berinisiasi dan mengikuti kegiatan yang seru.	F				✓		
			2.	Instagram membantu saya terhubung dengan tren-tren masa kini	F			✓			
			3.	Saya merasa lebih update dengan berita dan informasi terbaru berkat Instagram	F			✓			
			4.	Instagram membuat saya merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren terbaru	F			✓			
			5.	Saya sering membandingkan diri saya di Instagram	F			✓			
			6.	Saya merasa cemas jika tidak mengecek Instagram	F			✓			
			7.	Melihat perjalanan dan petualangan orang lain di postingan Instagram bisa memberi ide untuk merencanakan liburan atau eksplorasi baru	UF					✓	
			8.	Menyaksikan pencapaian karier atau kesuksesan orang lain di Instagram dapat menginspirasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi	UF					✓	
			9.	Melihat hubungan yang sehat dan bahagia dari pasangan atau keluarga lain di postingan Instagram bisa memberi inspirasi untuk merawat dan memperkuat hubungan pribadi.	UF					✓	
			10.	Melihat proses pembelajaran atau pendidikan yang diposting oleh orang lain di Instagram dapat memotivasi untuk terus belajar dan mengembangkan diri.	UF					✓	
Perbandingan Ke											

		diri dengan yg dianggap "lebih baik", seperti artis				
12.	Saya senang saat ada artis atau influencer yg melihat story Instagram saya	F			✓	✓
13.	Menggunakan Instagram dan melihat postingan artis membuat saya termotivasi	F			✓	
14.	Saya akan bahagia ketika melihat postingan orang lain di Instagram bahagia	F			✓	
15.	Saya menunjukkan kecenderungan membandingkan diri secara negatif di Instagram	F			✓	
16.	Melihat prestasi artis bisa memberikan motivasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi yang lebih tinggi di Instagram	UF			✓	
17.	Memperhatikan karier sukses di postingan Instagram bisa memberi dorongan untuk mengejar impian karier yang lebih besar.	UF			✓	
18.	Mengamati hubungan yang sehat dan bahagia dari artis di Instagram dapat memberi inspirasi untuk merawat dan memperkuat hubungan pribadi	UF			✓	
19.	Melihat karya seni atau Kreativitas artis dapat memicu inspirasi untuk mengekspresikan diri dalam bidang yang sama atau baru. Melihat karya seni atau kreativitas artis dapat memicu inspirasi untuk mengekspresikan diri dalam bidang yang sama atau baru	UF			✓	
20.	Setiap komentar positif dan penghargaan yang saya terima di Instagram mengingatkan saya bahwa apa yang saya lakukan memiliki dampak positif dan bernilai bagi orang lain.	UF			✓	
21.	Melihat banyaknya 'like' dan komentar yang hangat pada postingan saya membuat saya merasa dihargai dan diterima oleh orang lain	UF			✓	
22.	Instagram memberi saya kesempatan untuk mengekspresikan diri dan merasa dihargai atas kreativitas yang saya bagikan	UF			✓	
23.	Merasa terakan atau stres karena tekanan untuk selalu tampil sempurna atau menarik	F			✓	

		Bersikap empati						
53.	Saya tak terlalu peduli dengan perubahan-perubahan tentang diri saya	UF						✓
54.	Instagram mempromosikan standar kecantikan yang tidak realistis.	UF						✓
55.	Konten Instagram sering mendorong orang untuk membandingkan diri dengan orang lain secara tidak adil	F						✓
56.	Influencer Instagram sering mempromosikan produk kecantikan yang tidak perlu atau berbahaya	F						✓
57.	Tekanan untuk terlihat "sempurna" di Instagram dapat merusak kesehatan mental	F						✓
58.	Berkat Instagram, masyarakat lebih mudah mengakses informasi tentang produk kecantikan yang baru dan inovatif	UF						✓
59.	Berkat Instagram, kita dapat membantu orang yang kurang mampu	UF						✓
60.	Saya merasa iba ketika melihat konten tentang pengemis yang ada di Instagram	F						✓

Lampiran 3 tabulasi data

Butir	Penilai					N	C	lo	1	2	3	4	5	Σs	V
	1	2	3	4	5										
1	0	0	0	4	4	8	5	1	0	0	0	12	16	28	0.875
2	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
3	0	0	2	2	4	8	5	1	0	0	4	6	16	26	0.8125
4	0	1	1	5	1	8	5	1	0	1	2	15	4	22	0.6875
5	0	0	1	4	3	8	5	1	0	0	2	12	12	26	0.8125
6	0	0	0	3	5	8	5	1	0	0	0	9	20	29	0.90625
7	0	0	0	4	4	8	5	1	0	0	0	12	16	28	0.875
8	0	0	0	2	6	8	5	1	0	0	0	6	24	30	0.9375
9	1	0	1	1	5	8	5	1	0	0	2	3	20	25	0.78125
10	1	0	0	4	3	8	5	1	0	0	0	12	12	24	0.75
11	1	0	1	2	4	8	5	1	0	0	2	6	16	24	0.75
12	0	1	2	3	2	8	5	1	0	1	4	9	8	22	0.6875
13	0	0	2	4	2	8	5	1	0	0	4	12	8	24	0.75
14	1	1	2	1	3	8	5	1	0	1	4	3	12	20	0.625
15	0	0	2	3	3	8	5	1	0	0	4	9	12	25	0.78125
16	1	0	1	3	3	8	5	1	0	0	2	9	12	23	0.71875
17	0	0	2	3	3	8	5	1	0	0	4	9	12	25	0.78125
18	0	1	0	4	3	8	5	1	0	1	0	12	12	25	0.78125
19	1	1	1	3	2	8	5	1	0	1	2	9	8	20	0.625
20	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
21	0	2	1	2	3	8	5	1	0	2	2	6	12	22	0.6875
22	0	0	1	2	5	8	5	1	0	0	2	6	20	28	0.875
23	1	0	0	3	4	8	5	1	0	0	0	9	16	25	0.78125
24	0	0	2	4	2	8	5	1	0	0	4	12	8	24	0.75
25	0	0	0	5	3	8	5	1	0	0	0	15	12	27	0.84375
26	0	2	0	3	3	8	5	1	0	2	0	9	12	23	0.71875
27	0	0	3	2	3	8	5	1	0	0	6	6	12	24	0.75
28	0	0	2	3	3	8	5	1	0	0	4	9	12	25	0.78125
29	0	0	0	7	1	8	5	1	0	0	0	21	4	25	0.78125
30	0	0	0	5	3	8	5	1	0	0	0	15	12	27	0.84375
31	1	1	1	2	3	8	5	1	0	1	2	6	12	21	0.65625
32	1	1	1	2	3	8	5	1	0	1	2	6	12	21	0.65625
33	1	1	1	2	3	8	5	1	0	1	2	6	12	21	0.65625
34	0	0	2	3	3	8	5	1	0	0	4	9	12	25	0.78125
35	0	2	2	1	3	8	5	1	0	2	4	3	12	21	0.65625
36	0	1	0	3	4	8	5	1	0	1	0	9	16	26	0.8125
37	0	0	0	2	6	8	5	1	0	0	0	6	24	30	0.9375

38	0	0	0	3	5	8	5	1	0	0	0	9	20	29	0.90625
39	0	0	0	2	6	8	5	1	0	0	0	6	24	30	0.9375
40	0	0	0	2	3	8	5	1	0	0	0	6	12	18	0.5625
41	0	0	0	2	6	8	5	1	0	0	0	6	24	30	0.9375
42	2	1	0	1	4	8	5	1	0	1	0	3	16	20	0.625
43	2	0	1	1	4	8	5	1	0	0	2	3	16	21	0.65625
44	0	0	0	4	4	8	5	1	0	0	0	12	16	28	0.875
45	0	1	0	5	2	8	5	1	0	1	0	15	8	24	0.75
46	0	1	1	4	2	8	5	1	0	1	2	12	8	23	0.71875
47	1	0	1	3	3	8	5	1	0	0	2	9	12	23	0.71875
48	0	0	2	3	3	8	5	1	0	0	4	9	12	25	0.78125
49	0	1	2	3	2	8	5	1	0	1	4	9	8	22	0.6875
50	1	1	1	2	3	8	5	1	0	1	2	6	12	21	0.65625
51	0	1	0	4	3	8	5	1	0	1	0	12	12	25	0.78125
52	0	0	2	2	4	8	5	1	0	0	4	6	16	26	0.8125
53	1	1	0	3	3	8	5	1	0	1	0	9	12	22	0.6875
54	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
55	1	1	0	3	3	8	5	1	0	1	0	9	12	22	0.6875
56	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
57	1	1	0	1	5	8	5	1	0	1	0	3	20	24	0.75
58	1	0	0	2	5	8	5	1	0	0	0	6	20	26	0.8125
59	0	1	0	2	5	8	5	1	0	1	0	6	20	27	0.84375

Butir	Penilai					N	C	lo	1	2	3	4	5	Σs	V
	1	2	3	4	5										
1	1	0	1	3	3	8	5	1	0	0	2	9	12	23	0.71875
2	0	0	1	4	3	8	5	1	0	0	2	12	12	26	0.8125
3	0	0	1	2	5	8	5	1	0	0	2	6	20	28	0.875
4	0	1	1	2	4	8	5	1	0	1	2	6	16	25	0.78125
5	1	1	0	1	5	8	5	1	0	1	0	3	20	24	0.75
6	0	2	1	0	5	8	5	1	0	2	2	0	20	24	0.75
7	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
8	0	0	2	4	2	8	5	1	0	0	4	12	8	24	0.75
9	0	0	1	5	2	8	5	1	0	0	2	15	8	25	0.78125
10	0	0	0	4	4	8	5	1	0	0	0	12	16	28	0.875
11	1	1	0	3	2	8	5	1	0	1	0	9	8	18	0.5625
12	0	2	1	1	4	8	5	1	0	2	2	3	16	23	0.71875
13	0	1	1	1	5	8	5	1	0	1	2	3	20	26	0.8125
14	1	1	1	4	1	8	5	1	0	1	2	12	4	19	0.59375
15	0	1	0	4	3	8	5	1	0	1	0	12	12	25	0.78125
16	0	0	0	3	5	8	5	1	0	0	0	9	20	29	0.90625

17	0	0	2	2	4	8	5	1	0	0	4	6	16	26	0.8125
18	0	0	2	2	4	8	5	1	0	0	4	6	16	26	0.8125
19	0	1	1	1	5	8	5	1	0	1	2	3	20	26	0.8125
20	0	0	2	1	5	8	5	1	0	0	4	3	20	27	0.84375
21	0	0	0	2	6	8	5	1	0	0	0	6	24	30	0.9375
22	1	0	1	0	6	8	5	1	0	0	2	0	24	26	0.8125
23	0	2	0	1	5	8	5	1	0	2	0	3	20	25	0.78125
24	1	1	0	3	3	8	5	1	0	1	0	9	12	22	0.6875
25	0	2	0	4	3	8	5	1	0	2	0	12	12	26	0.8125
26	1	1	0	2	4	8	5	1	0	1	0	6	16	23	0.71875
27	0	0	0	1	7	8	5	1	0	0	0	3	28	31	0.96875
28	0	0	1	2	5	8	5	1	0	0	2	6	20	28	0.875
29	0	0	1	1	6	8	5	1	0	0	2	3	24	29	0.90625
30	0	0	0	3	5	8	5	1	0	0	0	9	20	29	0.90625
31	0	0	0	3	5	8	5	1	0	0	0	9	20	29	0.90625
32	1	1	0	1	5	8	5	1	0	1	0	3	20	24	0.75
33	1	0	0	3	4	8	5	1	0	0	0	9	16	25	0.78125
34	0	0	1	2	5	8	5	1	0	0	2	6	20	28	0.875
35	0	1	1	2	4	8	5	1	0	1	2	6	16	25	0.78125
36	1	1	0	1	4	8	5	1	0	1	0	3	16	20	0.625
37	1	1	0	1	5	8	5	1	0	1	0	3	20	24	0.75
38	1	2	1	0	4	8	5	1	0	2	2	0	16	20	0.625
39	1	1	1	1	4	8	5	1	0	1	2	3	16	22	0.6875
40	1	1	0	3	3	8	5	1	0	1	0	9	12	22	0.6875
41	1	0	1	4	2	8	5	1	0	0	2	12	8	22	0.6875
42	1	1	0	4	2	8	5	1	0	1	0	12	8	21	0.65625
43	0	0	1	4	3	8	5	1	0	0	2	12	12	26	0.8125
44	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
45	0	0	1	4	3	8	5	1	0	0	2	12	12	26	0.8125
46	0	0	0	4	4	8	5	1	0	0	0	12	16	28	0.875
47	0	1	0	5	2	8	5	1	0	1	0	15	8	24	0.75
48	0	2	0	3	3	8	5	1	0	2	0	9	12	23	0.71875
49	1	1	0	3	4	8	5	1	0	1	0	9	16	26	0.8125
50	0	2	0	1	5	8	5	1	0	2	0	3	20	25	0.78125
51	2	0	0	1	5	8	5	1	0	0	0	3	20	23	0.71875
52	1	1	0	3	3	8	5	1	0	1	0	9	12	22	0.6875
53	0	0	1	5	2	8	5	1	0	0	2	15	8	25	0.78125
54	0	1	2	1	4	8	5	1	0	1	4	3	16	24	0.75
55	0	0	2	2	4	8	5	1	0	0	4	6	16	26	0.8125
56	0	1	1	1	5	8	5	1	0	1	2	3	20	26	0.8125
57	0	0	1	3	4	8	5	1	0	0	2	9	16	27	0.84375
58	0	0	0	5	3	8	5	1	0	0	0	15	12	27	0.84375

59 0 0 0 3 5 8 5 1 0 0 0 9 20 29 0.90625

Lampiran 4 kuisisioner

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam. Salam sejahtera bagi kita semua.

Perkenalkan, Saya Denisa Nadia Moha. Mahasiswi Psikologi IAIN Manado, yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengambilan data ini.

1. Identitas Responden

Nama :
Usia :
No Tlpn :

2. Kriteria Responden ;

- 1) Berusia 18-25 tahun
- 2) Berjenis Kelamin Perempuan dan Laki-laki
- 3) Memiliki akun media sosial Instagram

Apabila saudara/i memenuhi kriteria responden yang telah disebutkan, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian saja.

Atas kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Pilihlah pernyataan yang anda anggap sesuai.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Relevan (STR)
2. Tidak Relevan (TR)
3. Agak Relevan (AR)
4. Relevan (R)

5. Sangat Relevan (SR)

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membuka Instagram beberapa kali sehari untuk mengikuti perkembangan terbaru					
2.	Saya secara rutin memeriksa notifikasi Instagram saya					
3.	Saya rajin mengikuti akun-akun yang saya minati di Instagram					
4.	Saya aktif mengunggah konten ke Instagram stori saya					
5.	Saya senang berinteraksi dengan postingan teman-teman di Instagram setiap hari					
6.	Saya menikmati waktu senggang dengan menjelajahi Instagram					
7.	Saya terbiasa membagikan momen-momen penting saya di Instagram					
8.	Saya jarang membuka aplikasi Instagram dalam sehari					
9.						

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	Saya tidak merasa perlu mengecek Instagram dalam sehari					
10.	Saya bisa dengan mudah menahan diri untuk tidak membuka Instagram					
11.	Saya tidak tertarik untuk terus menerus memperbarui status Instagram					
12.	Saya sering lupa waktu saat menjelajahi feed instagram					
13.	Saya dapat berkonsentrasi penuh saat melihat postingan yang menarik perhatian					
14.	Fitur-fitur Instagram mendorong saya untuk lebih focus dalam membuat komten yang bermanfaat					
15.	Instagram membantu saya tetap focus pada tujuan dan inspirasi saya melalui konten motivasi					
16.	Instagram stori membuat saya lebih focus mengikuti perkembangan terkini					
17.						

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	Menggunakan Instagram meningkatkan konsentrasi saya dalam mencari ide-ide kreatif					
18.	Meniru tren di Instagram membantu saya mengikuti perkembangan zaman					
19.	Saya merasa terinspirasi untuk meningkatkan diri setelah melihat konten di Instagram					
20.	Meniru gaya atau tips dari <i>influencer</i> membantu saya tampil lebih baik					
21.	Instagram membuka wawasan saya tentang tempat wisata yang ingin saya kunjungi					
22.	Meniru gaya atau make up dari <i>beauty vlogger</i> Instagram membuat saya tampil lebih menarik					
23.	Saya jadi lebih <i>up to date</i> dengan berita terkini berkat informasi di Instagram					
24.						

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	Instagram memberi inspirasi untuk mencoba hal-hal baru dan kreatif					
25.	Saya menikmati mengakses Instagram selama 30 menit setiap hari untuk mendapatkan inspirasi					
26.	Saya merasa produktif ketika menggunakan Instagram 1-2 jam di akhir pekan					
27.	Mengakses Instagram selama 10 menit setiap beberapa jam membuat saya tetap terhubung dengan teman					
28.	Saya sering lupa waktu ketika sedang asyik menjelajahi Instagram					
29.	Saya mengalokasikan 2 jam setiap minggu untuk menjelajahi konten kreatif di Instagram					
30.	Instagram membantu saya terhubung dengan tren-tren msa kini					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
31.	Saya merasa lebih update dengan berita dan informasi terbaru berkat Instagram					
32.	Instagram membuat saya merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren terbaru					
33.	Saya sering membandingkan diri di Instagram					
34.	Saya merasa cemas jika tidak mengecek Instagram					
35.	Melihat perjalanan dan petualangan orang lain di Instagram bisa memberi ide untuk merencanakan liburan					
36.	Menyaksikan pencapaian atau kesuksesan orang lain di Instagram dapat menginspirasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi					
37.	Melihat hubungan yg sehat dan Bahagia dari keluarga lain di postingan instagram, bisa					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	memberi inspirasi untuk memperkuat hubungan pribadi					
38.	Melihat proses pembelajaran atau pendidikan yg di posting orang lain di Instagam dapat memotivasi diri untuk terus belajar					
39.	Melihat prestasi artis bisa memberikan motivasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi yang lebih tinggi di Instagram					
40.	Mengamati hubungan yang sehat dan bahagia dari artis di Instagram dapat memberi inspirasi untuk merawat hubungan pribadi					
41.	Melihat karya seni atau kreativitas artis dapat memicu inspirasi untuk mengekspresikan dalam bidang yang sama					
42.	Setiap komentar positif dan penghargaan yang saya terima di Instagram mengingatkan saya bahwa apa yang saya lakukan memiliki dampak positif dan bernilai bagi orang lain					
No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
43	Instagram memberi saya kesempatan untuk mengekspresikan diri dan merasa dihargai atas kreativitas yang saya berikan					
44	Ketika tidak mendapatkan tanggapan atau komentar positif, saya merasa bahwa apa yang saya bagikan di Instagram tidak dihargai					
45	Jumlah followers saya menentukan seberapa berharganya saya sebagai individu					
46	Berbagi pencapaian di Instagram membuat saya lebih menghargai perjalanan hidup sendiri Saya tidak terlalu peduli dengan tanggapan orang lain tentang bentuk tubuh saya					
47	Saya menampilkan diri di Instagram apa adanya, tanpa filter dan efek					
48	Saya meyakini bahwa kegagalan bukanlah akhir segalanya. Saya nyaman membagikan momen keseharian saya yang biasa saja					
49						

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	Saya merasa bebas untuk mengekspresikan diri secara jujur di Instagram					
50	Saya merasa perlu mengedit foto saya sebelum mempostingnya di Instagram					
51	Saya selalu mencari cara untuk mengembangkan diri melalui konten yang saya bagikan di Instagram					
52	Usaha untuk menjadi lebih baik di Instagram hanya membuang waktu					
53	Influencer Instagram sering mempromosikan produk kecantikan yang tidak perlu atau berbahaya					
54	Berkat Instagram, masyarakat lebih mudah mengakses informasi tentang produk kecantikan yang baru dan inovatif					
55	Berkat Instagram, kita dapat membantu orang yang kurang mampu					
56	Saya merasa iba ketika melihat konten tentang pengemis yang ada di Instagram					

Lampiran 5 Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Nilai r	Keterangan
1.	0,444	Valid
2.	0,534	Valid
3.	0,623	Valid
4.	0,538	Valid
5.	0,674	Valid
6.	0,557	Valid
7.	0,626	Valid
8.	0,56	Valid
9.	0,036	Gugur
10.	0,061	Gugur
11.	0,28	Gugur
12.	0,425	Valid
13.	0,485	Valid
14.	0,596	Valid
15.	0,619	Valid
16.	0,680	Valid
17.	0,654	Valid
18.	0,656	Valid
19.	0,675	Valid
20.	0,637	Valid
21.	0,469	Valid
22.	0,542	Valid
23.	0,502	Valid
24.	0,690	Valid

25.	0,607	Valid
26.	0,584	Valid
27.	0,543	Valid
28.	0,507	Valid
29.	0,627	Valid
30.	0,12	Gugur

Lampiran 6 Skala *Social Comparison*

No	Nilai r	Keterangan
1.	0,590	Valid
2.	0,653	Valid
3.	0,576	Valid
4.	0,514	Valid
5.	0,559	Valid
6.	0,633	Valid
7.	0,584	Valid
8.	0,626	Valid
9.	0,736	Valid
10.	0,596	Valid
11.	0,555	Valid
12.	0,391	Valid
13.	0,522	Valid
14.	0,612	Valid
15.	0,623	Valid
16.	0,521	Valid
17.	0,632	Valid
18.	0,290	Gugur
19.	0,144	Gugur
20.	0,243	Gugur
21.	0,283	Gugur
22.	0,476	Valid
23.	0,557	Valid
24.	0,446	Valid
25.	0,13	Gugur

Lampiran 7 Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Seberapa sering individu mengakses media sosial Instagram	1,2,3,4,5,6,7,12	8,9,10,11	12
2.	Perhatian dan Penghayatan	Konstentrasi individu saat mengakses Instagram	13,14,15	16,17	5
		Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	18,19,20	21	4
3.	Durasi	Seberapa lama individu mengakses Instagram dengan rentang waktu atau lamanya durasi berlangsung	22,23,25,26	24,27,28,29	8

Skala *Social Comparison*

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Seberapa sering individu mengakses media sosial Instagram	1,2,3,4,5,6,7,12	8,9,10,11	12
2.	Perhatian dan Penghayatan	Konstentrasi individu saat mengakses Instagram	13,14,15	16,17	5
		Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	18,19,20	21	4
3.	Durasi	Seberapa lama individu mengakses Instagram dengan rentang waktu atau lamanya durasi berlangsung	22,23,25,26	24,27,28,29	8

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam. Salam sejahtera bagi kita semua.

Perkenalkan, Saya Ghia Erisyahria. Mahasiswi Psikologi IAIN Manado, yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengambilan data ini.

1. Identitas Responden

Nama :
Usia :

2. Kriteria Responden:

- 1) Berusia 18-25 tahun
- 2) Berjenis Kelamin Perempuan dan Laki-laki
- 3) Memiliki akun media sosial Instagram

Apabila saudara/i memenuhi kriteria responden yang telah disebutkan, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian saja.

Atas kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Pilihlah pernyataan yang anda anggap sesuai.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Relevan (STR)
2. Tidak Relevan (TR)
3. Agak Relevan (AR)
4. Relevan (R)
5. Sangat Relevan (SR)

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STR	TR	AR	R	SR
1.	Saya membuka Instagram beberapa kali dalam sehari untuk mengikuti perkembangan terbaru.					
2.	Saya secara rutin memeriksa notifikasi Instagram saya					
3.	Saya rajin mengikuti akun-akun yang saya minati di Instagram					
4.	Saya aktif mengunggah konten ke Instagram stori saya					
5.	Saya senang berinteraksi dengan postingan teman-teman di Instagram setiap hari					
6.	Saya menikmati waktu senggang dengan menjelajahi Instagram					
7.	Saya terbiasa membagikan momen-momen penting saya di Instagram					
8.	Saya jarang membuka aplikasi Instagram dalam sehari					
9.	Saya tidak merasa perlu mengecek Instagram secara berkala					
10.	Saya bisa dengan mudah menahan diri untuk tidak membuka Instagram					
11.	Saya tidak tertarik untuk terus-menerus memperbarui status Instagram					
12.	Saya sering lupa waktu saat menjelajahi Instagram					
13.	Saya dapat berkonsentrasi penuh saat melihat postingan yang menarik perhatian					
14.	Fitur-fitur Instagram mendorong saya untuk lebih focus dalam membuat konten yang bermanfaat					
15.	Instagram membantu saya tetap focus pada tujuan dan inspirasi saya melalui konten motivasi					
16.	Instagram stori membuat saya lebih focus mengikuti perkembangan terkini					
17.	Menggunakan Instagram meningkatkan konsentrasi saya dalam mencari ide-ide kreatif					
18.	Meniru <i>trend</i> di Instagram membantu saya mengikuti perkembangan zaman					
19.	Saya merasa terinspirasi untuk meningkatkan diri setelah melihat konten di Instagram					
20.	Meniru gaya atau tips dari <i>influencer</i> membantu saya tampil lebih baik					
21.	Instagram membuka wawasan saya tentang tempat wisata yang ingin saya kunjungi					
22.	Meniru gaya atau <i>make up</i> dari <i>beauty vlogger</i> Instagram membuat saya tampil lebih menarik					

23.	Saya jadi lebih <i>Up-to-date</i> dengan berita terkini berkat informasi di Insagram					
24.	Instagram memberi inspirasi untuk mencoba hal-hal baru dan kreatif					
25.	Saya menikmati mengakses Instagram selama 30 menit setiap hari untuk mendapatkan inspirasi					
26.	Saya merasa produktif Ketika menggunakan Instagram 1-2 jam di akhir pekan untuk <i>networking</i>					
27.	Mengakses Instagram selama 10 menit setiap beberapa jam membuat saya tetap terhubung dengan teman					
28.	Saya sering lupa waktu Ketika sedang asyik menjelajahi Instagram					
29.	Saya mengalokasikan 2 jam setiap minggu untuk menjelajahi konten kreatif di Instagram					
30.	Instagram membantu saya terhubung dengan tren-tren masa kini					
31.	Saya merasa lebih update dengan berita dan informasi terbaru berkat Instagram					
32.	Instagram membuat saya merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren terbaru					
33.	Saya sering membandingkan diri di Instagram					
34.	Saya merasa cemas jika tidak mengecek Instagram					
35.	Melihat perjalanan dan petualangan orang lain di Instagram bisa memberi ide untuk merencanakan liburan					
36.	Melihat hubungan yang sehat dan bahagia dari keluarga lain di postingan Instagram, bisa memberi inspirasi untuk memperkuat hubungan pribadi					
37.	Melihat prestasi artis bisa memberikan motivasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi yang lebih tinggi di Instagram					
38.	Memperhatikan karir sukses di Instagram bisa memberi dorongan untuk mengejar impian karir yang lebih besar					
39.	Melihat karya seni atau kreativitas artis dapat memicu inspirasi untuk mengekspresikan dalam bidang yang sama					
40.	Melihat banyak like dan komentar di Instagram membuat saya merasa dihargai dan diterima oleh orang lain					
41.	Merasa tertekan atau stres karena tekanan untuk selalu tampil sempurna atau menarik di Instagram agar diterima dan dihargai orang lain					
42.	Jumlah followers saya menentukan seberapa berharganya saya sebagai individu					
43.	Berbagi pencapaian di Instagram membuat saya lebih menghargai perjalanan hidup sendiri					

44.	Saya meyakini bahwa kegagalan bukanlah akhir segalanya. Saya nyaman membagikan momen keseharian saya yang biasa saja					
45.	Saya merasa perlu mengedit foto saya sebelum mempostingnya di Instagram					
46.	Saya menggunakan kesadaran akan keterbatasan diri saya sebagai motivasi untuk terus belajar dan berkembang					
47.	Saya selalu mencari cara untuk mengembangkan diri melalui konten yang saya bagikan di Instagram					
48.	Saya bisa menikmati konten orang lain tanpa merasa harus membandingkan diri					
49.	Usaha untuk menjadi lebih baik di Instagram hanya membuang waktu					
50.	Influencer Instagram sering mempromosikan produk kecantikan yang tidak perlu atau berbahaya					
51.	Tekanan untuk terlihat "sempurna" di Instagram dapat merusak kesehatan mental					
52.	Berkat Instagram, masyarakat lebih mudah mengakses informasi tentang produk kecantikan yang baru dan inovatif					
53.	Berkat Instagram, kita dapat membantu orang yang kurang mampu					
54.	Saya merasa iba ketika melihat konten tentang pengemis yang ada di Instagram					

4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3		
3	3	4	2	4	5	4	3	4	2	5	4	5	4	5	3	4	3	5	5	3	3	3	5	4	4	1	4	
3	1	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	2	4	3	2	2	5	3	4	3	3	2	2	2	2	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	3	5	2	2	4	3	3	4	5	4	1	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	1	
4	5	2	4	3	4	4	1	1	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3		
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	5	1	3	4	2	1	2	1	
4	4	5	3	4	3	4	2	3	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	4	
4	5	5	5	5	5	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	2	2	3	4	5	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	4	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	
5	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	4	4	4	4	5	5	1	1	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	
3	4	3	2	2	5	5	2	2	3	3	5	3	4	2	2	4	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	
2	1	3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	5	4	2	4	4	3	4	3	5	2	2	4	1	1	3	3	
5	2	5	2	4	4	5	2	4	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	2	2	4	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	2	
5	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	
5	3	5	3	2	5	5	1	2	2	3	4	4	3	3	3	3	2	3	5	4	5	2	4	3	3	2	4	
3	3	3	5	4	3	5	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	3	3	2	
4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	3	2	5	3	3	5	5	3	3	3	5	1	5	5	3	3	3	3	
4	3	4	3	5	5	4	1	1	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	1	4	2	2	3	2	1	4	5	
4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	1	4	3	3	3	5	1	4	4	4	4	3	4	
4	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	
5	4	3	2	4	5	3	2	2	5	3	2	4	3	3	2	2	1	1	3	4	3	3	3	2	4	3	2	
5	5	3	2	2	4	3	1	1	1	1	2	4	3	2	4	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	
4	3	2	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	
4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	3	4	3	5	5	2	5	4	5	5	1	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	3	2	4	5	
2	2	2	2	2	3	1	2	4	5	5	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	4	2	2	4	5	5	2	
4	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	
5	4	2	3	4	5	5	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
4	2	5	3	2	4	5	2	3	2	4	3	5	4	5	5	2	3	5	3	5	3	4	5	5	2	1	5	

4	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
3	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	4	3	
4	1	3	1	2	1	1	5	5	5	3	1	5	3	2	3	3	2	2	2	3	1	4	3	2	2	3	1	
5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	2	
4	2	5	5	3	4	5	1	1	2	1	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	5	2	
4	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
5	3	4	3	4	5	3	2	3	3	5	1	5	3	3	3	5	3	4	4	5	1	5	5	3	5	3	1	
5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	3	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4	3	1	1	1	3	2	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	1	
4	1	3	2	2	3	1	2	4	4	5	1	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1
4	3	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3	3	2	2

3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2
3	3	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
3	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4
3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3	4	2	5	4	4	5	4	3	3
4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	3	2	3	5	5	3	3	5	3	3	5	3	4	3
4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	2	4	5	4	3
4	3	2	5	1	5	5	5	3	5	2	1	1	1	4	3	5	2	5	3	5	5	3	3	5
4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	5	3	3	4	2	2	1	1	1	4	5	5	5	1
4	4	2	2	2	4	5	5	4	4	4	1	1	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4
3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	3	5	4	5	3	1	2
4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3
3	3	3	3	5	5	1	1	3	5	4	4	2	2	4	3	1	5	5	5	5	2	4	4	4
5	5	4	2	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	4	3	2	4
3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	1	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3
3	5	4	3	4	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	1	3	5	5	4	4
3	4	2	1	1	3	3	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	3	4	2	2	5	4	4	4
3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	4	1	2	2	5	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3
2	3	1	2	1	3	4	5	4	3	1	1	1	1	4	4	3	2	4	3	3	5	3	3	3
3	3	2	1	1	3	3	3	3	2	3	1	1	2	2	1	2	3	5	3	4	5	3	4	4
3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	5	5	4
3	3	4	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5	3	1	3	4	1	4	3	3	1	3	3	3
2	2	2	2	1	3	4	2	3	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4
4	3	2	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	2
3	2	1	1	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	3	5	3	5	5	5	5	2	4	5
2	1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2
3	3	2	2	2	3	5	4	5	3	4	1	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	4
4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2
4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	3	1	1	3	4	3	3	2	4	4	4	5	4	2	3
3	3	2	2	2	4	5	4	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	5	3	3	5	3	3	5
2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4

4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2
4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	5	5	5	5	5	2	3
3	5	1	1	5	1	4	2	5	2	5	3	3	4	3	4	5	5	4	2	3	4	4	3	5
3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	2
1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	5	1	5	2	2	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	1	1	4	3	3	3	3	4	3	2	3	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4	5
3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	3	1	3	1	4	1	1	1	1	1	5
4	3	4	3	4	5	4	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	5	4	2	3	3	2	3	1
3	3	3	3	1	5	5	3	5	3	5	1	1	3	5	5	5	3	5	1	1	3	3	5	5
4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	2	4	3	4	3	4	4	5	2	4
5	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	2	4	4	3	4	1
5	5	3	2	3	5	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	3	2	3	5	4	5
3	3	2	1	1	2	3	2	3	3	4	1	3	2	1	5	1	2	1	2	3	2	2	2	3
4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	5	2	4	3	5	3	4	3	4	2	2	2	4	3	3
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	4	4	5
3	3	3	1	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	1	2	3	2	3	4	5	5	4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	5	3	3
3	3	2	4	1	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	5	3	3	3	3	2	3	4	3	4
4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	1	1	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1	4	4	2	4	5	2	4	4	3	1
5	2	1	4	4	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	5	2	5	5	2	5	5	5	4
3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
3	3	2	1	1	3	2	2	3	4	3	1	1	2	3	3	4	2	4	4	3	4	4	2	2
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	5	4	4	5	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	2	3	2	2	3	4	4	3	3	2	1	2	4	4	4	2	4	3	3	5	3	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
1	3	1	3	1	5	1	3	3	3	1	1	1	1	3	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5
3	3	3	4	1	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	3

3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	5	
4	4	2	3	3	3	5	4	4	3	4	3	1	3	3	4	4	4	3	2	3	5	5	4	2
3	3	2	1	1	1	2	2	2	5	1	1	1	2	5	3	3	2	5	3	3	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	1	1	1	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	5	4	3	5	3	3	5	3	3	4
3	3	2	1	1	3	3	4	4	3	2	1	1	4	4	4	4	4	4	1	2	4	3	5	5
3	3	3	1	1	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	1	3	3	5	2	5	2	4	4	3
4	2	2	3	1	4	4	3	3	3	2	1	1	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	1	1	3	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3
4	4	2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	3	2	4	5	3	4	4	5	2	2	3	4	4	5	4	4	2	3	4	5	5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	1	1	4	5	4	5	3	4	3	1	4	5	4	5	4	5	3	3	3	2	2	4
5	4	2	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	2	2	2	4	4	2	2
4	4	3	2	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4
3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3
3	4	2	3	2	4	5	4	4	4	3	3	1	2	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	5	3	5	4	3	5	3	3	2	4	3	3	4	2	3
5	5	3	1	2	5	1	1	5	5	3	1	3	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	1	1	1	4	4	1	2	4	1	1	1	3	4	3	4	3	5	5	1	5	5	3	1
4	4	3	2	2	4	4	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
3	2	2	5	1	3	2	2	3	2	2	2	1	2	4	4	3	3	4	3	5	5	4	5	5
4	3	1	1	1	3	3	3	3	2	5	3	3	3	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4
5	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	1	1	3	3	2	5	3	5	3	3	1	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	1	1	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	2	2	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	5	2	3	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4
3	3	4	5	5	3	4	2	2	4	4	4	5	5	5	2	4	5	2	1	1	3	4	4	3
4	4	2	2	2	4	3	3	3	4	2	2	1	2	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3
2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	1	1	1	3	4	2	3	3	4	3	2	4	4	3	3
2	3	2	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	2	2	5	3	1	2

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	2	1	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3
3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	5	3	3	5	3	3	5
5	5	2	1	1	5	5	5	5	4	3	1	1	5	5	2	5	5	5	2	3	5	5	5	5
4	4	2	1	2	2	4	2	3	2	2	1	1	4	4	4	3	4	4	3	1	4	4	4	4
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3
5	5	1	1	1	4	4	1	5	4	1	1	1	4	5	5	5	4	5	2	1	1	5	4	5
4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	5	3	5	3	5	3	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4
4	4	3	2	1	4	5	5	5	5	4	2	3	4	5	4	5	5	4	2	4	1	5	5	5
4	4	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3
3	4	2	2	1	4	3	3	4	3	2	1	1	3	2	1	3	3	4	4	3	4	3	2	2