**LIBEROSIS**
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027

Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 16 No 3 Tahun 2025
Online ISSN: 3026-7889

# Hubungan *Self – Esteem* dengan *Upward social comparison* pada *Emerging adulthood* Pengguna Media Sosial di Kabupaten Bekasi

**Fionna C A Uguy[1*],Yomima Viena Yuliana[2], Budi Sarasati[3], Timorora Sandha Perdhana[4]**
[1, 2, 3, 4]Prodi Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
202110515096@mhs.ubharajaya.ac.id, yomima.viena@dsn.ubharajaya.ac.id, budi.sarasatiubj@dsn.ubharajaya.ac.id, timorora.sandha@dsn.ubharajaya.ac.id
*202110515096@mhs.ubharajaya.ac.id

*Abstract*

*The upward social comparison phenomenon through social media is an important issue, especially during emerging adulthood. This study aims to determine the relationship between self-esteem and upward social comparison in emerging adulthood social media users in Bekasi Regency. The method used was quantitative research subjects totaling 164 people who were selected using the quote sampling technique. The analysis in this study used the Pearson correlation test, which resulted in a significant relationship between self-esteem and upward social comparison. These findings are important to understand the psychological dynamics of emerging adulthood in the digital era, as well as the basis for interventions to maintain the health of social media users Keywords: Self-esteem, Upward Social Comparison, Social Media, Emerging Adulthood.*

***Keyword**: Self-esteem, Upward Social Comparison, Social Media, Emerging Adulthood.*

Abstrak

Fenomena upward social comparison melalui media sosial menjadi isu penting, khususnya di masa emerging adulthood. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara self-esteem dan upward social comparison pada pengguna media sosial emerging adulthood di Kabupaten Bekasi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif subjek penelitian berjumlah 164 orang yang dipilih menggunakan teknik quote sampling. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi pearson, dimana menghasilkan adanya hubungan yang signifikan antara self-esteem dan upward social comparison. Temuan ini penting untuk memahami dinamika psikologis emerging adulthood dalam era digital, serta menjadi dasar untuk intervensi guna menjaga Kesehatan menta pengguna media sosial

**Kata kunci:** Self-esteem, Upward Social Comparison, Media Sosial, Emerging Adulthood.

**Article History**
Received: Feb 2025
Reviewed: Feb 2025
Published: Feb 2025

Plagirism Checker No 77
DOI : Prefix DOI : 10.8734/Musytari.v1i2.365
**Copyright : Author**
**Publish by : Liberosis**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam cara individu berinteraksi sosial, salah satunya melalui media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan individu untuk menampilkan citra diri yang dianggap ideal, sehingga mendorong pengguna lain untuk melakukan perbandingan sosial. Salah satu bentuk perbandingan yang banyak terjadi adalah upward social comparison yakni membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih unggul dalam berbagai aspek seperti penampilan, pencapaian, atau gaya hidup Gibbons & Buunk dalam (Jannah, 2019).

Menurut teori perbandingan sosial oleh Festinger, (1954) individu memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi diri melalui perbandingan sosial. Jika arah perbandingan mengarah ke atas *(upward)*, maka hal ini berpotensi menimbulkan dua konsekuensi psikologis: motivasi untuk meningkatkan diri atau sebaliknya, perasaan tidak mampu yang menurunkan harga diri (Liu et al., 2017); (Vogel et al., 2014). Dalam konteks *emerging adulthood*, fase perkembangan ini menjadi krusial karena individu sedang dalam proses eksplorasi jati diri dan stabilisasi konsep diri Arnett dalam (Awny Fuad, 2023).

*Self-esteem* memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana individu merespons perbandingan sosial tersebut. Individu dengan harga diri rendah cenderung lebih terpengaruh secara negatif oleh *upward comparison* dibanding mereka yang memiliki *self-esteem* tinggi Rosenberg dalam Baun & Rahayu, (2023). Namun demikian, hubungan antara kedua variabel ini masih belum mendapatkan kesimpulan yang konsisten. Beberapa studi menemukan adanya korelasi negatif (Vogel et al., (2014); Lusiana, (2023), sementara studi lain menyebutkan efeknya bergantung pada konteks dan karakteristik individu (Meier et al., 2021).

Penelitian sebelumnya umumnya menitikberatkan pada bagaimana *social comparison* memengaruhi *self-esteem*, bukan sebaliknya. Penelitian oleh Hasanati & Aviani, (2020) serta Ardiany & Ardi, (2022) belum secara khusus mengkaji bagaimana *self-esteem* dapat menjadi prediktor dari kecenderungan melakukan *upward social comparison*. Selain itu, arah perbandingan sosial juga sering diabaikan atau disamaratakan, sehingga menyisakan kesenjangan yang signifikan dalam literatur.

Kesenjangan ini menjadi dasar penting bagi penelitian ini. Penulis berupaya memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian psikologi media sosial dengan mengeksplorasi bagaimana *self-esteem* berperan dalam membentuk kecenderungan melakukan *upward social comparison*. Penelitian ini juga menawarkan kebaruan dengan menggunakan kombinasi skala yang terstandarisasi dan sampel spesifik dari Kabupaten Bekasi sebagai representasi populasi *emerging adulthood* di wilayah urban Indonesia.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *upward social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial di Kabupaten Bekasi. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoritis bagi pengembangan kajian psikologi media sosial, serta secara praktis membantu individu muda untuk lebih reflektif dan sehat secara psikologis dalam penggunaan media sosial.

## 2. Tinjauan Pustaka

Self-esteem atau harga diri adalah evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya yang mencakup keyakinan terhadap kemampuan pribadi, penerimaan sosial, serta persepsi terhadap penampilan fisik Rosenberg dalam Baun & Rahayu, (2023). Harga diri yang tinggi mencerminkan penerimaan positif terhadap diri sendiri, sedangkan harga diri rendah menggambarkan keraguan dan penilaian negatif terhadap diri. Pada masa emerging adulthood, harga diri memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana individu merespons tekanan sosial, termasuk interaksi di media sosial Arnett dalam Awny Fuad, (2023). Individu dengan harga diri tinggi cenderung memaknai pengalaman sosial, termasuk perbandingan dengan orang lain, sebagai motivasi untuk berkembang, sedangkan individu dengan harga diri rendah lebih rentan terhadap dampak negatif seperti rasa iri atau penurunan kesejahteraan psikologis (Liu et al., 2017).

Upward social comparison merupakan bentuk perbandingan sosial ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih unggul dalam aspek tertentu, seperti penampilan, pencapaian, atau gaya hidup Gibbons & Buunk dalam (Jannah, 2019). Teori perbandingan sosial Festinger, (1954) menjelaskan bahwa dorongan membandingkan diri adalah mekanisme alami dalam evaluasi diri. Perbandingan ke atas dapat memunculkan efek positif berupa motivasi, atau efek negatif berupa perasaan inferior Vogel et al., (2014). Dalam konteks media sosial, fenomena ini semakin menonjol karena pengguna terpapar pada konten yang menampilkan versi "ideal" dari kehidupan orang lain. Penelitian Meier et al. (2021) menunjukkan bahwa individu dengan harga diri tinggi cenderung menginterpretasikan perbandingan ini secara positif, sedangkan Liu et al., (2017), menemukan bahwa harga diri rendah berhubungan dengan dampak negatif seperti rasa iri atau penurunan kepuasan hidup.

Hubungan antara self-esteem dan upward social comparison masih menunjukkan hasil yang bervariasi. Beberapa penelitian mengungkapkan korelasi negatif, yang berarti semakin tinggi harga diri, semakin rendah kecenderungan melakukan perbandingan sosial ke atas Vogel et al., (2014); Lusiana, (2023). Namun, studi lain menemukan hubungan positif ketika perbandingan tersebut dimaknai sebagai dorongan untuk pengembangan diri Meier et al., (2021). Kesenjangan penelitian muncul karena minimnya studi yang memposisikan self-esteem sebagai prediktor perilaku upward social comparison, khususnya pada emerging adulthood di Indonesia, serta kurangnya diferensiasi arah perbandingan sosial Hasanati & Aviani, (2020). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menempatkan self-esteem sebagai variabel prediktor dan menggunakan sampel emerging adulthood di Kabupaten Bekasi, yang diharapkan dapat memperkaya literatur psikologi sosial dan memberikan dasar bagi intervensi penguatan harga diri pada generasi muda agar mampu mengelola perbandingan sosial secara sehat.

## 3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen, yaitu *self-esteem*, dan variabel dependen, yaitu *upward social comparison*. Variabel *self-esteem* didefinisikan sebagai evaluasi individu terhadap nilai diri yang mencakup keyakinan terhadap kemampuan

pribadi, penerimaan sosial, dan persepsi terhadap penampilan fisik. Sementara itu, *upward social comparison* merujuk pada kecenderungan individu untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dianggap memiliki kelebihan dalam hal opini, pencapaian, atau kompetensi. Kedua variabel ini diukur menggunakan instrumen skala psikologis yang telah dimodifikasi dan diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia.

Instrumen pengukuran untuk *self-esteem* adalah skala *State Self-Esteem Scale (SSES)* yang dikembangkan oleh Heatherton dan Polivy, dan telah diadaptasi oleh Jannah, (2019). Skala ini terdiri dari 14 item valid yang mewakili tiga aspek utama: *performance self-esteem, social self-esteem,* dan *appearance self-esteem*. Adapun untuk mengukur *upward social comparison*, digunakan skala yang dimodifikasi dari *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM)* oleh Gibbons dan Buunk, juga diadaptasi oleh Jannah, (2019), yang terdiri atas 10 item valid mencakup aspek opini dan kemampuan. Kedua skala menggunakan format Likert empat poin, dengan skor tertinggi menunjukkan tingkat self-esteem atau social comparison yang lebih tinggi.

Subjek dalam penelitian ini adalah individu berusia 18–24 tahun *(emerging adulthood)* yang berdomisili di Kabupaten Bekasi dan merupakan pengguna aktif media sosial minimal tiga jam per hari. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling, menggunakan metode *quote sampling*, karena peneliti menetapkan kriteria khusus terhadap karakteristik responden. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus *Lemeshow*, yang sesuai untuk populasi dengan jumlah tidak diketahui secara pasti, dan ditetapkan sebanyak 164 responden agar hasil penelitian tetap representatif dan menghindari error data.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring menggunakan platform Google Form. Sebelum penyebaran, dilakukan uji coba terhadap instrumen untuk menguji validitas dan reliabilitas item. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item-item pada kedua skala memenuhi kriteria signifikansi, dan nilai reliabilitas berada dalam kategori cukup baik ($\alpha > 0{,}70$). Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak JASP versi 0.19.3, dengan pengujian asumsi normalitas dan linearitas sebagai prasyarat. Uji hipotesis menggunakan analisis korelasi parametrik Pearson Product-Moment untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara self-esteem dan upward social comparison pada kelompok emerging adulthood pengguna media sosial di Kabupaten Bekasi.

## 4. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dari total 164 responden yang termasuk kategori emerging adulthood (usia 18–24 tahun) dan merupakan pengguna aktif media sosial di Kabupaten Bekasi, diperoleh nilai rata-rata self-esteem sebesar 30,87 (SD = 7,30) dan nilai rata-rata upward social comparison sebesar 28,79 (SD = 4,70). Berdasarkan kategori interpretasi skor, kedua variabel berada pada tingkat sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum responden memiliki tingkat harga diri yang cukup stabil dan kecenderungan melakukan perbandingan sosial ke atas yang moderat. Distribusi data untuk kedua variabel menunjukkan kecenderungan yang cukup seimbang, yang memperkuat reliabilitas analisis lebih lanjut.

Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 16 No 3 Tahun 2025
Online ISSN: 3026-7889

Uji asumsi normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,146 untuk upward social comparison dan 0,501 untuk self-esteem. Nilai ini melebihi batas signifikansi 0,05, yang berarti data kedua variabel berdistribusi normal. Sementara itu, hasil uji linearitas yang divisualisasikan melalui Q–Q Plot memperlihatkan bahwa titik-titik residual menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga hubungan kedua variabel memenuhi asumsi linearitas. Dengan terpenuhinya kedua asumsi ini, analisis korelasi parametrik dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Uji korelasi Pearson Product-Moment menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,168 dengan signifikansi $p < 0,05$. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan namun lemah antara self-esteem dan upward social comparison. Artinya, semakin tinggi harga diri seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan perbandingan sosial ke atas di media sosial. Walaupun kekuatan hubungan yang ditemukan rendah, signifikansi hubungan ini menegaskan bahwa self-esteem memiliki kontribusi terhadap perilaku upward comparison, meski bukan satu-satunya faktor yang berperan.

Secara teoritis, temuan ini selaras dengan teori perbandingan sosial yang dikemukakan Festinger, (1954) yang menyatakan bahwa manusia memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi diri dengan membandingkan dirinya dengan orang lain. Dalam konteks media sosial yang sarat dengan representasi pencapaian, penampilan, dan gaya hidup yang “ideal”, kecenderungan melakukan upward comparison menjadi sangat relevan. Penelitian ini menemukan bahwa individu dengan self-esteem tinggi cenderung menginterpretasikan perbandingan sosial ke atas sebagai motivasi untuk memperbaiki diri dan mencapai tujuan yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan self-esteem rendah dapat melihatnya sebagai ancaman terhadap citra diri, yang berpotensi menimbulkan rasa iri, ketidakpuasan, atau bahkan menurunkan kesejahteraan psikologis.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Meier et al., (2021) yang menunjukkan bahwa self-esteem yang kuat dapat berperan sebagai pelindung psikologis (buffer) terhadap dampak negatif upward comparison, sehingga individu lebih mampu mengelola perbandingan sosial secara adaptif. Dalam kondisi ini, perbandingan ke atas dapat menjadi sumber inspirasi dan pembelajaran, bukan pemicu stres atau perasaan inferior. Akan tetapi, hasil penelitian ini berbeda dari temuan Liu et al., (2017) dan Vogel et al., (2014), yang menunjukkan bahwa upward comparison di media sosial cenderung memiliki dampak negatif, terutama bagi individu dengan harga diri rendah. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh konteks budaya dan sosial responden, di mana emerging adulthood di Indonesia mungkin lebih memandang perbandingan sosial sebagai bagian dari proses pencapaian standar sosial dan penguatan relasi sosial.

Menariknya, meskipun mayoritas responden memiliki self-esteem dalam kategori sedang, mereka tetap menunjukkan kecenderungan untuk melakukan upward social comparison. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti durasi penggunaan media sosial, motivasi penggunaannya (misalnya hiburan, eksistensi diri, atau pencarian informasi),

tingkat keterikatan pada media sosial, serta norma sosial digital yang berlaku di lingkungannya, juga memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perilaku perbandingan sosial. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Hasanati & Aviani, (2020) serta Ardiany & Ardi, (2022), menegaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan pola interaksi di dalamnya dapat memengaruhi frekuensi serta dampak perbandingan sosial.

Dari perspektif perkembangan, hasil ini dapat dijelaskan dengan teori emerging adulthood yang dikemukakan Arnett (Awny Fuad, 2023), bahwa usia 18–24 tahun merupakan periode transisi menuju kedewasaan yang ditandai dengan eksplorasi identitas, ketidakstabilan emosi, dan pencarian peran sosial. Dalam fase ini, media sosial menjadi arena yang penting untuk menguji dan memvalidasi identitas diri, sehingga kecenderungan melakukan perbandingan sosial ke atas dapat dipandang sebagai salah satu strategi adaptasi sosial.

Implikasi teoritis dari temuan ini adalah bahwa self-esteem tidak hanya berperan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh perbandingan sosial, seperti yang sering diasumsikan dalam literatur, tetapi juga dapat berfungsi sebagai variabel prediktor yang memengaruhi kecenderungan individu dalam melakukan upward social comparison. Hal ini memperkaya pemahaman mengenai hubungan timbal balik antara kedua variabel tersebut dan membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menguji hubungan kausalitas secara lebih mendalam.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan dasar bagi perancangan program edukasi literasi digital dan intervensi psikologis yang menekankan pada penguatan harga diri, terutama bagi remaja dan dewasa awal. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan keterampilan regulasi emosi, peningkatan self-concept clarity, serta pembentukan pola pikir pertumbuhan (growth mindset) sehingga individu mampu memaknai perbandingan sosial ke atas sebagai motivasi positif, bukan ancaman. Selain itu, institusi pendidikan dan lembaga kesehatan mental dapat mengintegrasikan literasi media sosial dalam kurikulum atau program pembinaan, untuk membantu generasi muda menggunakan media digital secara sehat, reflektif, dan adaptif.

Dengan demikian, meskipun hubungan antara self-esteem dan upward social comparison pada penelitian ini tergolong lemah, temuan tersebut tetap memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika psikososial emerging adulthood di era digital. Penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan multidimensi dalam mempelajari perilaku perbandingan sosial, dengan mempertimbangkan faktor personal, sosial, dan kultural yang saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman individu di media sosial.

## 5. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa self-esteem memiliki hubungan positif yang signifikan, meskipun lemah, dengan upward social comparison pada individu emerging adulthood pengguna media sosial di Kabupaten Bekasi. Temuan ini menunjukkan bahwa harga diri tidak hanya menjadi akibat dari perbandingan sosial, tetapi juga berperan sebagai faktor psikologis yang mendorong individu membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih unggul. Hal ini menegaskan pentingnya memahami peran aktif self-esteem dalam perilaku bermedia sosial, serta urgensi intervensi edukatif dan preventif untuk penguatan harga diri sebagai bekal adaptasi psikologis yang sehat di era digital. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan melibatkan variabel lain seperti regulasi emosi, konsep diri, dan tekanan sosial, serta menggunakan pendekatan kualitatif atau campuran. Selain itu, penting bagi institusi pendidikan, lembaga kesehatan

mental, dan pemerintah daerah untuk merancang program literasi digital dan penguatan harga diri berbasis usia perkembangan agar generasi muda mampu menggunakan media sosial secara reflektif, adaptif, dan sehat.

## Daftar Referensi

Ardiany, M. F., & Ardi, R. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Self-Esteem Emerging Adult yang dimediasi dengan Perbandingan Sosial. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, *2*(1), 153–162. https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.31965

Awny Fuad, S. (2023). *Pengaruh Social Comparison Terhadap Quarter-Life Crisis Pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram*. https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129

Baun, I. V. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan Social Comparison Dengan Self Esteem Dewasa Awal Di Kota Kupang Yang Mengakses Media Sosial. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, *8*(1), 377–394. https://doi.org/10.32663/psikodidaktika.v8i1.3545

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes Leon Festinger. *Human Relations*, *7*(1954), 117–140.

Gibbons, F. X., & Buunk, A. P. (1999). Individual differences in social, comparison: Development and validation of a measure of comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *76*(1), 129–142. https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129

Hasanati, U., & Aviani, Y. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, *1*(1), 859–869. https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.27032

Jannah, N. (2019). Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Body Dissatifaction pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG dengan Mediasi Harga Diri. In *Central Library UIN Malang* (Vol. 11, Issue 1). Universitas Islam Negeri Malang.

Liu, Q. Q., Zhou, Z. K., Yang, X. J., Niu, G. F., Tian, Y., & Fan, C. Y. (2017). Upward social comparison on social network sites and depressive symptoms: A moderated mediation model of self-esteem and optimism. *Personality and Individual Differences*, *113*, 223–228. https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.03.037

Lusiana, V. (2023). Hubungan Social Comparison Dengan Self-Esteem Pada Remaja Pengguna Tik Tok. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, *3*(4), 435–445. https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i4.2705

Meier, A., Gilbert, A., Börner, S., & Possler, D. (2021). Instagram inspiration: How upward comparison on social network sites can contribute to well-being. *Journal of Communication*, *70*(5), 721–743. https://doi.org/10.1093/JOC/JQAA025

Park, J., Kim, B., & Park, S. (2021). Understanding the behavioral consequences of upward social comparison on social networking sites: The mediating role of emotions. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(11). https://doi.org/10.3390/su13115781

Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF. In *Alfabeta* (Vol. 1). Alfabeta Bandung. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). *Social comparison, social media, and self-esteem.: DISCOVER*. *3*(4), 206–222. http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=4237ac28-97d8-412c-bbdc-2b79d6ed7523@sessionmgr4002&hid=4211