

**HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *LIFE SATISFACTION* PADA WANITA DEWASA AWAL
PENGGUNA TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)
Psikologi (S. Psi)



Oleh:

Serly Angraini
J01217042

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan *Social Comparison* Dengan *Life Satisfaction* Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna TikTok” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 5 Agustus 2021



Serly Angraini

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Hubungan *Social Comparison* Dengan *Life Satisfaction* Pada Wanita Dewasa
Awal Pengguna Tiktok

Oleh
Serly Anggraini
J01217042

Telah Disetujui Untuk Diajukan Pada Sidsang Ujian Skripsi

Surabaya, 5 Agustus 2021
Dosen Pembimbing



Lucky Abrorry, M. Psi, Psikolog
NIP. 197910012006041005

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI


**HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *LIFE SATISFACTION*
PADA WANITA DEWASA AWAL PENGGUNA TIKTOK**

Yang disusun oleh:
Serly Anggraini
J01217042


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 19 November 2021




Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan


Siti Nur Asiyah, M.Ag
197209271996032002

Susunan Tim Penguji
Penguji I,


Lucky Abrorry, M.Psi
NIP. 197910012006041005

Penguji II,


Dr. Jainudin, M.Si
NIP. 196205081991031002

Penguji III,


Rizma Fithri, S.Psi., M.Si
NIP. 197403121999032001

Penguji IV,


Dr. Nailatin Fauziyah, Psi
NIP. 197406122007102006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Serly Anggraini
NIM : J01217042
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : serlyangg@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hubungan *Social Comparison* dengan *Life Satisfaction* pada Wanita Dewasa Awal

Pengguna TikTok

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Agustus 2021

Penulis

(Serly Anggraini)

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok. Penelitian ini merupakan penelitian korelasi dengan menggunakan skala *social comparison* dan skala *life satisfaction*. Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling* yaitu mahasiswa aktif strata satu wilayah Surabaya yang menggunakan aplikasi TikTok dengan subjek penelitian sebanyak 344 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan $p = 0.000 < 0.05$ yang artinya terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna tiktok. Nilai koefisiensi korelasi dua variabel sebesar -0.281 yang berarti bahwa terdapat hubungan negatif yaitu semakin tinggi *social comparison* maka akan diikuti semakin rendah *life satisfaction*, begitupun sebaliknya.

Kata Kunci: *Social comparison, life satisfaction, wanita dewasa awal, TikTok*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between social comparison and life satisfaction in early adult women who use TikTok. This research is a correlation research using social comparison scale and life satisfaction scale. The data collection technique used purposive sampling, namely active undergraduate students in the Surabaya area who used the TikTok application with 344 respondents as research subjects. The results of this study indicate $p = 0.000 < 0.05$, which means that there is a relationship between social comparison and life satisfaction in early adult women who use tiktok. The correlation coefficient value of the two variables is -0.281, which means that there is a negative relationship, namely the higher the social comparison, the lower the life satisfaction, and vice versa.

Keywords: *Social comparison, life satisfaction, early adult, TikTok*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Keaslian Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Pembahasan	9

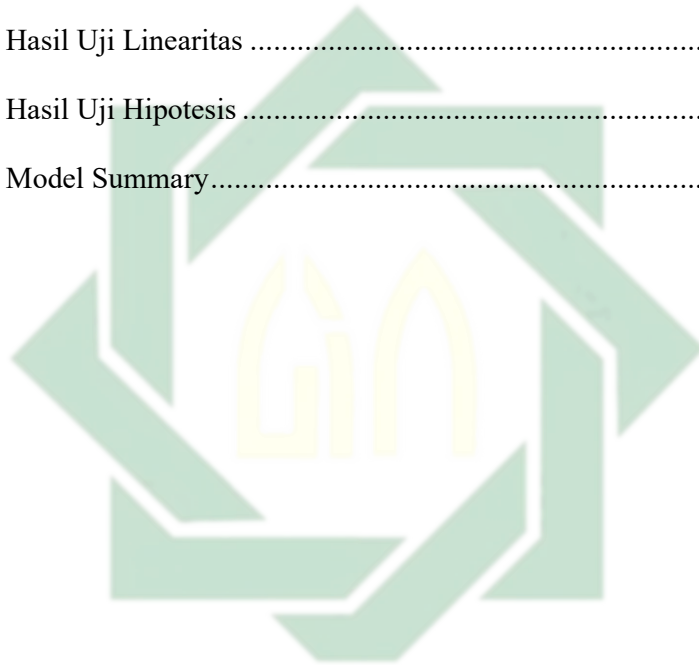
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
<i>A. Life Satisfaction</i>	
1. Pengertian	11
2. Aspek <i>Life Satisfaction</i>	12
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Life Satisfaction</i>	14
<i>B. Social Comparison</i>	
1. Pengertian	17
2. Dimensi <i>Social Comparison</i>	19
3. Jenis-Jenis <i>Social Comparison</i>	19
4. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Social Comparison</i>	20
<i>C. Aplikasi TikTok</i>	
1. Pengertian	21
2. Alasan Aplikasi TikTok populer di Indonesia	23
3. <i>Uses and Gratification</i> TikTok	25
<i>D. Wanita Dewasa Awal</i>	26
<i>E. Hubungan Antara <i>Social Comparison</i> Dengan <i>Life Satisfaction</i> Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna TikTok</i>	28
<i>F. Kerangka Teori</i>	29
<i>G. Hipotesis</i>	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Identifikasi Variabel	33
C. Definisi Operasional	34

D. Populasi, Teknik Sampling, dan Sampling.....	35
E. Instrumen Penelitian.....	35
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
G. Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	
1. Deskripsi Subjek	44
2. Deskripsi Statistik.....	49
3. Uji Prasyarat.....	60
4. Uji Hipotesis	61
B. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel <i>Life Satisfaction</i>	36
Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> Skala <i>Life Satisfaction</i>	36
Tabel 3.3 Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel <i>Social Comparison</i>	37
Tabel 3.4 <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Comparison</i>	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Life Satisfaction</i>	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>social comparison</i>	40
Tabel 3.7 Reliabilitas <i>Life Satisfaction</i>	41
Tabel 3.8 Reliabilitas <i>Social Comparison</i>	41
Tabel 4.1 Gambaran Subjek Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2 Gambaran Subjek Berdasarkan Instansi.....	45
Tabel 4.3 Gambaran Subjek Berdasarkan Semester.....	46
Tabel 4.4 Gambaran Subjek Berdasarkan Tempat Tinggal	46
Tabel 4.5 Gambaran Subjek Berdasarkan Tipe Pengguna Aplikasi.....	47
Tabel 4.6 Gambaran Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi.....	48
Tabel 4.7 Gambaran Berdasarkan Waktu Menggunakan Aplikasi	48
Tabel 4.8 Deskripsi Data Berdasarkan Variabel <i>Social Comparison</i> dan <i>Life Satisfaction</i>	49
Tabel 4.9 Kategori Skor <i>Social Comparison</i>	50
Tabel 4.10 Kategori Skor <i>Life Satisfaction</i>	52
Tabel 4.11 Deskripsi Data Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.12 Deskriptif Berdasarkan Instansi	53
Tabel 4.13 Deskripsi Berdasarkan Semester.....	55

Tabel 4.14 Deskriptif Berdasarkan Tempat Tinggal	56
Tabel 4.15 Deskripsi Berdasarkan Tipe Pengguna.....	57
Tabel 4.16 Deskripsi Berdasarkan Lama Pengguna	58
Tabel 4.17 Deskripsi Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas	60
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	62
Tabel 4.21 Model Summary.....	63



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar TikTok	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....	31



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran Tabel	
1. Uji Validitas	77
2. Uji Reliabilitas	78
3. Data Statistik	78
4. Uji Normalitas	82
5. Uji Linearitas	82
6. Uji Hipotesis	82
7. Model Summary	83
8. Data Responden Pada Variabel <i>Life Satisfaction</i>	84
9. Data Responden Pada Variabel <i>Life Satisfaction</i>	92
B. Lampiran Instrumen	
1. Instrumen <i>Life Satisfaction</i>	99
2. Instrumen <i>Social Comparison</i>	100
C. Lampiran Surat	
1. Surat <i>Informed Consent</i>	102
2. Kartu Bimbingan Skripsi	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Life satisfaction merupakan proses pemaknaan hidup yang setiap individu memiliki pemaknaan hidup yang berbeda (Megawati, 2009). Secara umum, *life satisfaction* mengacu pada sejauh mana individu merasa puas dengan pencapaiannya saat ini, yang merupakan ukuran tingkat kesadaran individu terhadap dirinya sendiri (Amat & Mahmud, 2009). Inilah yang disebut kesejahteraan subjektif atau kepuasan pribadi, sehingga indikator *life satisfaction* orang berbeda-beda. Orang yang satu dengan yang lain dapat memberikan nilai yang berbeda pada sumbernya; orang mungkin menganggap kekayaan, kesehatan, pekerjaan, waktu luang, kehidupan pribadi dan tujuan sebagai sumber *life satisfaction* (Argyle, 1987). Banyak aspek yang dapat mempengaruhi *life satisfaction* individu seperti usia, status ekonomi, pekerjaan, status pernikahan, kompetensi pribadi, pengalaman individu, konsep diri, dan religiusitas (Linsiya, 2015). *Life satisfaction* tergantung pada sejauh mana individu dapat mengevaluasi kehidupan mereka secara objektif dengan mengevaluasi area yang lebih positif (Megawati, 2009). Oleh sebab itu, *social comparison* juga menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dalam *life satisfaction* yaitu bagaimana orang tersebut percaya bahwa dia dibandingkan dengan orang lain di lapangan. Selama individu berpikir bahwa dia melakukan lebih baik dari orang lain, dia akan merasa puas (Freedman, 1978).

Dalam proses memperoleh informasi tentang diri, perbandingan dengan orang lain merupakan sumber penting (Wood, 1996). Sebab, tujuan dari perbandingan yaitu agar individu dapat mengevaluasi dengan benar (Festinger, 1954). Berdasarkan perbandingan tersebut mereka mungkin merasa baik atau buruk tentang situasi yang dialaminya saat ini yang akhirnya dapat mempengaruhi penilaian *life satisfaction* mereka (Civitci & Civitci, 2015). Ketika individu mengevaluasi kehidupan mereka secara positif sesuai dengan standar yang mereka tetapkan di masyarakat, dapat merasa puas dan merasakan emosi positif. Namun, ketika proses *social comparison* berakhir dengan cara yang negatif, mereka akan menghadapi ketidakpuasan, seperti kesedihan dan kecemasan (E Diener & Fujita, 1997).

Di era modern ini, penggunaan sosial media semakin populer sehingga citra diri individu saat ini telah berpindah ke dunia maya (media sosial). Banyaknya pengguna media sosial membuat banyak para peneliti ingin memahami dampak perilaku *social comparison* dan dampaknya terhadap kesehatan mental manusia, karena dengan memahami tingkat kesehatan mental, para ahli dan peneliti dapat menemukan cara terbaik untuk mengurangi perilaku *social comparison* (Yudanagara et al., 2018). Apalagi, pandemi covid 19 membawa dampak yang cukup besar dalam berbagai aspek kehidupan. Adanya pembatasan jarak sosial, menuntut masyarakat untuk berkomunikasi melalui media sosial karena kegiatan belajar dan bekerja dilakukan dirumah.

Media sosial merupakan alat komunikasi pengguna yang digunakan dalam proses sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Media sosial memberikan

kemudahan dalam mencari informasi dan berkomunikasi dengan banyak orang tanpa adanya hambatan jarak, waktu, dan biaya (Soliha, 2015). Selain itu, media sosial juga dapat digunakan untuk menyajikan keadaan nyata dan maya dari diri sendiri (Boyd & Ellison, 2007).

Saat ini, media sosial yang paling digandrungi oleh semua kalangan yaitu aplikasi TikTok. Hal ini dibuktikan dengan total unduhan aplikasi sebesar 8,5 persen pada Juli 2020 terdapat sekitar 30,7 juta pengguna aplikasi TikTok di Indonesia menduduki peringkat keempat negara terbesar pengguna TikTok (Rayana, 2020). Aplikasi TikTok didirikan oleh perusahaan China yang bernama *ByteDance* (Adawiyah, 2020). Aplikasi ini dapat digunakan dalam menampilkan diri dalam bentuk video dengan durasi 15-60 detik (Hasiholan et al., 2020). Berbagai konten menarik dapat dibuat oleh pengguna aplikasi ini seperti *lipsync*, bernyanyi, menari, bercerita, bahkan terdapat konten yang memberikan edukasi dan berbagai informasi lainnya dalam bentuk video. Banyak dari kalangan remaja maupun dewasa menyukai TikTok karena dapat menghilangkan kejenuhan dan merasa terhibur. Selain itu, dapat menumbuhkan kreativitas dalam membuat dan mengedit video untuk menarik khalayak publik dan menjadi viral (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Alasan mengapa aplikasi ini sangat menarik adalah karena penggunaan aplikasinya sangat sederhana sehingga hampir semua orang bisa menjadi penyedia konten (Mohsin, 2021).

Di masa pandemi ini, aplikasi TikTok telah banyak diunduh dengan 33 juta unduhan pada kuartal tahun 2019 mengalahkan *Youtube*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Facebook Messenger* serta pengguna TikTok dapat menghabiskan waktunya dengan rata-rata 52 menit perhari (Mohsin, 2021). Di China, Arab Saudi, Indonesia, Malaysia, dan UEA, pengguna berusia 25-34 tahun melebihi jumlah pengguna berusia 16-24 tahun (Iqbal, 2021). Partisipasi TikTok sendiri dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperluas jejaring sosial individu, mencari ketenaran, dan mengekspresikan diri secara kreatif (Montag et al., 2021). Tidak hanya itu, pengguna yang menghabiskan waktu untuk melihat akun orang lain mendapat kepuasan ketika orang lain membagikan aktivitasnya di TikTok seperti artis maupun teman dekat, sedangkan pengguna yang meninggalkan jejak suka atau berkomentar bertujuan mengalihkan perhatian mereka untuk melepas diri dari rasa bosan, masalah dan pelepasan emosi (Francisco & Ruhela, 2021). Ketika kelompok sebaya di sosial media memberikan perhatian khusus, *life satisfaction* akan meningkat. (Navarro et al., 2015). Tetapi, ketertarikan yang berlebihan pada media sosial dapat menimbulkan atau meningkatkan rasa iri yang berpengaruh pada *life satisfaction* (Krasnova et al., 2013).

Melihat orang kaya, sukses, dan bahagia secara eksplisit dan implisit di media sosial dapat mendorong perilaku *social comparison* dan menimbulkan perasaan rendah diri (Krasnova et al., 2013). Disamping itu, membandingkan dengan orang lain di media sosial cenderung menimbulkan kecemburuan sosial. Kecemburuan seperti ini pada akhirnya akan menyebabkan emosi

negatif individu, baik disadari maupun tidak disadari akan menyebabkan *inferioritas* (Putra, 2018). Oleh karena itu, perilaku *social comparison* yang cenderung memiliki pengaruh dan konsekuensi dapat membuat individu tidak puas dengan peningkatan harga diri, optimisme, merasa depresi, kecemasan sosial, neurotisme, dan efek negatif (Frederick X Gibbons & Buunk, 1999).

Seringkali wanita membandingkan dirinya dengan orang lain. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Macquarie University, UNSW Australia, dan University of Sydney menemukan bahwa wanita muda menggunakan media sosial sebagai ajang *social comparison* (Sukmasari, 2016). Wanita dewasa awal diberatkan dengan tanggungjawab yang besar dan diharapkan sudah siap berperan menjadi orang dewasa serta dapat menjalankan tugas perkembangannya dengan baik. Menurut Hurlock, usia dewasa awal diantara 18-40 tahun saat terjadi perubahan fisik dan mental disertai dengan penurunan kapasitas reproduksi. Adapun tugas perkembangannya yaitu mulai bekerja, memiliki tanggung jawab sebagai bagian dari masyarakat, dan menemukan kelompok sosial yang sesuai (Hurlock, 2009). Individu yang tidak bisa memenuhi tugas perkembangannya cenderung merasa tidak puas dengan kehidupannya. Adanya motivasi untuk mengevaluasi dirinya sendiri, individu mulai membandingkan kondisi kehidupannya dengan orang lain baik dengan orang yang levelnya lebih tinggi darinya maupun lebih rendah dari dirinya sendiri.

Berdasarkan fakta yang penulis temui dilapangan, interaksi sosial pada aplikasi TikTok dibanjiri dengan informasi tentang pencapaian, tindakan, dan

gaya hidup orang lain. Oleh karena itu, peluang *social comparison* pada aplikasi TikTok sangat dimungkinkan. Secara lebih umum, kesuksesan seorang teman mungkin menjadi sumber kecemburuan dan keraguan diri atau inspirasi dan motivasi, sedangkan kemalangan seorang teman dapat membuat individu merasa terhindar dari nasib seperti itu atau takut akan nasib yang serupa (Lyubomirsky & Ross, 1997). Dapat dilihat pada gambar dibawah;



**Gambar 1.1 Komentar di TikTok
(Sumber: Aplikasi Tiktok)**

Pada isi konten seorang kreator TikTok yang memperlihatkan kedekatannya dengan keluarganya mendapat 684.400 like dan 2914 komentar yang mayoritas isi komentarnya adalah membandingkan kondisinya dengan kondisi kreator, disamping itu tidak jarang juga yang memberikan apreasi melalui komentar dan tidak ada tindakan *bully* dalam komentar tersebut. Seorang kreator lain yang membuat konten beirisikan kedekatannya dengan pasangannya mendapatkan 91.100 like dan 407 komentar, banyak komentar yang berisikan membandingkan keadaannya dengan keadaan kreator, tidak

banyak pula yang berkomentar menandai akun pasangannya agar melihat postingan tersebut, tidak ada komentar apresiasi tetapi sebanyak tiga komentar yang mengatakan konten tersebut *lebay*. Hal ini, dibuktikan dengan beberapa jejak komentar di kolom komentar pengguna TikTok lain, seperti komentar “Beruntung ya punya ayah seperti itu, ga kayak aku yang malah patah hati pertama aku tu disebabkan oleh seorang ayah”, “Bbrp bulan lalu aku ngalamin diposisi ini sama orang jawa barat dia rantau ke jkt dan skrg dia udah nikah dan bahagia sama orang sekampung halamannya hehe”, “gmn dengan hubungan toxic gua yang setiap gua punya salah dikit udah dikata-katain yang nggak sewajarnya dan kadang juga main fisik”.

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Hubungan *Social Comparison* Dengan *Life Satisfaction* Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna TikTok.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti yaitu;

Apakah terdapat hubungan antara *social comparison* dan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok?

C. Keaslian Penelitian

Adapun beberapa penelitian yang relevan membahas tentang *life satisfaction* dan *social comparison*;

Dari penelitian Adnan & Mavi (2015) yang membahas tentang jumlah teman *facebook* dan waktu yang dihabiskan di *facebook* dengan *life satisfaction*

mahasiswa di Malaysia menemukan bahwa tidak ada hubungan langsung antara jumlah *facebook* dan waktu yang dihabiskan di *facebook* dengan *life satisfaction*. Kuesioner diisi oleh 798 responden antara kelompok usia 18 sampai 25 tahun. Namun, tingkat tanggapan adalah 28,3 persen, yang menunjukkan tingkat tanggapan yang rendah.

Frison & Eggermont (2016) dalam temuannya mengatakan bahwa *negative comparison* di *facebook* dan *life satisfaction* remaja terdapat hubungan timbal balik dari waktu ke waktu. perbandingan negatif di *facebook* dapat memperkirakan penurunan *life satisfaction* dari waktu ke waktu. Sebaliknya, *life satisfaction* yang rendah memprediksi peningkatan perbandingan negatif pada *facebook*. Sampel dari penelitian ini adalah anak usia 12-19 tahun dari 15 sekolah menengah Flemish yang dipilih secara acak, menggunakan alat ukur *cross-lagged model*.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2019) menyatakan bahwa *social comparison* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *life satisfaction* remaja akhir pengguna Instagram. Dapat dilihat dari persamaan regresi bahwa perbandingan sosial pada remaja tahap akhir ternyata menunjukkan kepuasan hidup yang tinggi. Populasi dari penelitian ini merupakan remaja akhir baik laki-laki maupun perempuan yang berusia 18-21 tahun pengguna *instagram*.

Dari beberapa penelitian yang relevan diatas, yang membedakan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian, dan jenis sosial media yang akan diteliti.

D. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui adakah hubungan *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang psikologi sosial. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca. Serta sebagai referensi bagi akademis yang ingin meneliti topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi wanita dewasa pengguna TikTok agar lebih bijak dalam menggunakan aplikasi TikTok serta menyadari bahwa perbandingan melalui media sosial bukanlah satu-satunya penentu kebahagiaan setiap orang.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk menyajikan hasil peneliyian yang baik dan mudah dipahami, maka penulis akan mendeskripsikan sistematika pembahasan sebagai berikut;

Bab pertama merupakan pendahuluan yang memuat isi dari latar belakang, rumusan masalah, keaslian penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kajian pustaka yang memuat uraian singkat variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan buku-buku atau teori-teori besar (*grand*

theory) dan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai penjelasan. Selain itu, pada bab ini meliputi hubungan antar variabel, kerangka teoritik, dan hipotesis.

Bab ketiga menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yang berisi dari rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, populasi, teknik sampling, sampel, instrument penelitian, dan analisis data.

Bab keempat merupakan penjabaran dari hasil penelitian yang meliputi pemaparan data dan hasil temuan serta pembahasan.

Pada bab kelima menjelaskan tentang kesimpulan dan saran untuk responden yang diteliti dan untuk peneliti selanjutnya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Life Satisfaction*

1. Pengertian

Life satisfaction merupakan komponen dari *subjective well-being* dimana perasaan menyenangkan dan tidak menyenangkan bagian dari afeksi, sedangkan *life satisfaction* bagian dari kognitif yang mewakili evaluasi orang tentang kehidupan dan keadaan mereka (Ed Diener & Suh, 1997). *Life satisfaction* adalah penilaian umum individu terhadap kehidupannya (Ed Diener, 2000). Pada proses penilaian, individu menilai kualitas hidup menurut standar unik mereka sendiri (Shin & Johnson, 1978). Kondisi kehidupan yang dirasakan individu dapat dibandingkan dengan standar yang diberlakukan sendiri atau serangkaian standar yang lain, dan sejauh kondisi tersebut memenuhi standar tersebut, orang tersebut melaporkan memiliki kepuasan hidup yang tinggi. Oleh karena itu, *life satisfaction* adalah penilaian kognitif sadar atas kehidupan individu, dan standar evaluasinya tergantung pada orang tersebut (Pavot & Diener, 1993).

Pada psikologi positif, *life satisfaction* dimasukkan kedalam pengalaman subjektif individu yang positif dimana *life satisfaction* adalah emosi masa lalu yang positif dan ukuran dari kebahagiaan (Seligman, 2013).

Sejalan dengan itu, *life satisfaction* merupakan kesejahteraan subjektif karena bersifat personal berdasarkan evaluasi pribadi (Argyle, 2001). Secara umum, kepuasan hidup mengacu pada sejauh mana individu merasa puas dengan prestasinya selama ini (Amat & Mahmud, 2009). Selain itu, *life satisfaction* melibatkan berbagai struktur yang mengharuskan individu mengevaluasi berbagai aspek kehidupannya, seperti kesehatan, keuangan, pekerjaan, dan hubungan interpersonal (Michalos, 1991). Lebih lanjut, kepuasan hidup dapat didefinisikan sebagai cara pandang individu terhadap berbagai aspek kehidupan dalam keluarga, lingkungan, dan masyarakat, serta gabungan ukuran kesejahteraan fisik, mental, dan sosial yang dialami oleh setiap orang atau kelompok, yang meliputi kebahagiaan, kepuasan, kesehatan, keluarga, pekerjaan, dan situasi keuangan, rasa memiliki, dan kemampuan untuk menaruh kepercayaan pada orang lain (Sari, 2019)

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *life satisfaction* adalah proses evaluasi yang bersifat subjektif meliputi berbagai aspek kehidupan individu menurut standar unik mereka sendiri.

2. Aspek *Life Satisfaction*

Menurut penelitian Diener dan Bieswar terdapat lima komponen pada *life satisfaction* sebagai berikut (Ed Diener et al., 1999);

a. Keinginan untuk mengubah hidup

Disaat individu merasa pengalamannya tidak baik, dia akan memiliki keinginan pribadi untuk mengubahnya menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Untuk memperoleh kepuasan hidup yang

diinginkan, aspek yang membuat individu ingin berubah meliputi kesehatan, ekonomi, dan kemampuan serta aspek lain yang menambah kepuasan hidup.

b. Kepuasan dengan kehidupan saat ini

Pada aspek ini merupakan suatu kejadian yang sedang terjadi pada diri individu di masa kini. Orang dengan kepuasan hidup yang tinggi akan merasakan bahwa kehidupan mereka saat ini adalah kehidupan yang indah dan memuaskan.

c. Kepuasan dengan masa lalu

Dalam hal ini, individu tidak menyesali kehidupan masa lalu dan tidak merasa gagal dalam menyelesaikan semua masalahnya. Merasa bahwa masa lalu ringan untuk dilupakan akan tetapi menjadikan pengalaman masa lalu sebagai penilaian diri di masa saat ini.

d. Kepuasan dengan masa depan

Individu yang memiliki kepuasan hidup yang baik di masa lalu dan masa kini akan memiliki optimisme kepuasan hidup di masa yang akan datang. Sehingga memiliki keinginan dan tujuan yang jelas.

e. Pandangan orang lain tentang kehidupan individu

Aspek ini adalah salah satu aspek terpenting yang memengaruhi *life satisfaction* karena individu sering mendengarkan pendapat orang lain mengingat individu perlu mempertimbangkan pendapat orang lain.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Life Satisfaction*

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi *life satisfaction* yang dikemukakan oleh Martikainen dalam penelitiannya sebagai berikut (Martikainen, 2009);

a. Usia

Ditemukan bahwa orang dengan usia dibawah 24 tahun dan diatas 44 tahun lebih puas dibandingkan dengan dewasa muda. Individu yang lebih muda lebih bahagia daripada seorang dengan usia lanjut (Ed Diener, 2009)

b. Status ekonomi

Tingkat pendapatan yang tinggi maupun rendah juga dapat memengaruhi tingkat *life satisfaction* individu. Individu yang memiliki pendapatan rendah dapat menyebabkan individu tidak bahagia karena pendapatan dan kebahagiaan mempunyai hubungan yang lemah (Ed Diener & Seligman, 2002)

c. Pekerjaan

Dilaporkan bahwa individu yang sedang bekerja lebih puas kehidupannya dibandingkan dengan individu yang tidak bekerja/pengangguran. Akan tetapi, ibu rumah tangga, orang yang bekerja secara sukarela dan lansia tidak kalah puasnya dibanding dengan orang yang bekerja.

d. Status Perkawinan

Status perkawinan dan dukungan sosial yang baik dengan keluarga juga memengaruhi *life satisfaction*. Individu yang sudah menikah mempunyai *subjective well-being* yang baik daripada individu yang belum menikah (Ed Diener, 2009).

e. Kepribadian

Life satisfaction juga tergantung pada kepribadian atau sifat yang menjadi fokus utama berkaitan dengan kemampuan individu

f. Pengalaman

Berbagai macam peristiwa kehidupan yang penting juga dapat menjelaskan perbedaan tingkat kepuasan hidup.

Sedangkan menurut veenhoven, terdapat empat faktor penentu kepuasan hidup sebagai berikut (Saris et al., 1996);

1) *Life chances*

Dalam kategori ini, kepuasan hidup dapat diperoleh dari sumber daya sosial seperti kesejahteraan ekonomi, kesetaraan sosial, kebebasan politik, budaya, dan tatanan moral; sumber daya pribadi seperti posisi sosial, harta benda, pengaruh politik, *prestise* sosial, dan ikatan keluarga; serta kemampuan individu seperti kebugaran jasmani, ketabahan psikis, kemampuan sosial, dan keterampilan intelektual.

2) *Course of events*

Course of event bergantung pada *life chances* dimana terdapat hal-hal yang mungkin kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari yang

membuat kita condong ke satu arah atau yang lain dan menuju pada kepuasan yang lebih besar atau ketidakpuasan yang lebih besar. Dalam kategori ini melibatkan faktor-faktor seperti kebutuhan atau kemakmuran, serangan atau perlindungan, kesendirian atau kebersamaan, penghinaan atau kehormatan, rutinitas atau tantangan, dan keburukan atau keindahan.

3) *Flow of experiences*

Kategori ini mencakup pengalaman seperti keinginan atau kepuasan, kecemasan atau keamanan, kesepian atau cinta, penolakan atau rasa hormat, ketidaktahuan atau kegembiraan, dan rasa jijik atau kegembiraan. Ini adalah suatu perasaan dan reaksi kita terhadap apa yang terjadi pada kita; mereka bergantung pada sumber daya pribadi dan sosial kita, kemampuan pribadi kita, dan jalannya peristiwa.

4) *Evaluation of life*

Yaitu penilaian efek rata-rata dari semua interaksi kehidupan. Pada kategori ini, melibatkan membandingkan hidup kita sendiri dengan persepsi kita tentang bagaimana "hidup yang baik", dan bagaimana keseimbangan antara kebaikan dan keburukan dalam hidup kita. Terdapat lima standar utama dalam perbandingan yakni apa yang 'diinginkan', apa yang 'dimiliki' sebelumnya dalam hidup, apa yang 'diharapkan' dimiliki, apa yang menurutnya dimiliki 'orang lain', dan apa yang menurutnya 'pantas'. Dalam penelitian Emmons & Diener (1985)

menunjukkan bahwa *social comparison* sebagai faktor predictor yang kuat dari sebagian besar domain *life satisfaction*

B. *Social Comparison*

1. Pengertian

Social comparison yaitu proses membandingkan kemampuan, pendapat, atau karakteristik individu dengan orang lain (A. P. Buunk & Vugt, 2013).. Teori *social comparison* pertama kali dikenalkan oleh Leon Festinger pada tahun 1954. Menurutnya, *social comparison* mengacu pada proses dimana individu mengevaluasi kemampuan, pendapat, sikap, perasaan, karakteristik fisik, prestasi atau aspek lain yang terkait dengan individu dan/atau kelompok lain (Festinger, 1954). Sejalan dengan hal tersebut, Individu sering membandingkan status sosial, status ekonomi, kecantikan, kepribadian, dan karakteristik lainnya dengan rekan-rekan mereka atau kelompok lain (B. K. Putri, 2018).

Individu memiliki motivasi untuk mengevaluasi dirinya sendiri agar individu dapat mengevaluasi dirinya sendiri dengan benar. Membandingkan diri sendiri dengan orang lain menciptakan dorongan untuk menilai diri sendiri (A. P. Buunk & Gibbons, 2006). Individu sering membandingkan diri mereka sendiri dengan mereka yang serupa dengan diri mereka sendiri untuk membuat penilaian yang lebih akurat tentang ide dan bakat potensial mereka (Fakhri, 2010).

Disamping itu, *social comparison* adalah fungsi dari kepribadian, apakah individu membuat perbandingan sosial atau tidak, atau apakah

mereka membuat perbandingan sosial positif atau negatif untuk menunjukkan perbedaan individu (E Diener & Fujita, 1997). Gibbons dan Buunk juga mendukung pandangan bahwa perbandingan sosial merupakan kecenderungan kepribadian dan memperhatikan perbedaan individu dalam proses perbandingan sosial (Frederick X Gibbons & Buunk, 1999). Festinger mengatakan bahwa individu cenderung membandingkan dirinya dengan individu yang memiliki tingkat kemampuan yang sama, daripada individu dengan kemampuan dengan standar yang jauh (Gunawan, 2015). Persepsi diri dan evaluasi diri tidak hanya bergantung pada sifat absolut pencapaian dan kinerja individu, tetapi juga pada bagaimana individu mengukur rekan-rekan yang relevan (Festinger, 1954). Peluang perbandingan sosial semacam itu ada di mana-mana, karena interaksi sosial sehari-hari dan media dibanjiri oleh informasi tentang pencapaian, perilaku, dan gaya hidup orang lain (Lyubomirsky & Ross, 1997).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* adalah perilaku evaluasi pada diri sendiri pada berbagai aspek kehidupan dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain.

2. Dimensi *Social Comparison*

Terdapat dua dimensi dalam melaksanakan *social comparison* yaitu pendapat (*opinion*) dan kemampuan (*ability*) (Festinger, 1954);

a. Pendapat (*opinion*)

Sudut pandang atau pendapat dalam hal ini adalah perbandingan dan pemikiran diri orang lain, mereka memiliki pandangan sendiri atas pikiran dan perasaan mereka sendiri.

b. Kemampuan (*ability*)

Adalah perbandingan yang dilakukan dengan melihat hasil yang dicapai individu dalam hal kemampuan, skill, atau popularitas.

Setiap orang memiliki keinginan untuk menilai pikiran dan kemampuan mereka sendiri dengan membandingkannya dengan orang lain (Sarwono, 1987). Dengan begitu individu bisa menilai diri mereka dengan akurat sesuai dengan pendapat dan kemampuannya (Festinger, 1954).

3. Jenis-Jenis *Social Comparison*

Menurut Festinger terdapat dua jenis *social comparison* yang biasa dilakukan oleh individu, antara lain (Festinger, 1954);

a. *Upward Social Comparison*

Upward social comparison mengacu pada proses penilaian diri oleh individu terhadap individu yang dianggap superior dalam dimensi tertentu. Jenis perbandingan ini biasanya dilakukan untuk meningkatkan diri, karena mengidentifikasi mereka yang melampaui kita dapat

memberikan informasi berharga yang dapat membantu meningkatkan kinerja kita (Guyer & Vaughan-Johnston, 2018).

b. *Downward Social Comparison*

Downward social comparison mengacu pada proses penilaian diri individu terhadap individu yang dianggap inferior dalam dimensi tertentu. Pada perbandingan ini, seringkali individu merasa posisinya lebih baik daripada orang lain sebagai pembandingnya. *Downward social comparison* lebih banyak dilakukan daripada *upward social comparison* yang dapat memberi dampak negatif terhadap harga diri, kesejahteraan subjektif dan suasana hati (Guyer & Vaughan-Johnston, 2018).

B. P Buunk et al., (1990) dalam temuannya menemukan bahwa dua orientasi perbandingan tidak memiliki hubungan intrinsik yang signifikan dengan keterikatan. Bergantung pada bagian perbandingan mana yang dibandingkan, masing-masing jenis perbandingan sosial ini dapat menciptakan respons afektif yang baik dan negatif.

4. Faktor Yang Mempengaruhi *Social Comparison*

Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi *social comparison* yaitu *self-evaluation*, *self-improvement*, *self enhancement* (Wood, 1989).

a. *Self-Evaluation*

Menurut teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger, individu memiliki motivasi untuk mengevaluasi dirinya sendiri. Menurutnya tujuan utama dari *social comparison* adalah agar individu dapat mengevaluasi dirinya dengan benar (Festinger, 1954).

Festinger mengungkapkan bahwa individu sangat ingin mengevaluasi pendapat atau kemampuannya sendiri melalui orang lain (Baron & Byrne, 2005).

b. Self-Improvement (Perbaikan diri)

Perbaikan diri adalah teknik untuk belajar bagaimana meningkatkan kualitas pribadi seseorang atau memecahkan kesulitan/masalah (B. K. Putri, 2018). Oleh karena itu, orang membandingkan diri mereka dengan orang lain untuk belajar lebih banyak tentang kemampuan mereka dan meningkatkan diri. (Frederick X Gibbons & Buunk, 1999).

c. Self-Enhancement (Peningkatan diri)

Individu berusaha untuk meningkatkan dirinya sendiri. Peningkatan diri ini ditujukan untuk meningkatkan harga diri individu. Perbandingan sosial dapat menimbulkan kekhawatiran tentang peningkatan diri. Tidak semua orang akan percaya diri menerima semua informasi komparatif. Pada gilirannya, individu dapat membuat perbandingan untuk meningkatkan harga dirinya (Wood, 1989).

C. Aplikasi TikTok

1. Pengertian

TikTok adalah aplikasi atau sebuah platform sosial yang menyajikan video pendek dengan musik dan berbagai fitur didalamnya dengan durasi 30 detik atau lebih (Pratama & Muchlis, 2020). TikTok berasal dari perusahaan China (ByteDance) dikenal dengan nama *Douyin* (Adawiyah,

2020). Aplikasi ini berbasis audiovisual yang berisi film pendek tentang hiburan buatan sendiri ataupun orang lain, serta mempunyai fitur menarik seperti musik terbaru, filter wajah unik, dll (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Selain itu, TikTok merupakan salah satu jenis media sosial yang memungkinkan pengguna membuat konten yang beragam, seperti konten komedi, edukasi, tantangan, dan tari, dengan memanfaatkan fitur berupa editing dan produksi video (Mackenzie & Nichols, 2020)

Aplikasi ini, banyak digemari oleh berbagai kalangan usia karena menghibur dan dapat membantu meningkatkan kreativitas dalam membuat dan mengedit konten video yang menarik khalayak publik (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Pengguna bisa dengan bebas mengekspresikan dirinya melalui video pendek yang dibuat dan beragam fitur yang ada di dalamnya disertai *background* musik yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna (Batoebara, 2020). Adapun beberapa fitur didalamnya seperti, yang pertama adalah rekam suara, yang memungkinkan merekam suara melalui perangkat dan kemudian mengintegrasikannya ke akun TikTok pribadi. Kedua, rekam video yang berfungsi untuk merekam video melalui perangkat kemudian mengintegrasikannya ke dalam akun TikTok pribadi. Ketiga, terdapat suara latar (*background sound*) untuk menambah suara latar, yang dapat diunduh dari media penyimpanan aplikasi TikTok. Keempat, *editing* sangat berguna untuk mengoreksi dan mengedit draft video yang sudah dibuat. Kelima, *share*, digunakan untuk membagikan video yang telah dibuat. Keenam, Duet yaitu berkolaborasi

dengan pengguna aplikasi TikTok lainnya (Aji, 2018). Disamping itu, Pengguna perangkat lunak ini dapat memilih *music interface* mereka sendiri dan menambahkan efek khusus seperti keindahan dan gerakan lambat, lalu buat video musik pendek yang disukai (Yang et al., 2019).

Terdapat dua tipe pengguna dalam bermedia sosial yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Pengguna aktif mengacu pada pengguna yang berpartisipasi aktif dalam interaksi online melalui berbagai fungsi media sosial, termasuk mengklik tautan atau simbol tertentu, menerima dan memberikan komentar, memposting status, foto atau tautan, menggunakan fungsi obrolan, dll. Pengguna pasif adalah pengguna yang hanya menelusuri konten media sosial tanpa berinteraksi (Askalani, 2012).

2. Alasan Aplikasi TikTok populer di Indonesia

TikTok dapat tumbuh dengan sangat cepat sehingga terkait erat dengan tingkat produksinya yang canggih, konten penuh gaya, dan ide iklan yang menarik. Terdapat beberapa alasan aplikasi TikTok bisa populer di era ini (Yang et al., 2019);

a. Tingkat Produksi Yang Canggih

Tik Tok didirikan untuk menyediakan platform sosial video pendek bagi kaum muda. Pertumbuhannya didasarkan pada teori komunikasi massa. Adanya video untuk membantu publik mengekspresikan diri dan merekam kehidupan yang baik (Mancini & Hallin, 2012). Pengguna ponsel bisa bergerak dengan bebas dengan cara mengklik dua kali konten yang ingin dijadikan favorit di layar. Fungsi

pesan di sisi kanan layar juga memungkinkan penonton untuk berpartisipasi dalam interaksi dan komentar secara *real time*. Pembuat dan penonto dapat membagikan video ke *WeChat*, *QQ Friends*, atau *Weibo* di lingkaran teman. Pengoperasiannya sederhana dan nyaman, serta dapat memenuhi berbagai kebutuhan pengguna dalam waktu singkat.

b. *Fashion Disseminate Content*

Sebagian besar pengguna tiktok adalah kaum muda yang penuh dengan wawasan trend di masa kini. TikTok menyuguhkan berbagai trend yang sesuai dengan masa kini, mulai dari kebugaran, interpretasi emosional, pemandangan indah dan konten lainnya sangat digemari penontonnya serta menampilkan laki-laki tampan, perempuan cantik, pakaian mereka, musik latar dan gerakan tubuh semuanya mewakili *trend fashion* saat ini.

c. Efek Selebriti

Di era ini, popularitas jangka pendek produk baru sangat bergantung pada rekomendasi selebriti dan kekuatan penggemar. Dengan banyaknya selebriti yang menggunakan aplikasi tiktok, menimbulkan masyarakat untuk mengikutinya (Hasiholan et al., 2020).

d. Ide Periklanan Yang Menarik

TikTok menawarkan merek iklan yang unik karena menurunkan biaya ekspresi sekaligus meningkatkan kesenangan konten,

memungkinkan video menyebar dengan cepat. (George & Bennett, 2005).

3. *Uses and Gratification* TikTok

Metode *uses and gratification* mengeksplorasi motivasi penerima untuk menggunakan media dan cara serta dasar kepuasan yang diperoleh dari media tersebut (Tanta et al., 2014). Media berusaha memanfaatkan media massa untuk mencapai motivasi pribadi, jika motivasi pribadi terpenuhi maka cukup untuk memenuhi kepuasan kebutuhan pribadi (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Menurut para ahli, *uses and gratification* dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori yang berkaitan dengan lima kelompok kebutuhan manusia (Katz et al., 1973);

- a. Kebutuhan kognitif yaitu memperoleh informasi, pengetahuan, memahami lingkungan kita yang begitu penting, keingintahuan, dan eksplorasi
- b. Kebutuhan afektif yakni pengalaman estetika dan emosional, kesenangan
- c. Identitas pribadi yaitu kepercayaan diri, stabilitas pribadi, integritas, status sosial, kebutuhan akan harga diri;
- d. Integrasi dan interaksi sosial adalah hubungan keluarga dan persahabatan, hubungan dengan dunia luar, kebutuhan untuk berafiliasi
- e. Pelarian yaitu kebutuhan untuk melarikan diri, pelepasan ketegangan, mengalihkan perhatian dari tidak menyenangkan ke menyenangkan.

Dalam penelitian Francisco & Ruhela (2021) mengungkapkan motivasi dan kepuasan pengguna TikTok yaitu

- 1) Pengguna yang menggunakan TikTok untuk menelusuri video dan membaca posting dan kemudian menyimpannya untuk digunakan sendiri,
- 2) Pengguna yang menghabiskan waktu di TikTok untuk 'mengawasi' akun individu. Pengguna ini menemukan kepuasan ketika mereka diperbarui ke aktivitas sehari-hari orang lain seperti tokoh terkenal dan teman dekat.
- 3) Pengguna yang menggunakan TikTok mereka dengan menekan tombol 'suka' dan meninggalkan komentar. Mereka berpartisipasi dalam platform ini dengan tujuan untuk mengalihkan perhatian mereka untuk melepaskan diri dari kebosanan, masalah, dan pelepasan emosi
- 4) Pengguna TikTok berpartisipasi dalam menyukai, membalas, dan berkomentar untuk mendapatkan kebutuhan sosial dari kepemilikan dalam menemukan kelompok yang memiliki kepentingan bersama.

D. Wanita Dewasa Awal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia wanita ialah perempuan dewasa. Masa dewasa awal adalah orang yang berusia antara 20 dan 35 tahun (Santrock, 2012). Menurut Hurlock masa dewasa awal dimulai sekitar usia 18 hingga 40 tahun, ketika terjadi perubahan fisik dan mental disertai dengan penurunan kapasitas reproduksi (Hurlock, 2009). Pada masa ini, kehidupan pribadi mengalami perubahan penting yaitu masa peralihan dari remaja menuju

dewasa. Individu harus belajar beradaptasi dengan model dan rutinitas kehidupan baru. (Hurlock, 1997).

Masa dewasa awal merupakan masa eksplorasi dan penemuan, serta tantangan dan tekanan emosional, isolasi sosial, komitmen dan ketergantungan, pergeseran nilai, kreativitas, dan penyesuaian diri dengan keberadaan baru (A. F. Putri, 2018). Dalam tahap ini, individu dihadapkan dengan tanggungjawab yang berat dan mulai menjalani hubungan intim. Individu sudah tidak lagi bergantung kepada orang tuanya secara finansial, sosiologis, maupun fisiologis (Dariyo, 2003).

Dalam hal ini, Wanita di atas usia 20 tahun diharapkan menjadi dewasa secara fisik, sosial dan psikologi. Periode ini merupakan masa ketika individu mulai mengembangkan kehidupan pribadi dan mandiri secara finansial, mengembangkan karir, memilih pasangan hidup, mulai belajar membangun hubungan dengan orang lain, memulai kehidupan keluarga dan membesarkan anak (Dharmawijati, 2016). Dalam menjalin hubungan, wanita menunjukkan lebih banyak tanda emosional daripada pria. Terlihat dari hati wanita penuh dengan ketegangan yang bereaksi lebih cepat, putus asa, bingung, takut, cemas dan curiga (Meizara & Basti, 2008).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wanita dewasa awal yaitu perempuan dewasa yang berusia antara 18-40 tahun yang bersiap untuk berperan, bertanggung jawab dan menerima status sosial, berpartisipasi dalam hubungan sosial dan menjalin hubungan dengan lawan jenis.

E. Hubungan Antara *Social Comparison* Dengan *Life Satisfaction* Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna TikTok

Life satisfaction merupakan penilaian umum individu terhadap kehidupannya (Ed Diener, 2000). Individu memiliki motivasi untuk mengevaluasi dirinya sendiri. Adanya kebutuhan untuk menilai diri sendiri ini didapatkan dengan cara membandingkan diri dengan orang lain (A. P. Buunk & Gibbons, 2006). Karena individu mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kondisinya dengan kondisi orang lain, maka perilaku *social comparison* dapat memengaruhi tinggi atau rendahnya *life satisfaction* (Civitci & Civitci, 2015).

Pada masa dewasa awal, individu diharapkan dapat menjalankan tugas perkembangannya dengan baik yaitu mulai mengembangkan kehidupan pribadi, mandiri secara finansial, mengembangkan karir, dan dapat menjalin hubungan baik dengan sesamanya. Individu yang memiliki tingkat *life satisfaction* yang tinggi cenderung dapat menyesuaikan diri dan puas dengan keadaan mereka (Kang & Princy, 2013). Namun, Berkurangnya kegiatan sosial diluar rumah membuat individu memanfaatkan media sosial. Saat ini, aplikasi yang sedang ramai digunakan oleh semua kalangan adalah aplikasi TikTok. Terdapat sekitar 30,7 juta pengguna aplikasi TikTok di Indonesia dan menduduki peringkat keempat negara terbesar pengguna TikTok (Rayana, 2020). Berbagai macam informasi dapat dilihat pada TikTok, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa individu melakukan *social comparison* untuk mengevaluasi kehidupannya dan membuat penilaian tentang *life satisfaction*

pada dirinya. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Elline Frison menyatakan bahwa terdapat penurunan *life satisfaction* pengguna *facebook* akibat dari *downward sosial comparison* dari waktu ke waktu (Frison & Eggermont, 2016). Selanjutnya, Francisco Olivos dalam penelitiannya menemukan bahwa *life satisfaction* dipengaruhi oleh *social comparison* dengan mempertimbangkan jaringan sosial sebagai kelompok referensi, dan kebahagiaan sebagai sumber perbandingan, terdapat efek positif dari perbandingan ke bawah dan efek negatif dari perbandingan ke atas didukung (Olivos et al., 2020).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction*. Semakin tinggi perilaku *social comparison* yang dilakukan oleh wanita dewasa awal pengguna TikTok maka *life satisfaction* menurun. Sebaliknya, apabila semakin rendah *social comparison* yang dilakukan oleh wanita dewasa awal pengguna TikTok maka *life satisfaction* meningkat.

F. Kerangka Teori

Masa dewasa awal adalah masa peralihan dari remaja menuju dewasa. Dalam hal ini, individu mulai dituntut untuk beradaptasi dengan pola hidup yang baru (Hurlock, 2009). Wanita dewasa diharapkan dapat menjadi dewasa secara fisik, sosial dan psikologis serta dapat menyelesaikan tugas perkembangannya. Masa dewasa ini, individu mulai mengembangkan kehidupan pribadi dan mandiri secara finansial, mengembangkan karir, memilih pasangan hidup, mulai belajar membangun hubungan dengan orang lain,

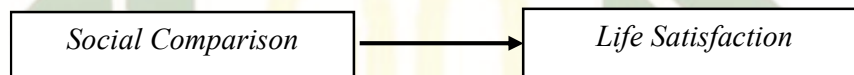
memulai kehidupan keluarga dan membesarkan anak (Dharmawijati, 2016). Individu yang berhasil dalam menjalankan tugas perkembangannya akan menimbulkan kebahagiaan dan membawa kepada keberhasilan dalam menjalankan tugas perkembangan di fase berikutnya, sebaliknya apabila individu gagal dalam menjalankan tugasnya akan membawa kepada ketidakbahagiaan dan menghambat tugas perkembangan di fase selanjutnya (A. F. Putri, 2018). Besarnya tanggungjawab yang harus diemban membutuhkan kemampuan dan persiapan mental yang kuat sebagai bekal dimasa depan untuk mencapai *life satisfaction*. Ketika individu ingin mencapai *life satisfaction*, dia memiliki harapan untuk terwujud, saat mereka menyadari harapannya, mereka akan menemukan kepuasannya (Megawati, 2009). Namun, apabila harapan atau keinginannya tidak terwujud dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan.

Life satisfaction merupakan penilaian kognitif sadar atas kehidupan individu, dan standar evaluasinya tergantung pada orang tersebut (Pavot & Diener, 1993). Menurut Veenhoven, evaluasi kehidupan merupakan salah satu faktor penentu dalam *life satisfaction* yang melibatkan membandingkan hidup individu dengan persepsi hidupnya tentang bagaimana “hidup yang baik” dan bagaimana keseimbangan antara kebaikan dan keburukan dalam hidup (Saris et al., 1996). Sejalan dengan hal tersebut, Festinger mengatakan bahwa individu melakukan *social comparison* (perbandingan sosial) bertujuan untuk mengevaluasi kehidupannya dengan benar (Festinger, 1954).

Social comparison yaitu proses membandingkan kemampuan, pendapat, atau karakteristik individu dengan orang lain (A. P. Buunk & Vugt, 2013),

sikap, perasaan, karakteristik fisik, prestasi atau aspek lain yang terkait dengan individu dan/atau kelompok lain (Festinger, 1954). Untuk memperoleh pengetahuan diri yang akurat, orang menggunakan orang lain yang sama sebagai standar perbandingan untuk mengevaluasi dirinya (Mussweiler et al., 2011). Dengan adanya *social comparison*, individu dapat merasa baik maupun buruk dengan kondisi yang sedang dialaminya (Civitci & Civitci, 2015). Akan tetapi, individu yang terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain cenderung tidak puas. (Bram P. Buunk et al., 2003). Serta rendahnya kepuasan hidup pada individu dapat menimbulkan masalah psikologis seperti depresi (Park et al., 2004).

Adapun gambar kerangka teoritik dalam penelitian ini, sebagai berikut;



Gambar 2.1 Kerangka Teoritik

Dari gambar kerangka teoritik tersebut, penelitian ini menjelaskan bahwa *social comparison* memiliki hubungan dengan *life satisfaction*, dimana wanita dewasa awal pengguna TikTok yang memiliki *social comparison* yang tinggi maka akan diikuti dengan semakin rendahnya *life satisfaction* yang dirasakannya. Begitupun sebaliknya, apabila wanita dewasa awal pengguna TikTok memiliki *social comparison* yang rendah maka *life satisfaction* akan meningkat.

G. Hipotesis

Berdasarkan teori di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah;

H_α: Terdapat hubungan *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan untuk menguji teori obyektif dengan memeriksa hubungan antar variabel (Creswell, J, 2009). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari hasil pengukuran atau evaluasi variabel dengan menggunakan instrumen. Alat yang dapat digunakan dalam penelitian ini dapat berupa angket, tes dan timbangan. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menggeneralisasi, memprediksi, menguji teori, menetapkan/mendeskripsikan fakta, menguji hipotesis, menunjukkan hubungan antar variabel, dan menemukan teori (Yusuf, A, 2014).

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *social comparison* sebagai variabel bebas (*independent*) dengan *life satisfaction* sebagai variabel terikat (*dependent*). Penelitian ini, untuk menjelaskan adakah hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok.

B. Identifikasi Variabel

Terdapat dua variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Dimana *social comparison* sebagai variabel bebas (*independent*) dengan *life satisfaction* sebagai variabel terikat (*dependent*).

C. Definisi Operasional

1. Definisi Operasional *Life Satisfaction*

Life satisfaction adalah proses evaluasi yang bersifat subjektif meliputi berbagai aspek kehidupan individu menurut standar unik mereka sendiri. Aspek tersebut meliputi keinginan untuk mengubah hidup, kepuasan dengan kehidupan saat ini, kepuasan dengan masa lalu, kepuasan dengan masa depan, dan pandangan orang lain tentang kehidupan individu. Dengan kelima aspek tersebut dapat mewakili item-item skala *life satisfaction*. Semakin besar skor total individu pada skala *life satisfaction*, semakin tinggi skor *life satisfaction*. Di sisi lain, semakin rendah skor total individu pada skala *life satisfaction*, semakin rendah tingkat *life satisfaction*nya.

2. Definisi Operasional *Social Comparison*

Social comparison adalah perilaku membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain yang berfokus pada pendapat dan kemampuan untuk mengevaluasi dirinya sendiri. Pada penyusunan skala ini didasarkan pada dimensi yang ada dalam *social comparison* yaitu pendapat (*opinion*) dan kemampuan (*ability*). Semakin besar skor total *social comparison* individu, semakin tinggi tingkat *social comparison* yang didapat individu tersebut. Sebaliknya, semakin rendah individu membuat *social comparison* dengan orang lain, semakin rendah skor total yang didapat orang tersebut.

D. Populasi, Teknik Sampling, dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif S1 Perguruan Tinggi di wilayah Surabaya yang berusia 18-40 tahun pengguna TikTok. Sebab, Pengguna aplikasi TikTok di Indonesia sendiri didominasi oleh wanita sebanyak 53,5% sedangkan laki-laki sebesar 46,5% (Yokota, 2020). Mayoritas usia pengguna aplikasi ini yaitu sekitar usia 14-24 tahun (Rakhmayanti, 2020). Oleh karena itu, kebanyakan penghuni TikTok adalah wanita muda.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel diambil berdasarkan kriteria yang dibutuhkan. Adapun kriteria subjek penelitian ini sebagai berikut;

- a. Mahasiswi aktif S1 Perguruan Tinggi di Surabaya
- b. Berusia 18-40 tahun
- c. Menggunakan aplikasi TikTok baik pengguna aktif maupun pasif

Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe, ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian tersebut adalah antara 30 dan 500 (Sugiyono, 2012). Jika peneliti memperoleh 344 responden dengan kriteria yang telah ditentukan maka pengambilan data dianggap telah selesai.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat pengumpul data yang memenuhi persyaratan pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur objek atau fenomena tertentu (Aswatini & Thoha, 2011). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan angket berupa dua macam skala;

1. Skala *life satisfaction* dengan mengacu dari kelima aspek *life satisfaction* yang dikemukakan oleh Diener dan Biswar. Pada skala ini, responden diminta untuk menjawab pernyataan yang terdiri dari *favourable* dan *unfavourable* yang berisi 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.1 Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel *Life Satisfaction*

Favourable		Unfavorable	
Jawaban	Nilai	Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Tabel 3.2 Blue Print Skala *Life Satisfaction*

Aspek	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Keinginan untuk mengubah hidup	1, 6, 11,16		4
Kepuasan dengan kehidupan saat ini	2,13,9,17		4
Kepuasan dengan masa lalu	3, 7, 15	18	4
Kepuasan dengan masa depan	4, 12,8,19		4
Pandangan orang lain tentang kehidupan seseorang	5, 14,10,20		4
Jumlah	19	1	20

2. Skala *social comparison* menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale Measure* yang disusun oleh Gibbons, F.X. & Buunk. Menurut penelitian yang dilakukan oleh F. X. Gibbons & Buunk, (1999), skala ini baik digunakan dan mempunyai nilai reliabilitas yang

tinggi. Terdapat 11 item yang ada dengan 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.3 Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel *Social Comparison*

Favourable		Unfavorable	
Jawaban	Nilai	Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Tabel 3.4 *Blue Print* Skala *Social Comparison*

Aspek	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Kemampuan (<i>ability</i>)	1,3,4,7, 11	10	6
Pendapat (<i>opinion</i>)	2, 5, 8, 9	6	5
Jumlah	9	2	11

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Tingkat ketelitian alat ukur penelitian terhadap isi atau makna sebenarnya dari pengukuran tersebut disebut sebagai validitas penelitian (Aswatini & Thoha, 2011). Kevalidan instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel dengan benar tanpa menyimpang dari situasi sebenarnya (Arikunto, 2010). Validitas berkaitan dengan ketepatan pengukuran pada saat mengukur apa yang diukur. Melalui validitas isi, validitas konstruk, dan validitas standar untuk menilai

keakuratannya. Keakuratan isi dan struktur dievaluasi oleh para ahli di bidangnya. Jika ahli tidak memberikan nasehat/masukan dan tidak menerima isi, format dan struktur alat, alat tersebut dinyatakan efektif dari segi isi dan struktur (Yusup, 2018).

Pada penelitian ini, validitas isi dan struktur dinilai oleh para ahli dibidangnya yaitu dosen pembimbing yang kemudian peneliti akan menguji coba kepada lima responden yang tidak dimasukkan dalam sampel serta koefisien validitas yang berada pada kisaran ≤ 0.30 dianggap tidak memuaskan dan tidak diterima, sehingga dinyatakan tidak valid (Azwar, 2015).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

a. Uji Variabel *Life Satisfaction*Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas *Life Satisfaction*

	Scale Mean if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
y1	45.67	.312	Valid
y2	45.01	.260	Gugur
y3	46.06	.411	Valid
y4	45.58	.160	Gugur
y5	44.57	.441	Valid
y6	45.58	.301	Valid
y7	45.92	.361	Valid
y8	46.03	.405	Valid
y9	44.57	.226	Gugur
y10	44.11	.327	Valid
y11	46.15	.307	Valid
y12	45.15	.077	Gugur
y13	45.54	.311	Valid
y14	44.94	.469	Valid
y15	45.77	.419	Valid
y16	46.21	.347	Valid
y17	45.53	.378	Valid
y18	44.29	.088	Gugur
y19	45.57	.442	Valid
y20	44.56	.488	Valid

Berdasarkan dari hasil uji pada variabel *life satisfaction* terdapat 7 aitem yang tidak memuaskan atau < 0.30 atau dianggap gugur yakni aitem nomor 1, 2, 4, 6, 9, 12, dan 18. Aitem yang dinyatakan valid atau memuaskan mempunyai nilai > 0.30 yaitu teretak pada nomor 3, 5, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20.

b. Uji Variabel *Social Comparison***Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas *Social Comparison***

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
X1	.645	Valid
X2	.311	Valid
X3	.587	Valid
X4	.502	Valid
X5	.476	Valid
X6	.384	Valid
X7	.449	Valid
X8	.457	Valid
X9	.195	Gugur
X10	.415	Valid
X11	.582	Valid

Berdasarkan dari hasil uji pada variabel *Social Comparison* terdapat satu aitem yang tidak memuaskan atau < 0.30 atau dianggap gugur yaitu aitem nomor 9. Aitem yang dinyatakan valid atau memuaskan mempunyai nilai > 0.30 yaitu teretak pada nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11.

2. Uji Reliabilitas

Tingkat presisi, akurasi, atau keandalan yang ditunjukkan oleh alat ukur disebut realibilitas (Aswatini & Thoha, 2011). Sejauh mana suatu pengukuran dapat diandalkan karena konsistensinya juga disebut sebagai reliabilitas (Yusup, 2018). Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilihat menggunakan nilai *Cronbach's Alpha(a)*. instrumen dikatakan reliabel

apabila nilai *Cronbach's Alpha(a)* lebih dari 0,70 ($r_i > 0,70$) (Streiner, 2003).

a. Uji Reliabilitas Variabel *Life Satisfaction*

Tabel 3.7 Reliabilitas *Life Satisfaction*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	20

Berdasarkan hasil analisis uji di atas nilai Cronbrach's Alpha $0.752 > 0.70$ yang berarti aitem dinyatakan reliabel.

b. Uji Reliabilitas Variabel *Social Comparison*

Tabel 3.8 Reliabilitas *Social Comparison*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	11

Berdasarkan hasil analisis uji di atas nilai Cronbrach's Alpha $0.799 > 0.70$ yang berarti aitem dinyatakan reliabel.

G. Analisis Data

Sesudah memperoleh data, maka data diolah untuk dianalisis yang nantinya dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji korelasi *pearson product moment pearson* menggunakan aplikasi *SPSS versi 23 for windows*. Sebelum analisis data, akan dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu agar dapat menguji hipotesis dengan

baik dan benar. Uji prasyarat dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan linieritas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari sampel berdistribusi normal atau tidak. Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini, dengan tingkat signifikansi 0,05. Aplikasi SPSS versi 23 *for Windows* digunakan untuk melakukan perhitungan. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, dan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Tujuan dari uji linieritas data adalah untuk melihat apakah hubungan antara variabel X dan variabel Y linier. Pendekatan "*Deviation from Linearity*" digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung uji linieritas pada taraf signifikan 0,05 atau 5% dengan menggunakan aplikasi SPSS 23 *for Windows*. Jika hasil signifikan lebih kecil dari 0,05, model regresi bentuk Y atau X tidak linier, sesuai dengan kriteria keputusan untuk menilai linieritas data. Bentuk Y atau model regresi X adalah linier bila nilai signifikansinya 0,05.

3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, menggunakan uji hipotesis korelasi *pearson product moment* yaitu uji korelasi yang menghasilkan koefisiensi yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linier antar variabel (Safitri,

2016). Untuk menghitung data tersebut berkorelasi atau tidak dapat dilakukan dengan cara (Muhid, 2012);

- a. Berdasarkan nilai signifikansi Sig.(*2-tailed*), Ada korelasi antara variabel-variabel yang terhubung jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Namun, jika signifikansinya lebih dari 0,05, tidak ada hubungan.
- b. Menggunakan nilai r taksiran (*Pearson Correlation*), jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka variabel-variabel tersebut berkorelasi. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, sebaliknya tidak ada korelasi antar variabel.

Selanjutnya, tanda korelasi berdampak pada interpretasi. Tanda positif (+) pada keluaran SPSS menunjukkan hubungan searah, yang menyiratkan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah tepat proporsional, atau semakin tinggi variabel x, semakin tinggi variabel y, dan sebaliknya. Jika negatif (-), berarti hubungan berbanding terbalik, artinya hubungan kedua variabel berbanding terbalik. Semakin kecil variabel y, semakin besar variabel x, dan sebaliknya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswi aktif strata 1 perguruan tinggi wilayah Surabaya, berusia 18-40 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok. Sampel dalam penelitian ini adalah 344 mahasiswi yang sesuai dengan kriteria responden. Selanjutnya akan dikelompokkan berdasarkan atribut demografis.

a. Berdasarkan Usia

Peneliti mengklasifikasikan data responden berdasarkan usia untuk mengetahui usia berapa yang menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini. Berikut gambaran subjek berdasarkan usia:

Tabel 4.1 Gambaran Subjek Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
18 Tahun	33	9.6
19 Tahun	107	31.1
20 Tahun	94	27.3
21 Tahun	57	16.6
22 Tahun	43	12.5
23 Tahun	10	2.9
Total	344	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa subjek yang berusia 18 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase 9,6%, usia 19 tahun berjumlah 107 orang dengan persentase 31,1%, usia

20 tahun berjumlah 94 orang dengan persentase 27,3%, usia 21 tahun sebanyak 57 orang dengan persentase 16,6%, usia 22 tahun sejumlah 43 orang dengan persentase 12,5%, dan usia 23 tahun sejumlah 10 orang dengan persentase 2.9%. dari data diatas dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh usia 19 tahun.

b. Berdasarkan Instansi

Peneliti mengelompokkan data responden berdasarkan instansi dengan gambaran yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini;

Tabel 4.2 Gambaran Subjek Berdasarkan Instansi

Instansi	Frequency	Percent
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	77	22.4
Universitas Negeri Surabaya	61	17.7
Universitas Bhayangkara Surabaya	1	.3
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA)	3	.9
Universitas PGRI Adi buana Surabaya	3	.9
Institut teknologi sepuluh Nopember	2	.6
Universitas Airlangga (Unair)	182	52.9
Universitas Pembangunan Nasional Veteran (UPN), Surabaya	3	.9
STIKES Katolik st. Vincentius a Paulo Surabaya (RKZ)	1	.3
Universitas Muhammadiyah Surabaya	2	.6
Poltekkes Surabaya	1	.3
Unitomo Surabaya	1	.3
Universitas Surabaya (ubaya)	2	.6
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya	4	1.2
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliam Booth Surabaya	1	.3
Total	344	100.0

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak terletak pada instansi Universitas Airlangga sebanyak 182 responden

dengan persentase 52.9% dan yang terkecil adalah Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliam Booth Surabaya sebanyak 1 responden dengan persentase 0.3%.

c. Berdasarkan Semester

Tabel 4.3 Gambaran Subjek berdasarkan semester

Semester	Frequency	Percent
2	123	35.8
4	109	31.7
6	46	13.4
8	64	18.6
10	2	.6
Total	344	100.0

Dari table di atas dapat diketahui bahwa responden yang semester 2 sejumlah 123 orang dengan persentase 35.8%, semester 4 sebanyak 109 orang dengan persentase 31.7%, semester 6 berjumlah 46 orang dengan persentase 13.4%, semester 8 sebanyak 64 orang dengan persentase 18.6%, dan semester 10 sebanyak 2 orang dengan persentase 0.6%.

d. Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 4.4 Gambaran Subjek Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Frequency	Percent
Rumah Orang Tua	282	82.0
Kos	52	15.1
Pondok	2	.6
Asrama	3	.9
Kontrak	5	1.5
Total	344	100.0

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden bertempat tinggal di Rumah Orang tua sebesar 282 responden dengan persentase 82%, kemudian kos sebanyak 52 responden dengan persentase sebesar 15.1%, kontrak sebesar 5 responden dengan persentase 1.5%, selanjutnya asrama sebesar 3 responden dengan persentase sebesar 0.9% dan paling sedikit bertempat tinggal di pondok sebanyak 2 responden dengan persentase 0.6%.

e. Berdasarkan Tipe Pengguna

Tabel 4.5 Gambaran subjek Berdasarkan Tipe Pengguna

Tipe Pengguna	Frequency	Percent
Pengguna Aktif (membuat konten, memberikan komentar, mengirim chat/pesan)	84	24.4
Pengguna Pasif (melihat atau sekedar menjelajahi konten)	260	75.6
Total	344	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden dengan tipe pengguna pasif lebih banyak daripada pengguna aktif. Diperoleh data bahwa pengguna aktif sebesar 84 responden dengan persentase 24.4% dan pengguna pasif sebesar 260 responden dengan persentase 75.6%.

f. Berdasarkan Lama Pengguna Aplikasi

Tabel 4.6 Gambaran Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi

Lama Pengguna	Frequency	Percent
3-6 bulan	167	48.5
1 tahun	125	36.3
2 tahun	37	10.8
3 tahun	7	2.0
> 3 tahun	8	2.3
Total	344	100.0

Dari data di atas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan lama menggunakan aplikasi mayoritas masih baru yaitu sekitar 3-6 bulan dengan frekuensi 167 responden dan persentase sebesar 48.5%, disusul dengan lama pengguna 1 tahun sebanyak 125 responden dan persentase 36.3%, kemudian 2 tahun sejumlah 37 responden dengan persentase 10.8%, selanjutnya >3 tahun sebesar 8 responden dengan persentase 2.3%, dan yang terakhir 3 tahun sebesar 7 responden dengan persentase sebesar 2%.

g. Berdasarkan Waktu Menggunakan Aplikasi

Tabel 4.7 Gambaran Berdasarkan Waktu Menggunakan Aplikasi

Waktu	Frequency	Percent
< 1 jam	111	32.3
1 jam	61	17.7
2 jam	70	20.3
3 jam	28	8.1
> 3 jam	74	21.5
Total	344	100.0

Berdasarkan waktu pengguna dalam menggunakan aplikasi dalam sehari, dari data diatas dapat dilihat bahwa mayoritas menggunakan aplikasi selama < 1 jam yaitu sejumlah 111 responden dengan persentase sebesar 32.3%, disusul dengan > 3 jam sebesar 74 responden dengan persentase 21.5%, selanjutnya 2 jam sebesar 70 responden dengan persentase 20.3%, lama menggunakan 1 jam sebesar 61 responden dengan persentase 17.7% dan 3 jam sebanyak 28 dengan persentase 8.1%.

2. Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui suatu gambaran mean, standar deviasi, nilai minimum dan maximum. Berdasarkan hasil analisis *descriptive statistic* melalui SPSS for *windows versi 23* diperoleh hasil mean, nilai minimum, nilai maximum, jumlah, dan standar deviasi. Berikut analisis data deskriptif berdasarkan kategori masing-masing:

a. Berdasarkan Variabel

Tabel 4.8 Deskripsi Data Berdasarkan Variabel *Social Comparison* dan *Life Satisfaction*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Social Comparison</i>	344	21	53	37.08	5.944
<i>Life Satisfaction</i>	344	25	65	47.73	7.053
<i>Valid N (listwise)</i>	344				

Dari tabel di atas menyatakan bahwa nilai rata-rata (mean) variabel *social comparison* adalah 37.08, mempunyai nilai standar deviasi sebesar 5.944 dengan nilai minimum sebesar 21 dan nilai

maximum sebesar 53. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* hasil nilai rata-rata (mean) 47.73, dengan nilai standar deviasi sebesar 7.053 dan memiliki nilai minimum sebesar 25 serta nilai maximum 65.

1) Kategori Skor *Social Comparison*

Skor *Social Comparison* terbagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Kategori tersebut berdasarkan rumus sebagai berikut;

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < M - 1SD \\ &= X < 37 - 6 \\ &= X < 31 \\ \text{Sedang} &= M - 1SD \leq X < M + 1SD \\ &= 37 - 6 \leq X < 37 + 6 \\ &= 31 \leq X < 43 \\ \text{Tinggi} &= M + 1SD \leq X \\ &= 37 + 6 \leq X \\ &= 43 \leq X \end{aligned}$$

Jadi, dapat dikatakan kategori rendah apabila nilai $X < 31$, pada kategori sedang nilai X diantara 31-43, dan dikatakan kategori tinggi apabila $X \geq 43$. Sehingga, dapat dilihat pada tabel dibawah ini jumlah responden dengan kategori rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 4.9 Kategori Skor *Social Comparison*

Kategori	Frequency	Percent
Rendah	49	14.2
Sedang	237	68.9
Tinggi	58	16.9
Total	344	100.0

Dapat dilihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kategori sedang pada *social comparison* yaitu sebanyak 237 responden, dan kategori tinggi sebanyak 58 responden, sedangkan kategori rendah sebanyak 49 responden.

2) Kategori Skor *Life Satisfaction*

Skor *Life Satisfaction* terbagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Kategori tersebut berdasarkan rumus sebagai berikut;

$$\begin{aligned}
 \text{Rendah} &= X < M - 1SD \\
 &= X < 48 - 7 \\
 &= X < 41 \\
 \text{Sedang} &= M - 1SD \leq X < M + 1SD \\
 &= 48 - 7 \leq X < 48 + 7 \\
 &= 41 \leq X < 55 \\
 \text{Tinggi} &= M + 1SD \leq X \\
 &= 48 + 7 \leq X \\
 &= 55 \leq X
 \end{aligned}$$

Jadi, dapat dikatakan kategori rendah apabila nilai $X < 41$, pada kategori sedang nilai X diantara 41 sampai 55, dan dikatakan kategori tinggi apabila $X \geq 55$. Sehingga, dapat dilihat pada tabel dibawah ini jumlah responden dengan kategori rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 4.10 Kategori Skor *Life Satisfaction*

Kategori	Frequency	Percent
Rendah	56	16.3
Sedang	222	64.5
Tinggi	66	19.2
Total	344	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa banyak responden pada skor *life satisfaction* menunjukkan kategori sedang dengan 222 responden, kategori tinggi sebanyak 66 responden, dan rendah sebanyak 56 responden.

b. Berdasarkan usia

Tabel 4.11 Deskripsi Data Berdasarkan Usia

Variabel	Usia	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	18	33	38.12	5,749
	19	107	37.56	6.114
	20	94	37.5	5.79
	21	57	36.04	6.083
	22	43	36.14	5.805
<i>Life Satisfaction</i>	23	10	34.4	5.232
	18	33	46.21	7.227
	19	107	48.14	6.97
	20	94	48.53	7.092
	21	57	46.3	7.368
	22	43	48.3	6.345
	23	10	46.4	7.677

Berdasarkan data yang termuat di atas menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada usia 18 tahun dengan nilai 38.12 sedangkan nilai mean terendah terletak pada usia 23 tahun. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean

tertinggi terletak pada usia 20 tahun dengan nilai 48.53 dan nilai mean terendah terletak pada usia 18 tahun dengan nilai 46.21.

c. Berdasarkan Instansi

Tabel 4.12 Deskriptif Berdasarkan Instansi

Variabel	Instansi	N	Mean	Std.Deviasi
<i>Social Comparison</i>	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	77	35.65	6.236
	Universitas Negeri Surabaya	61	36.52	5.965
	Universitas Bhayangkara Surabaya	1	-	-
	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA)	3	33	1.732
	Universitas PGRI Adi buana Surabaya	3	34.33	3.055
	Institut teknologi sepuluh Nopember	2	-	-
	Universitas Airlangga (Unair)	182	37.99	5.829
	Universitas Pembangunan Nasional Veteran (UPN), Surabaya	3	37.67	1.528
	STIKES Katolik st. Vincentius a Paulo Surabaya (RKZ)	1	-	-
	Universitas Muhammadiyah Surabaya	2	32.5	14.849
	Poltekkes Surabaya	1	-	-
	Unitomo Surabaya	1	-	-
	Universitas Surabaya (ubaya)	2	-	-
	Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya	4	34.75	0.957
	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliam Booth Surabaya	1	-	-
<i>Life Satisfaction</i>	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	77	46.38	6.517
	Universitas Negeri Surabaya	61	47.25	6.804

Universitas Bhayangkara Surabaya	1	-	-
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA)	3	51.67	1.155
Universitas PGRI Adi buana Surabaya	3	45.67	3.512
Institut teknologi sepuluh Nopember	2	42.5	3.536
Universitas Airlangga (Unair)	182	48.39	7.479
Universitas Pembangunan Nasional Veteran (UPN), Surabaya	3	50.33	5.859
STIKES Katolik st. Vincentius a Paulo Surabaya (RKZ)	1	-	-
Universitas Muhammadiyah Surabaya	2	59.5	3.536
Poltekkes Surabaya	1		
Unitomo Surabaya	1		
Universitas Surabaya (ubaya)	2		
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya	4	47.25	6.021
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliiam Booth Surabaya	1		

Berdasarkan data yang termuat diatas menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada Universitas Airlangga (UNAIR) dengan nilai 37.99 sedangkan nilai mean terendah terletak pada Universitas Bhayangkara Surabaya, Institut teknologi sepuluh Nopember, STIKES Katolik st. Vincentius a Paulo Surabaya (RKZ), Poltekkes Surabaya, Unitomo Surabaya, Universitas Surabaya (ubaya), Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliiam Booth Surabaya yang tidak muncul nilai skornya. Sedangkan pada variabel *life*

satisfaction nilai mean tertinggi terletak Universitas Muhammadiyah Surabaya dengan nilai 59.5 dan nilai mean terendah terletak pada Universitas Bhayangkara Surabaya, STIKES Katolik st. Vincentius a Paulo Surabaya (RKZ), Poltekkes Surabaya, Unitomo Surabaya, Universitas Surabaya (ubaya), Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Wiliam Booth Surabaya yang tidak muncul nilainya.

d. Berdasarkan Semester

Tabel 4.13 Deskripsi Berdasarkan Semester

Variabel	Semester	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	2	123	37.46	5.919
	4	109	37.92	5.783
	6	46	35.7	6.925
	8	64	36.02	5.338
	10	2	33.5	0.707
<i>Life Satisfaction</i>	2	123	47.36	7.209
	4	109	49.02	6.788
	6	46	48.17	7.2
	8	64	46	6.878
	10	2	45	4.243

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada semester 4 dengan nilai 37.92 sebanyak 109 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada semester 10 dengan nilai 33.5 sebanyak 2 responden. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada semester 4 dengan nilai 49.02 sebanyak 109 responden dan nilai mean terendah terletak pada semester 10 dengan nilai 45 sebanyak 2 responden.

e. Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 4.14 Deskriptif Berdasarkan Tempat Tinggal

Variabel	Tempat Tinggal	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	Rumah Orang Tua	282	37.11	5.872
	Kos	52	36.83	6.549
	Pondok	2	33.5	9.192
	Asrama	3	37	6.083
	Kontrak	5	39.2	2.95
	<i>Life Satisfaction</i>	Rumah Orang Tua	282	47.62
Kos		52	48.35	6.981
Pondok		2	41	2.828
Asrama		3	51.33	1.528
Kontrak		5	48	4.95

Dari data di atas menyatakan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada responden yang bertempat tinggal di kontrakan dengan nilai 39.2 sebanyak 5 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada responden yang bertempat tinggal di pondok dengan nilai 33.5 sebanyak 2 responden. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada responden yang bertempat tinggal di Asrama dengan nilai 51.33 sebanyak 3 responden dan nilai mean terendah terletak pada responden yang bertempat tinggal di pondok dengan nilai 41 sebanyak 2 responden.

f. Berdasarkan Tipe Pengguna

Tabel 4.15 Deskripsi Berdasarkan Tipe Pengguna

Variabel	Tipe Pengguna	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	Pengguna Aktif (membuat konten, memberikan komentar, mengirim chat/pesan)	84	37.76	5.003
	Pengguna Pasif (melihat atau sekedar menjelajahi konten)	260	36.85	6.211
<i>Life Satisfaction</i>	Pengguna Aktif (membuat konten, memberikan komentar, mengirim chat/pesan)	84	46.18	6.637
	Pengguna Pasif (melihat atau sekedar menjelajahi konten)	260	48.23	7.122

Dari data di atas menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada tipe pengguna aktif dengan nilai 37.76 sebanyak 84 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada tipe pengguna pasif dengan nilai 36.85 sebanyak 260 responden. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada tipe pengguna pasif dengan nilai 48.23 sebanyak 260 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada tipe pengguna aktif dengan nilai 46.18 sebanyak 84 responden.

g. Berdasarkan Lama Pengguna

Tabel 4.16 Deskripsi Berdasarkan Lama Pengguna

Variabel	Lama Pengguna	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	3-6 bulan	167	36.79	6.106
	1 tahun	125	37.18	5.429
	2 tahun	37	36.62	6.885
	3 tahun	7	39.86	5.786
	> 3 tahun	8	41.13	4.794
<i>Life Satisfaction</i>	3-6 bulan	167	48.5	6.91
	1 tahun	125	47.5	6.823
	2 tahun	37	47.7	7.363
	3 tahun	7	42.71	6.55
	> 3 tahun	8	39.5	6.845

Dari data di atas menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu lebih dari 3 tahun dengan nilai 41.13 sebanyak 8 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu 2 tahun dengan nilai 36.62 sebanyak 37 responden. Pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu lebih dari 3-6 bulan dengan nilai 48.5 sebanyak 167 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu lebih dari 3 tahun dengan nilai 39.5 sebanyak 8 responden.

h. Berdasarkan Waktu Penggunaan

Berikut merupakan tabel berdasarkan waktu penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari.

Tabel 4.17 Deskripsi Berdasarkan Waktu Penggunaan

Variabel	Waktu Pengguna	N	Mean	Std. Deviasi
<i>Social Comparison</i>	< 1 jam	111	37.23	5.907
	1 jam	61	35.39	5.292
	2 jam	70	38.26	6.641
	3 jam	28	36.14	4.897
	> 3 jam	74	37.46	5.971
<i>Life Satisfaction</i>	< 1 jam	111	48.59	7.225
	1 jam	61	46.75	6.85
	2 jam	70	47.89	7.052
	3 jam	28	50.39	6.79
	> 3 jam	74	46.07	6.704

Dari data di atas menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 2 jam dengan nilai 38.26 sebanyak 70 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 1 jam dengan nilai 35.39 sebanyak 61 responden. Pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 3 jam dengan nilai 50.39 sebanyak 28 responden, sedangkan nilai mean terendah terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu lebih dari 3 jam dengan nilai 46.07 sebanyak 28 responden.

3. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
Unstandardized Residual		
N		344
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.70481637
Most Extreme Differences	Absolute	.036
	Positive	.036
	Negative	-.036
Test Statistic		.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Dari tabel di atas diperoleh hasil nilai signifikansi untuk skala *social comparison* dan *life satisfaction* sebesar $0.200 > 0.05$ yang memiliki arti bahwa nilai signifikansi variabel lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi uji hasil asumsi.

b. Uji Linearitas

Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas

<i>ANOVA Table</i>							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Social Comparison * Life Satisfaction</i>	Between Groups	(Combined)	1195.167	38	31.452	.766	.839
		Linearity	18.066	1	18.066	.440	.508
		Deviation from Linearity	1177.102	37	31.814	.775	.825
	Within Groups		12763.921	311	41.042		
	Total		13959.089	349			

Dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi pada penyimpangan dari linieritas sebesar $0.825 > 0.05$ oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *social comparison* dan *life satisfaction* memiliki hubungan yang linier.

4. Uji Hipotesis

Uji korelasi *product moment Pearson*, yang merupakan uji korelasi yang menghasilkan koefisien yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linier antar variabel, digunakan oleh penulis dalam penelitian ini (Safitri, 2016). Untuk menggunakan alat ukur korelasi *product moment*, data harus menggunakan skala interval atau rasio. Selanjutnya, data tersebut harus memiliki hubungan linier dan terdistribusi secara normal. Uji hipotesis korelasi *product moment* digunakan peneliti untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara faktor *social comparison* dengan *life satisfaction*.

Sebelum dilakukan analisis data, sebelumnya telah dilakukan uji asumsi atau prasyarat yaitu uji normalitas dan linearitas. Dari uji tersebut dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan kedua variabel memiliki hubungan yang linier sehingga dapat dilanjutkan untuk uji hipotesisnya. Adapun tabel hasil uji hipotesis korelasi *pearson product moment* sebagai berikut;

Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis

<i>Correlations</i>			
		<i>Social Comparison</i>	<i>Life Satisfaction</i>
<i>Social Comparison</i>	Pearson Correlation	1	-.281**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	344	344
<i>Life Satisfaction</i>	Pearson Correlation	-.281**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	344	344

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel *social comparison* dengan *life satisfaction*. Dimana dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$ yang berarti kedua variabel memiliki hubungan. Selain itu, nilai r hitung (*pearson correlation*) $-0.281 > 0.105$ yang memiliki arti kedua variabel memiliki hubungan.

Berdasarkan hasil koefisiensi korelasi dapat dilihat bahwa korelasinya bersifat negative (-) yaitu adanya hubungan berlawanan atau berbanding terbalik yang berarti bahwa semakin tinggi perbandingan sosial (*social comparison*) akan diikuti semakin rendahnya kepuasan hidup (*life satisfaction*) pada wanita dewasa awal pengguna TikTok, dan sebaliknya apabila semakin rendah tingkat perbandingan sosial (*social comparison*) yang dilakukan maka semakin tinggi kepuasan hidup (*life satisfaction*) pada

wanita dewasa awal pengguna TikTok. Adanya kedua hubungan tersebut tergolong rendah.

Tabel 4.21 Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.281 ^a	.079	.076	5.713	1.831
a. Predictors: (Constant), Life Satisfaction					
b. Dependent Variable: Social Comparison					

Dari data tersebut menunjukkan nilai R Square 0.079 yang memiliki arti bahwa sebesar 7.9% *life satisfaction* dipengaruhi oleh *social comparison* dan 92.1% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Pembahasan

Penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok. Berdasarkan hasil penelitian di atas menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok yang didapat dengan uji korelasi pearson product moment dengan nilai signifikansi 0.000 yang kurang dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan. Pada nilai koefisiensi korelasi sebesar -0.281, hal ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang berarti bahwa semakin tinggi individu melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) akan diikuti dengan semakin rendahnya kepausan hidup (*life satisfaction*) yang dirasakan pada wanita dewasa awal pengguna TikTok.

Begitupun sebaliknya, semakin rendah individu melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan hidup (*life satisfaction*) yang dirasakan pada wanita dewasa awal pengguna TikTok. Adapun kedua hubungan tergolong rendah.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan hidup (*life satisfaction*) pada wanita dewasa awal adalah perbandingan sosial (*social comparison*). Pada saat wanita dewasa awal pengguna TikTok melakukan perbandingan sosial maka dapat menyebabkan kepuasan hidup menurun.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Olivos et al., (2020) yang menemukan bahwa *life satisfaction* dipengaruhi oleh *social comparison* dengan mempertimbangkan jaringan sosial sebagai kelompok referensi, dan kebahagiaan sebagai sumber perbandingan, efek positif dari *downward social comparison* memiliki nilai ($B = 0,673; p < 0,05$) dan efek negatif dari *upward social comparison* didukung memiliki nilai ($B = 2,689; p < 0,01$).

Selain itu, hasil penelitian B. K. Putri (2018) menunjukkan adanya hubungan negatif antara *social comparison* dengan kepuasan hidup pada wanita yang bekerja dengan nilai koefisiensi -0,558. Menurut temuan Paseru (2016) menyatakan terdapat hubungan negatif yang cukup besar antara perbandingan sosial dengan kepuasan hidup remaja menengah, dengan nilai koefisien sebesar -0,558. Dimana, semakin rendah kebahagiaan hidup remaja pertengahan, semakin tinggi perbandingan sosial yang mereka buat. Pada gilirannya, semakin

rendah perbandingan sosial yang dilakukan oleh remaja menengah, semakin puas mereka dengan kehidupan mereka.

Social comparison merupakan sumber penting individu untuk memperoleh informasi tentang dirinya (Wood, 1996) yang bertujuan untuk dapat mengevaluasi dirinya dengan benar (Festinger, 1954). Untuk memperoleh pengetahuan diri yang akurat, orang menggunakan orang lain yang sama sebagai standar perbandingan untuk mengevaluasi dirinya (Mussweiler et al., 2011). Akan tetapi, individu yang selalu membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain lebih mudah merasa tidak puas (Bram P. Buunk et al., 2003). Seringkali individu melakukan *downward social comparison* dan menghindari *upward social comparison* karena berdampak negatif pada harga diri, kesejahteraan subjektif dan suasana hati (Guyer & Vaughan-Johnston, 2018).

Ketika individu melakukan (*upward social comparison*) dengan orang lain yang lebih unggul darinya dalam hal kemampuannya, maka akan mempengaruhi kepuasan hidupnya, karena informasi yang diberikan oleh perbandingan sosialnya dapat menimbulkan persaingan dalam dirinya. Perasaan atau persaingan, yang menjadi stres bagi orang tersebut dan menimbulkan ketidaknyamanan, sehingga mengurangi rasa nikmat dan puas dalam hidup. Jika seseorang terlibat (*downward social comparison*) dengan individu yang tidak lebih baik darinya, itu akan berdampak pada kebahagiaan hidupnya, karena memiliki nasib yang sama dengan orang yang dianggap dan dirasakan lebih rendah darinya dapat menimbulkan kecemasan dan takut (Paseru, 2016).

Dalam penelitian ini, *social comparison* memiliki sumbangan efektif sebesar 0.079 atau 7.9% mempengaruhi variabel *life satisfaction* sedangkan 92,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *life satisfaction* pada dewasa awal seperti usia, status ekonomi, pekerjaan, status perkawinan, kepribadian dan pengalaman (Martikainen, 2009).

Pada hasil uji deskriptif statistik dari penelitian ini dapat diketahui hasil analisis sebagai berikut, variabel *social comparison* mempunyai nilai rata-rata (mean) 37.08, mempunyai nilai standar deviasi sebesar 5.944 dengan nilai minimum sebesar 21 dan nilai maximum sebesar 53. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* hasil nilai rata-rata (mean) 47.73, dengan nilai standar deviasi sebesar 7.053 dan memiliki nilai minimum sebesar 25 serta nilai maximum 65. Dari data tersebut, pada variabel *social comparison* terdapat 58 dari 344 responden yang memiliki *social comparison* tinggi, dan 66 dari 344 responden memiliki *life satisfaction* yang tinggi.

Berdasarkan data analisis terhadap demografi menurut usia diketahui bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada usia 18 tahun dengan nilai 38.12 sedangkan nilai mean terendah terletak pada usia 23 tahun. Menurut Buunk dalam temuannya, individu di bawah usia 30 lebih cenderung membuat perbandingan sosial dengan orang-orang yang lebih baik dari mereka atau memiliki perbandingan sosial yang lebih tinggi (*upward social comparison*). Disisi lain, orang di atas usia 35 lebih mungkin untuk membuat perbandingan sosial dengan orang-orang yang memiliki harga diri rendah atau

membuat perbandingan sosial ke bawah. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada usia 20 tahun dengan nilai 48.53 dan nilai mean terendah terletak pada usia 18 tahun dengan nilai 46.21. Hal ini sesuai dengan Diener yang mengatakan bahwa orang dengan usia dibawah 24 tahun dan diatas 44 tahun merasa lebih puas (Ed Diener, 2009).

Dari data berdasarkan Tipe Pengguna menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada tipe pengguna aktif, sedangkan nilai mean terendah terletak pada tipe pengguna pasif. Pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada tipe pengguna pasif, sedangkan nilai mean terendah terletak pada tipe pengguna aktif. Dilihat dari waktu penggunaan dalam sehari pada variabel *social comparison* nilai mean tertinggi terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 2 jam sedangkan nilai mean terendah terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 1 jam. Hasil tersebut menunjukkan bahwa individu yang melakukan *social comparison* tinggi melakukan kegiatan di TikTok sepanjang 2 jam sehari. Sedangkan pada variabel *life satisfaction* nilai mean tertinggi terletak pada waktu pengguna dengan rentang waktu 3 jam sedangkan nilai mean terendah terletak pada lama pengguna dengan rentang waktu lebih dari 3 jam.

Seorang wanita muda cenderung melakukan *social comparison* untuk mengevaluasi kehidupannya. Dalam temuan Saman, individu dengan kesejahteraan sosial yang lebih rendah akan membuat *social comparison* dengan melihat orang lain yang tidak lebih dari diri mereka sendiri. Hal tersebut dapat menjadi salah satu cara untuk menaikkan atau meningkatkan citra dirinya

(Saman, 2015). Dalam melakukan *social comparison* tersebut bisa terjadi dimana saja, dalam dunia nyata maupun dunia maya. Saat ini, dunia maya sedang digandrungi oleh kalangan muda akibat adanya pandemi, sehingga mau tidak mau interaksi sosial banyak beralih pada media sosial. Media sosial tersebut sudah dibanjiri oleh informasi tentang pencapaian, perilaku, dan gaya hidup orang lain, oleh sebab itu tak jarang juga individu melakukan *social comparison* dalam media sosial tak terkecuali pada aplikasi TikTok.

Oleh karena itu, penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan karena peneliti menemukan adanya perbedaan objek penelitian, variabel, dan karakteristik penelitian. Dilihat dari penelitian-penelitian sebelumnya, belum ada yang melakukan penelitian tentang variabel *social comparison* dengan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut temuan penelitian ini, ada hubungan negatif antara *social comparison* dan *life satisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna TikTok. Koefisien korelasi bertanda negatif (-), menunjukkan bahwa semakin besar *social comparison* maka semakin rendah tingkat *life satisfaction*. Sebaliknya, semakin rendah *social comparison*, semakin baik *life satisfaction*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, peneliti ingin mengemukakan beberapa saran kepada pihak yang terkait;

1. Bagi Wanita Dewasa Awal

Saran peneliti untuk wanita dewasa awal yang sering membandingkan dirinya dengan orang lain melalui media sosial TikTok yaitu agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial yakni tidak untuk membandingkan dirinya dengan orang lain karena berdampak pada *life satisfaction*. Apabila individu memiliki *life satisfaction* yang rendah, maka akan menimbulkan efek negatif bagi kesehatan mentalnya.

Disarankan untuk melihat konten yang dapat membantu tugas perkembangan dewasanya seperti *parenting style*, *cooking*, *digital marketing*, *self development*, dan meminimalisir melihat konten gaya hidup, pencapaian serta tindakan pengguna TikTok yang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperbanyak referensi dan mempertimbangkan faktor lain dari *life satisfaction* yang tidak disebutkan dalam penelitian ini sehingga dapat dikaji dengan luas. Serta sangat dimungkinkan untuk memilih metode kualitatif untuk mengkaji lebih dalam dan untuk menghindari bias dalam mengisi angket penelitian. Peneliti selanjutnya harus benar-benar memastikan bahwa responden menggunakan aplikasi TikTok.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adnan, H. M., & Mavi, S. R. (2015). Facebook satisfaction, life satisfaction: Malaysian undergraduate experience. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 649–671. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2015-3102-37>
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 431, 431–440.
- Amat, S., & Mahmud, Z. (2009). Hubungan antara Ketegasan Diri dan Kepuasan Hidup dalam Kalangan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi (The Relationship between Assertiveness and Satisfaction with Life Among Students at a Higher Learning Institution). *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 34(2), 49–65–65. <https://doi.org/10.17576/JPEN-2009-%x>
- Amelia, G. A. (2019). *Pengaruh Social Comparison Terhadap Life Satisfaction Pada Remaja Akhir Yang Menggunakan Instagram*. shorturl.at/kpzBI
- Argyle, M. (1987). *The psychology of happiness*. Methuen.
- Argyle, M. (2001). *The psychology of happiness*. Taylor & Francis Inc.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Askalani, M. (2012). *Staring at the sun: Identifying, understanding, and influencing social media users*. http://aimmia.com/files/doc_downloads/Aimia_SocialMedia_Whitepaper.%0A.pdf.
- Aswatini, & Thoha, M. (2011). Modul Rancangan Penelitian. In *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia* (pp. 1–65).
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas, Edisi 4*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. ., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial. Edisi Kesepuluh: Jilid 2*. Erlangga.
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In *In S. Guimond (Ed.), Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture*. Cambridge University Press.
- Buunk, A. P., & Vugt, M. V. (2013). *Applying social psychology: from problems to solutions (2nd ed.)*. SAGE.
- Buunk, B. P, Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N. W., & Dakof, G. A. (1990). The Affective Consequences of Social Comparison: Either Direction has its Ups and Downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6),

1238.

- Buunk, Bram P., Zurriaga, R., Gonzalez-Roma, V., & Subirats, M. (2003). Engaging in upward and downward comparisons as a determinant of relative deprivation at work: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 62(2), 370–388. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00015-5](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00015-5)
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- Civitci, N., & Civitci, A. (2015). Social Comparison Orientation, Hardiness and Life Satisfaction in Undergraduate Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205(May), 516–523. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.09.062>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dariyo, A. (2003). *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda*. Gramedia Pustaka.
- Dharmawijati, D. R. (2016). Komitmen dalam Berpacaran Jarak Jauh pada wanita Dewasa Awal. *Psikoborneo*, 3(3), 3–5. e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/3790/2467
- Diener, E., & Fujita, F. (1997). Social comparisons and subjective well-being. In *In B. Buunk & F. X. Gibbons (Eds.), Health, coping, and well-being: Perspectives from social comparison theory*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Diener, Ed. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Diener, Ed. (2009). Assessing Well-Being. The Collected Works of Ed Diener. In *Springer*. <https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4>
- Diener, Ed, & Seligman, M. E. P. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, 30(1), 81–84. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>
- Diener, Ed, & Suh, E. M. (1997). Measuring Quality Of Life: Economic, Social, And Subjective Indicators. *Social Indicators Research*, 40(1), 189–216. <https://doi.org/10.1023/A>
- Diener, Ed, Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective Well-Being: Three Decades of Progress Ed. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Emmons, R. A., & Diener, E. (1985). Factors predicting satisfaction judgments: A comparative examination. *Social Indicators Research*, 16(2), 157–167. <https://doi.org/10.1007/BF00574615>
- Fakhri, N. (2010). Konsep Dasar dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial. *Journal of Biblical Perspectives in Leadership*, 3(1), 1–141. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24501237>
- Festinger, L. (1954). A Theory Of Social Comparison Processes. In *Human Relations* (Vol. 7, Issue 2, pp. 117–140).
- Francisco, M. E. Z., & Ruhela, S. (2021). *Investigating TikTok as an AI user platform*. January. <https://doi.org/10.1109/ICCAKM50778.2021.9357752>
- Freedman, J. (1978). *Happy People: What Happiness Is, Who Has It, and Why*. Harcourt.

- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "Harder, Better, Faster, Stronger": Negative Comparison on Facebook and Adolescents' Life Satisfaction Are Reciprocally Related. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(3), 158–164. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0296>
- George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development and validation of a measure of comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Gibbons, Frederick X, & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 76, Issue 1, pp. 129–142). <http://psycnet.apa.org/journals/psp/76/1/129/>
- Gunawan, N. E. (2015). Dampak Perbandingan Sosial Terhadap Penguatan Diri Pada Mahasiswa Praktikum Konseling Individual. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, 19, 1–18.
- Guyer, J. J., & Vaughan-Johnston, T. I. (2018). Social Comparisons (Upward and Downward). In *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (pp. 1–5). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1912-1
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hurlock, E. . (1997). *Psikologi perkembangan edisi kelima Alih Bahasa: Istiwidaryanti dan Soedjarwo*. Erlangga.
- Hurlock, E. . (2009). *Psikologi Perkembangan. Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.
- Iqbal, M. (2021). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2021)*. Bussiness Of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Kang, T. ., & Princy. (2013). Life satisfaction correlate of death anxiety among elderly. *Indian Journal of Health and Wellbeing*, 4(1), 121–124.
- Katz, E., Gurevitch, M., Haas, H., Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, &. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things Recommended Citation. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181. http://repository.upenn.edu/asc_papershttp://repository.upenn.edu/asc_papers/267
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). *Envy on Facebook : A Hidden Threat to Users ' Life Satisfaction ? March*, 1–16.
- Linsiya, R. . (2015). Perbedaan Kepuasan Hidup antara Mahasiswa Strata 1 (S1) dan Strata 2 (S2). *Psychology Forum UMM*, 1(7), 284–287. [http://mpsi.umm.ac.id/files/file/284-287 Ria Wiyatfi.pdf](http://mpsi.umm.ac.id/files/file/284-287%20Ria%20Wiyatfi.pdf)
- Lyubomirsky, S., & Ross, L. (1997). Hedonic consequences of social comparison: A contrast of happy and unhappy people. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(6), 1141–1157. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.6.1141>
- Mackenzie, S. A., & Nichols, D. (2020). Finding 'Places to Be Bad' in Social

- Media: The Case of TikTok Sorcha. In D. Nichols & S. Perillo (Eds.), *Urban Australia and Post-Punk: Exploring Dogs in Space* (pp. 285–298). Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-32-9702-9>
- Mancini, P., & Hallin, D. C. (2012). Some caveats about comparative research in media studies. In *The SAGE Handbook of Political Communication*. <https://doi.org/10.4135/9781446201015.n41>
- Martikainen, L. (2009). The many Faces of life satisfaction among finnish young adults'. *Journal of Happiness Studies*, 10(6), 721–737. <https://doi.org/10.1007/s10902-008-9117-2>
- Megawati, F. E. (2009). Review Literatur: Adult Life satisfaction. *Psikovidya: Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Wisnuwardhana Malang*, 23(1), 118–121. https://doi.org/10.1787/soc_glance-2008-30-en
- Meizara, E., & Basti. (2008). Konflik Perkawinan dan Model Penyelesaian Konflik pada Pasangan Suami Istri. *Jurnal Psikologi Universitas Negeri Malang*, 2(1).
- Michalos, A. C. (1991). *Global Report on Student Well-being*. Springer-Verlag.
- Mohsin, M. (2021). *10 Tiktok Statistics That You Need To Know In 2021 [Infographic]*. OBERLO. <https://id.oberlo.com/blog/tiktok-statistics>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). *On the Psychology of TikTok Use : A First Glimpse From Empirical Findings*. 9(March), 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Muhid, A. (2012). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS for Windows*. Zifatama Publishing.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Mussweiler, T., Corcoran, K., & Crusius, J. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. *Theories in Social Psychology*, December, 119–139.
- Navarro, R., Ruiz-Oliva, R., Larrañaga, E., & Yubero, S. (2015). The impact of cyberbullying and social bullying on optimism, global and school-related happiness and life satisfaction among 10- 12-year-old school children. *Applied Research in Quality of Life*, 10(1), 15–36.
- Olivos, F., Olivos-Jara, P., & Browne, M. (2020). Asymmetric Social Comparison and Life Satisfaction in Social Networks. *Journal of Happiness Studies*, 22(1), 363–384. <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00234-8>
- Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Strengths of character and well being. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(5), 603–619.
- Paseru, N. B. (2016). Hubungan antara Perbandingan Sosial (Dengan Teman Sebaya) dengan Kepuasan Hidup pada Remaja Tengah di SMA Negeri 1 Tuntang. *Skripsi*.
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale psychological assessment. *Psychological Assessment*, 5(2), 164–172. <http://link.springer.com/10.1007/978-90-481-2354-4>
- Pratama, S. M., & Muchlis. (2020). Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Ampel

- Surabaya Tahun 2020. *International Journal of Educational Resources*, 1(1), 103–115.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i2.2650>
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri, B. K. (2018). Hubungan Antara Social Comparison Dengan Kepuasan Hidup Pada Wanita Ynag Bekerja. In *Skripsi*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rakhmayanti, I. (2020). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. SINDONEWS.Com. <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Rayana, U. (2020). *Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi*. Selular.Id. <https://selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-tiktok-terbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/>
- Safitri, W. R. (2016). Analisis korelasi pearson dalam menentukan hubungan antara kejadian demam berdarah dengue dengan kepadatan penduduk di kota surabaya pada tahun 2012 - 2014. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga*, 9. <http://journal.stikespemkabjombang.ac.id/index.php/jikep/article/view/23>
- Saman, A. (2015). Attention to Social Comparison Information and Compulsive Buying. Behavior: an S-O-R analysis. *Journal of Behaviour Science*, 25(1).
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup jilid satu (edisi ketigabelas)*. Erlangga.
- Sari, E. N. M. (2019). Hubungan antara emotion focused coping dan kepuasan hidup pada mahasiswa. *Cognicia*, 7(1), 95–111.
- Saris, W. ., Veenhoven, R., Scherpenzeel, A. C., & B., B. (1996). A comparative study of satisfaction with life in Europe. In *Eötvös University Press*.
- Sarwono, S. W. (1987). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. CV Rajawali.
- Seligman, M. E. P. (2013). *Beyond Authentic Happiness, Menciptakan Kebahagiaan Sempurna dengan Psikologi Positif*. Kaifa.
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(1–4), 475–492. <https://doi.org/10.1007/BF00352944>
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>
- Streiner, D. L. (2003). Starting at the beginning : an introduction to coefficient alpha and internal consistency. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), 99–103.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sukmasari, R. N. (2016). *Studi: Wanita Lebih Minder Saat Bandingkan Diri dengan Orang Lain di Sosmed*. DetikHealth. <https://health.detik.com/berita->

- detikhealth/d-3375048/studi-wanita-lebih-minder-saat-bandingkan-diri-dengan-orang-lain-di-sosmed
- Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and gratification theory - Why adolescents use facebook? *Medijska Istrazivanja*, 20(2), 85–110.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231–248. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.106.2.231>
- Wood, J. V. (1996). What is social comparison and how should we study it? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(5), 520–537. <https://doi.org/10.1177/0146167296225009>
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application—Taking Tik Tok as an Example. *9th International Conference on Information and Social Science, Iciss*, 340–343. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>
- Yokota, S. (2020). *A Look at TikTok Overtaking the World in 2019*. <https://en.lab.appa.pe/2020-01/a-look-at-tiktok-overtaking-the-world-in-2019.html>
- Yudanagara, B., Paramita, A., Wati, I., Maratus Sholihah, W., Hasan, S., & Novrina, P. D. (2018). Social Comparison. *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*, October. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.251>
- Yusuf, A, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Kencana.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A