

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Social Comparison*

2.1.1 Definisi *Social Comparison*

Pertama kali teori *social comparison* dikemukakan oleh Festinger (1954) yang mendefinisikan *social comparison* sebagai proses evaluasi individu ketika melakukan perbandingan antara dirinya dengan orang lain untuk menilai kemampuan serta pendapat yang dimiliki untuk mencapai kesatuan. Festinger (1954) menekankan bahwa setiap individu memiliki dorongan (*drive*) untuk membandingkan dirinya dengan orang lain untuk melihat seberapa baik atau buruknya individu. Mussweiler et al. (2005) menjelaskan *social comparison* berdasarkan pendekatan sosio-kognitif sebagai proses dasar psikologis seorang individu setiap kali menerima informasi tentang diri sendiri atau orang lain sehingga mengakibatkan proses perbandingan informasi secara kognitif (*comparative information processing*). Menurut Mussweiler et al (2005), *social comparison* merupakan hasil dari proses sosial kognitif melalui efisiensi kognitif (*cognitive efficiency*) dan aksesibilitas pengetahuan (*knowledge accessibility*) sehingga dapat memberikan penilaian kritis (*critical judgement*).

Buunk dan Gibbons (1999) mendefinisikan *social comparison* sebagai cara individu memahami dirinya sendiri (*the self*) dengan melihat perbedaan antara dirinya dan orang lain dengan motif untuk memperbaiki diri, mengevaluasi diri, dan meningkatkan diri. Menurut Buunk dan Gibbons (1999), *social comparison* merupakan hal yang universal bagi individu berusaha untuk memahami diri sendiri serta dunia sosial yang mereka miliki dengan cara membandingkan diri dan orang lain.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, penelitian ini menggunakan definisi *social comparison* dari Buunk dan Gibbons sebagai acuan penelitian ini karena Buunk dan Gibbons telah mengembangkan dan memperbarui teori utama *social comparison* dari Festinger. Teori yang dikemukakan oleh Buunk dan Gibbons menekankan *social comparison* tidak sebatas untuk memahami diri tetapi

sebagai dasar yang dapat digunakan individu untuk memperbaiki, mengevaluasi, dan meningkatkan diri. Berbeda dengan teori dari Mussweiler yang lebih membahas perbandingan sosial dilakukan untuk memberikan penilaian kritis terhadap sesuatu bukan untuk diri sendiri, begitupun teori Festinger yang cenderung menyatakan bahwa perbandingan sosial hanya sebatas dorongan untuk mengevaluasi diri agar mencapai kesatuan dalam suatu kelompok sosial.

Maka dapat disimpulkan bahwa teori Buunk dan Gibbons fokus membahas perbandingan sosial untuk evaluasi, perbaikan diri, serta meningkatkan diri sehingga lebih berkaitan dengan fenomena *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram untuk melakukan eksplorasi identitas. Selain itu teori *social comparison* pada penelitian ini milik Buunk dan Gibbons (1999) menjadi acuan penelitian berkaitan *social comparison* di Indonesia (Winata & Andang Sari (2017), India (Treesa & Kukreja Bhayana (2020), Amerika (Mackson et al., 2019).

2.2.2 Dimensi *Social Comparison*

Menurut Buunk dan Gibbons (1999) dimensi *social comparison* terdiri dari dua yaitu:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah keahlian seorang individu ketika melakukan sesuatu. Melalui *social comparison*, seorang individu dapat melihat sejauh mana kemampuan yang ia miliki melalui perbandingan sosial.

b. Pendapat (*opinion*)

Pendapat merupakan hasil pemikiran seorang individu terhadap suatu hal. Membandingkan pendapat diri dengan orang lain dapat memengaruhi bagaimana individu tersebut berperilaku, berpikir, dan merasakan sesuatu agar diterima serta mencapai kesatuan dengan kelompok sosialnya.

2.2.3 Faktor yang memengaruhi *Social Comparison*

Buunk dan Gibbons (1999) menyatakan terdapat tiga faktor yang memengaruhi seorang individu melakukan *social comparison* yaitu:

a. Evaluasi diri (*Self-Evaluation*)

Evaluasi diri merupakan cara individu memahami kemampuan (*abilities*) dan pendapat (*opinion*) yang dimiliki. Individu yang tidak memiliki standar evaluasi terpicu untuk melakukan perbandingan sosial dan menyesuaikan evaluasi berdasarkan standar yang ada di lingkungannya, namun Buunk dan Gibbons (2007) menjelaskan standar evaluasi diri yang buruk dapat terjadi ketika seorang individu selalu merasa iri akibat tidak puas dengan apa yang dimilikinya. Faktor *self-evaluation* berkaitan dengan *gratitude* yang dimiliki oleh individu. Penelitian Mao et al (2020) menjelaskan *emerging adulthood* dengan rasa syukur (*gratitude*) yang tinggi mampu melakukan evaluasi diri (*self-evaluation*) secara objektif sehingga meminimalisasi perilaku *social comparison* yang menyebabkan rasa iri.

b. Perbaikan diri (*Self-Improvement*)

Self-improvement merupakan keinginan individu untuk memperbaiki diri. Perbandingan sosial dilakukan untuk melihat bagaimana kemampuan serta pendapat yang dimiliki orang lain sehingga individu dapat memperoleh acuan terkait hal apa yang perlu diperbaiki baik dari segi pemahaman, kemampuan, dan cara berpendapat.

c. Peningkatan diri (*Self-enhancement*)

Self-enhancement adalah keinginan individu untuk meningkatkan diri baik dari segi rasa percaya diri (*self-esteem*) maupun konsep diri (*self-concept*). Umumnya individu merasa terancam ketika berada di situasi atau lingkungan tertentu sehingga individu terdorong untuk melakukan perbandingan sosial untuk meningkatkan diri agar sesuai dengan lingkungan sekitarnya.

2.2 *Gratitude*

2.2.1 Definisi *Gratitude*

Gratitude menurut Watkins (2014) adalah perasaan yang hanya dapat dirasakan ketika individu menegaskan bahwa sesuatu yang baik telah terjadi. Individu yang bersyukur mengapresiasi kehidupan yang dimiliki mulai dari hal kecil dan merasa berkelimpahan (*sense of abundance*). Menurut Peterson dan Seligman (2004) rasa syukur merupakan perasaan bahagia dan terima kasih kepada diri sendiri atau kepada orang lain ketika memperoleh sesuatu. Emmons et al. (2002) menjelaskan *gratitude* sebagai emosi positif yang ditunjukkan oleh seorang individu melalui rasa syukur sehingga mereka cenderung untuk mengenali dan menanggapi sesuatu secara positif atas pengalaman, hasil yang diperoleh, serta peran orang lain dalam hidupnya.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, peneliti menggunakan definisi *gratitude* berdasarkan Emmons et al. sebagai acuan penelitian ini karena Emmons et al. menjelaskan rasa syukur sebagai emosi positif yang dapat dirasakan di berbagai situasi sehingga tidak hanya sebatas dirasakan ketika memperoleh sesuatu. Berbeda dengan teori dari Watkins yang menekankan bahwa rasa syukur hanya dapat diperoleh akibat suatu hal yang 'baik' terjadi, begitupun Peterson dan Seligman yang menyatakan rasa syukur merupakan perasaan bahagia ketika memperoleh sesuatu dari orang lain. Selain itu, teori ini dipilih karena banyak dijadikan dasar penelitian yang membahas terkait *gratitude* pada pengguna media sosial seperti Instagram secara komprehensif di beberapa negara seperti di Indonesia (Winata & Andangsari (2017), China (Mao et al. (2020), Malaysia (Koay et al. (2020), dan Italia (Sciara et al. (2021).

2.2.2 *Facet Gratitude*

Emmons et al. (2002) menjelaskan bahwa *gratitude* terdiri dari beberapa *facet*. Istilah *facet* digunakan Emmons et al. (2002) karena *gratitude* merupakan satu kesatuan yang tidak terpisah dari satu sama lain. Berikut merupakan empat segi atau *facet* dari *gratitude* yang dapat menunjukkan kecenderungan seseorang dalam bersyukur:

a. Intensitas (*Intensity*)

Intensitas mengacu pada seberapa banyak individu merasa bersyukur. Individu dengan intensitas *gratitude* yang tinggi akan menunjukkan rasa syukur terhadap banyak hal sehingga meningkatkan kebahagiaan yang dimiliki.

b. Frekuensi (*Frequency*)

Frekuensi mengacu pada seberapa sering individu tersebut memiliki rasa syukur. Individu yang bersyukur akan menunjukkan rasa syukurnya tiap hari mulai dari hal kecil maupun besar seperti menerima bantuan sederhana (*simple favor*) ataupun hanya tindakan sopan (*act of politeness*).

c. Jangka (*Span*)

Jangka (*span*) mengacu pada jumlah individu menunjukkan rasa syukur yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu.

d. Densitas (*Density*)

Densitas merupakan mengacu pada jumlah objek atau orang lain yang disyukuri keberadaannya oleh seorang individu.

2.2.3 Faktor yang memengaruhi *Gratitude*

Emmons et al. (2002) menyatakan 3 faktor yang memengaruhi *gratitude* yaitu:

a. Afek Positif dan kesejahteraan (*Positive affective trait and well-being*)

Faktor utama yang memengaruhi rasa syukur adalah kecenderungan seorang individu untuk memiliki emosi positif sehingga seorang individu akan memiliki rasa syukur dan memperoleh kesejahteraan dalam dirinya.

b. Sifat Prososial (*Prosocial traits*)

Sifat prososial menjadi faktor kedua yang memengaruhi *gratitude* karena ketika seorang individu menolong orang lain maka ia akan sensitif dan

empati dengan lingkungan di sekitarnya sehingga ia memiliki rasa syukur atas apa yang dimiliki.

c. Agama dan spiritual (*Religion dan Spirituality*)

Faktor ketiga yang memengaruhi *gratitude* adalah agama atau spiritual, hal ini mengacu bagaimana seorang individu memiliki keyakinan bahwa terdapat kontribusi '*non-human forces*' seperti Tuhan, keberuntungan, dan sebagainya atas keberadaan serta kesejahteraan yang dimiliki sehingga ia memiliki rasa syukur.

2.3 Kerangka Berpikir

Emerging adulthood adalah masa transisi dari remaja menuju dewasa sehingga mengalami ketidakstabilan (*instability*) akibat dorongan untuk mengeksplorasi identitas diri lebih banyak khususnya dari segi relasi, pekerjaan, serta hubungan romantis (Arnett et al., 2014). Melalui media sosial seperti Instagram, *emerging adulthood* dapat melakukan evaluasi diri dengan melakukan perbandingan antara dirinya dengan orang lain. Stapleton et al. (2017) menjelaskan perolehan *feedback* positif dari foto, video, dan tulisan yang telah diunggah dalam Instagram merupakan salah satu cara *emerging adulthood* memperoleh konsolidasi identitas (*identity consolidation*). Akan tetapi saat individu menemukan perbedaan antara dirinya dengan orang lain, mereka terdorong untuk melakukan *social comparison*.

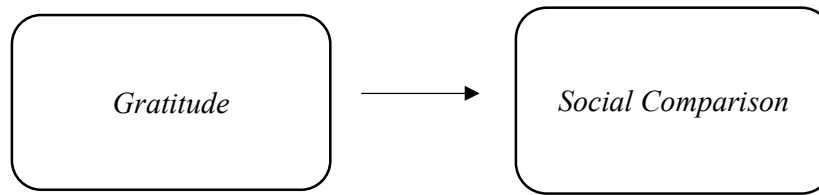
Buunk dan Gibbons (1999) mendefinisikan *social comparison* sebagai perilaku membandingkan untuk melihat perbedaan antara kemampuan serta pendapat dirinya dengan orang lain. *Social comparison* merupakan karakteristik universal dari seorang manusia agar mampu memperbaiki diri, mengevaluasi diri, dan meningkatkan diri (Buunk & Gibbons, 2006). *Reflective awareness* yang meningkat pada *emerging adulthood* menyebabkan individu untuk melakukan evaluasi dengan membandingkan dirinya dengan orang lain (Wenth, 2020).

Evaluasi diri buruk timbul akibat merasa iri dan tidak puas dengan apa yang dimiliki sehingga memicu emosi negatif ketika melakukan perbandingan sosial (Buunk & Gibbons, 2007). Hal tersebut diakibatkan oleh *emerging adulthood* yang tidak mampu mengatur informasi yang diterima secara objektif (Stapleton et al., 2017) sehingga memicu perasaan negatif dan evaluasi diri yang buruk karena menganggap orang lain lebih bahagia dan sukses sehingga menimbulkan perasaan *inferior*, kurang diistimewakan, dan tidak bersyukur (*ungrateful*) (Jeyanthi, 2022).

Buunk dan Gibbons (2007) menjelaskan penyebab besar rasa iri ketika melakukan *social comparison* diakibatkan oleh *self-evaluation* yang buruk karena tidak memiliki standar evaluasi yang baik sehingga ketika melakukan perbandingan sosial selalu merasa tidak puas atas yang dimilikinya. Timbulnya perasaan tidak bersyukur akibat evaluasi diri yang buruk berkaitan dengan penjelasan dari Weiner (sebagaimana dikutip oleh Emmons & McCullough, 2012) yang menyatakan bahwa rasa syukur (*gratitude*) dapat dirasakan oleh seorang individu setelah individu mengetahui dan memahami bahwa terdapat hal eksternal yang menjadi pemicu munculnya emosi positif. Oleh karena itu, sifat kompetitif *emerging adulthood* di Instagram memicu emosi negatif sehingga menganggap orang lain lebih 'baik' karena merasa kurang bersyukur dengan apa yang dimiliki (Noon, 2020).

Emmons et al. (2002) menjelaskan *gratitude* sebagai emosi positif yang ditunjukkan oleh seorang individu melalui rasa syukur sehingga mereka cenderung untuk mengenali dan menanggapi sesuatu secara positif atas pengalaman, hasil yang diperoleh, serta peran orang lain dalam hidupnya. Individu yang memiliki rasa syukur mampu melakukan evaluasi diri secara objektif sehingga meminimalisasi perilaku *social comparison* (Mao et al., 2020) yang timbul akibat *social comparison*.

Uraian diatas menjadi dasar peneliti ingin mengetahui pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* yang dilakukan oleh *emerging adulthood* di Instagram. Gambar 1 merupakan ilustrasi kerangka berpikir penelitian ini.



Gambar 1. 1 Ilustrasi Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis

Penelitian ini memiliki hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan negatif dari *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram.

H_a : Terdapat pengaruh negatif signifikan dari *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram.