

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan perkembangan teknologi dan komunikasi secara global semakin meningkat, dengan adanya internet segala akses kehidupan menjadi lebih mudah dan sebagian besar populasi di dunia saat ini terhubung secara *online*. Berdasarkan pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 dari 262 juta orang Indonesia tercatat sebanyak 143,26 juta orang sebagai pengguna internet, dari jumlah tersebut mayoritas penetrasi pengguna internet adalah kelompok usia 13-18 tahun. Kelompok usia tersebut paling mendominasi dibandingkan kelompok usia lainnya, dan penggunaan internet sebagian besar dilakukan untuk mengakses media sosial yakni sebesar 87,13%. (APJII, 2017).

Akses penggunaan media sosial terbatas karena sebagian besar mengharuskan persyaratan usia, seperti Instagram, Facebook, Twitter dengan usia minimal 13 tahun ke atas, dan Youtube dengan usia minimal 18 tahun. Kominfo bekerjasama dengan UNICEF melakukan studi tentang “Keamanan Penggunaan Media Digital pada Anak dan Remaja Indonesia”, ditemukan bahwa setidaknya ada 30 juta anak dan remaja di Indonesia merupakan pengguna internet, dan media sosial saat ini menjadi pilihan utama saluran komunikasi yang mereka gunakan (Kementerian Kominfo, 2014).

Salah satu media sosial yang paling populer di kalangan muda saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial dalam bentuk

media sosial, pengguna Instagram di Indonesia menempati posisi ke empat dunia dengan pengguna terbanyak. Pernyataan tersebut didukung oleh survei *We Are Social* (2019) yakni mencapai 80% dari jumlah penduduk Indonesia atau sebanyak 56 juta pengguna aktif.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di perangkat *iOS Apple, Android, dan Windows Phone*. Pengguna bisa mengunggah foto atau video, dan membaginya dengan pengikut mereka, atau dengan grup teman. Pengguna juga bisa melihat, mengomentari, dan menyukai postingan yang dibagikan oleh teman mereka di Instagram (Instagram, 2019). Instagram juga memiliki fitur pesan secara langsung seperti *chat* pada pengguna lainnya, dan juga *stories*. *Stories* berisi postingan foto, video atau *polling* pada *feed* berjalan yang hanya dapat dilihat selama 24 jam.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang perlu perhatian khusus karena dampaknya pada kesehatan dan kesejahteraan remaja. *Royal Society for Public Health* (2017) juga melaporkan bahwa Instagram dan Snapchat menempati peringkat terburuk untuk kesehatan mental dan kesejahteraan, berdasarkan pada dampak negatif yang diukur yakni kecemasan, depresi, kesepian, kualitas tidur, masalah citra diri, hubungan dunia nyata, dan *fear of missing out* (FOMO). Penelitian lain menyebutkan bahwa penggunaan *Instagram* sebagai situs jejaring sosial pada remaja berhubungan dengan kualitas tidur, kecemasan, rendahnya harga diri, depresi (Woods & Scott, 2016), serta gangguan spesifik lainnya seperti bipolar-mania, narsistik dan kepribadian histonik (Rosen dkk., 2013).

Kasus pada pengguna *Instagram* yang termuat dalam berita harian Kompas (2019) menyebutkan seorang remaja 16 tahun tanpa identitas, diduga mengalami depresi dan membuat *polling* melalui fitur di *Instagram story* (*instastory*) untuk bunuh diri. Remaja tersebut menuliskan “Sangat penting. Bantu saya memilih D/L” dimana D untuk *Die* atau mati dan L merujuk pada *Live* atau hidup. Menurut penjelasan polisi hasil *polling* menunjukkan D sebanyak 69% dan L sebanyak 31%. Remaja itu kemudian bunuh diri dengan melompat dari atas bangunan lantai tiga dengan kematian mendadak (Perdana, 2019).

Depresi berkontribusi secara signifikan terhadap beban penyakit global dan mempengaruhi orang-orang di seluruh dunia. Menurut WHO (2012) depresi diperkirakan terjadi pada 350 juta orang di dunia. Gangguan depresi banyak terjadi mulai usia muda dan mereka yang depresi sering mengalami kekambuhan. WHO juga mencanangkan bahwa tahun 2020 depresi menjadi penyebab utama kedua beban kesehatan dunia, dan tahun 2030 memperkirakan depresi sebagai penyumbang beban penyakit terbesar (WHO, 2012).

Prevalensi depresi menurut data Riskesdas (2018) berdasarkan survei nasional tahun 2013 tercatat sebanyak 6,1% mengalami depresi, kemudian tahun 2018 meningkat menjadi 9,8% dari jumlah penduduk Indonesia. Penderita depresi yang menjalani pengobatan medis hanya 9%, sedangkan 91% lainnya tidak berobat. (Kemenkes, 2018). Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa di Indonesia semakin banyak individu yang mengalami depresi, dengan lebih banyaknya penderita yang tidak melakukan pengobatan kemungkinan jumlahnya akan terus meningkat.

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Peltzer dan Pengpid (2018) dilaporkan bahwa secara keseluruhan 15% orang mengalami depresi sedang dan 6% mengalami depresi berat, dan diantara kelompok usia yang berbeda, remaja berusia 15-19 tahun paling banyak mengalami depresi terutama remaja perempuan dengan prevalensi tertinggi sebanyak 32%, dan remaja laki-laki sebanyak 26% (Peltzer & Pengpid, 2018).

Peneliti melakukan *pre-eliminatory* pada pengguna *Instagram* di Indonesia sebanyak 247 orang, mulai dari remaja usia 13 tahun hingga dewasa yang belum menikah, ditemukan bahwa remaja usia 13-15 tahun paling banyak mengalami depresi berat sebesar 18% atau sebanyak 44 orang, kemudian remaja usia 16-18 tahun tertinggi mengalami depresi sedang sebesar 26% atau sebanyak 64 orang. Berbeda dengan remaja, orang dewasa menggunakan internet atau media sosial untuk berkomunikasi dengan teman atau keluarga yang berhubungan dengan menurunnya depresi (Bessiere dkk., 2010). Faktor yang mempengaruhi hal tersebut kemungkinan karena berkurangnya respon emosi, meningkatnya kontrol emosi, dan kekebalan terhadap pengalaman *stressfull* pada orang dewasa (Lubis, 2009)

Menurut Beck (1967) depresi berasal dari penilaian-penilaian negatif yang memperkuat gambaran diri negatif, yang kemudian bergabung membentuk konsep diri negatif. Individu yang mengalami depresi adalah mereka yang memiliki penilaian negatif yang kronis tentang diri sendiri, dunia sekitar dan masa depannya. (*negative triad*) (Beck, 1967). *Negative triad* memicu dan dipicu oleh berbagai penyimpangan kognitif tertentu, yang membuat individu tersebut

menerima realitas yang salah (Davison dkk., 2010). Individu dengan *negative triad* memiliki kecenderungan untuk mengembangkan depresi klinis pada masa remaja atau dewasanya (Beck, 1967).

Aktivitas remaja pengguna Instagram memiliki peluang lebih tinggi untuk megembangkan depresi karena remaja lebih sering *browsing* di Instagram (Frison & Eggermont, 2017). Terdapat dua tipe pengguna media sosial berdasarkan aktivitas penggunaannya yakni aktif dan pasif. Pengguna Instagram yang melakukan *browsing* dengan melihat informasi pengguna lain tanpa melakukan aktivitas umpan balik (misalnya menggulir *feed* berita, melihat *posting*) termasuk sebagai pengguna pasif (Verduyn dkk., 2015). Pengguna pasif di media sosial seperti Instagram berhubungan dengan peningkatan gejala depresi yang lebih besar di kalangan remaja, peningkatan gejala depresi ini tetap terjadi meskipun pengguna berusaha untuk mengendalikan waktu yang dihabiskan di media sosial (Thorisdottir dkk., 2019).

Menurut teori Erikson (1968, dalam Hamachek, 1990) remaja memiliki tugas perkembangan utama yakni identitas *versus* kebingungan identitas. Jika remaja tidak cukup berhasil dalam menjajaki berbagai peran dan mendefinisikan masa depannya secara positif, maka mereka akan mengalami kebingungan identitas (Santrock, 2007).

Remaja yang mengalami kebingungan identitas akan berusaha memenuhi kebutuhan psikososial melalui beberapa motif terlibat dalam aktivitas *online* seperti instagram. Motif-motif antara lain eksplorasi diri, kompensasi sosial, fasilitas sosial, dan presentasi diri secara lebih terbuka (Valkenburg dkk., 2005;

Bazarova & Choi, 2014). Pertama motif eksplorasi diri, dimana media sosial menjadi salah satu fasilitas untuk mengembangkan identitas individu dan ketrampilan sosial yang unik (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

Remaja menggunakan media sosial menurut Smith (2011, dalam Verduyn dkk., 2017) untuk (a) menjalin hubungan dengan teman lama yang kehilangan kontak, (b) menjalin hubungan dengan orang lain dengan hobi atau minat bersama, (c) menjalin pertemanan baru, (d) mengikuti selebritas, dan (e) menemukan pasangan untuk hubungan romantis.

Kedua motif kompensasi sosial, bagi remaja yang mengalami kesulitan membangun hubungan, remaja yang mengalami penolakan interpersonal akan lebih mungkin menggunakan Instagram untuk melarikan diri dari kehidupan nyata (Sheldon & Newman, 2019). Ketiga motif fasilitas sosial, dimana media sosial sebagai fasilitas meningkatkan pembentukan hubungan (Valkenburg dkk., 2005). Banyak faktor yang menyebabkan individu menjadi depresi, penyebab utama dan terpeliharanya depresi berasal dari hubungan yang bermasalah, kehilangan hubungan interpersonal utama, dan gangguan pada peran sosial atau transisi peran (Markowitz & Weissman, 2012).

Motif terakhir adalah presentasi diri atau *self-presentation*, adanya media sosial membuat seseorang menjadi lebih terbuka dalam mengekspresikan perasaannya dan membagikannya kepada orang lain (Bazarova & Choi, 2014). *Instagram* sebagai *platform* yang mengarahkan pada manipulasi realitas, dan *self-presentation* yang ideal dimana individu menggambarkan diri mereka dengan cara memenuhi keinginan ideal di masyarakat (Barac & Maekawa, 2017). Kebanyakan

orang akan mengunggah hal-hal positif dan citra diri yang ideal di Instagram. *Posting* diri yang ideal ini berbahaya bagi individu yang memiliki *social comparison* yang tinggi dengan cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain (Barac & Maekawa, 2017).

Pengguna Instagram secara tidak sadar terlibat dalam *social comparison*, karena adanya paparan yang besar di media sosial untuk melihat kisah dan pengalaman hidup anggota jejaring lainnya (Chae, 2017). Mereka juga memiliki kecenderungan memilih dan menekankan aspek diri paling positif dari kehidupan mereka (Lup dkk., 2015).

Social comparison menurut Festinger (1954) individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya melalui pendapat dan kemampuan mereka dengan individu lain. *Ability* sebagai perbandingan individu mengenai penilaian tentang kemampuan dirinya dan *opinion* menjelaskan perbandingan individu ketika ingin mengetahui penilaian kognisi yang dimilikinya merupakan hal yang tepat atau tidak tepat (Gibbons & Buunk, 1999). Penilaian tingkat perbedaan individu sebagai kecenderungan untuk *social comparison* terkait dengan hasil, situasi dan pengalaman individu dengan orang lain (Gibbons & Buunk, 1999).

Individu yang sudah tidak merasa puas akan kehidupannya cenderung akan menggunakan situs jejaring sosial dengan cara membandingkan dirinya dengan individu lain yang memiliki kehidupan lebih baik (Frison & Eggermont, 2017). Hasil penelitian sebelumnya pada pengguna Instagram di Indonesia ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* dengan depresi. Pengguna Instagram harus menyadari bahwa Instagram dapat

memfasilitasi negatif *social comparison* yang dapat menyebabkan gejala depresi, sehingga penggunaannya harus lebih berhati-hati (Gaol dkk., 2018).

Platform media *Instagram* akan terus *update* baik itu foto atau video yang dibagikan oleh teman, ataupun melalui *explore* yang sedang *viral* saat ini. Para pengguna *Instagram* di Indonesia saja tercatat memposting lebih dari 150 foto dalam sebulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap harinya, menghasilkan 3.5 miliar *likes* perhari (Edwin, 2016). *Postingan* yang akan terus *update* ini justru akan memicu individu untuk melakukan *social comparison* secara terus-menerus (Chae, 2017). *Instagram* sebagai media sosial yang memiliki karakteristik khusus dimana pengguna terhubung secara *nonreciprocal*, dimana pengguna dapat memilih untuk mengikuti pembaruan pengguna lain tanpa orang lain mengikuti pembaruan mereka juga (Hu dkk., 2014).

Menurut Ruble (1980, dalam Santrock, 2007) dibandingkan anak-anak, remaja memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) ketika mengevaluasi dirinya. Remaja berada pada masa mereka sering menjadikan kelompok teman sebaya sebagai acuan konformitas, evaluasi diri, dan *social comparison* (Santrock, 2007). Kapasitas yang terbatas menjadikan remaja juga terbatas untuk meregulasi diri dan rentan terhadap tekanan dari teman sebaya (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011), sehingga remaja menjadi paling beresiko akan dampak negatif dari *social comparison* di *Instagram*.

Kondisi tersebut ditunjukkan melalui penelitian Charoensukmongkol (2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan situs jejaring sosial dengan *social comparison*. Hasil penelitian menyatakan secara signifikan lebih tinggi pada remaja yang berada dalam kelompok teman sebaya yang dikategorikan pada kompetisi kelompok yang tinggi. Remaja biasanya berusaha untuk mendapatkan dominasi lebih unggul dari rekan-rekan lain dalam sebuah kelompok, hal ini dapat memicu mereka untuk mengembangkan kecenderungan *social comparison* yang lebih tinggi.

Remaja yang berada pada kelompok teman sebaya dimana para anggota biasanya bersaing untuk menjadi lebih unggul dari yang lain dapat menyebabkan remaja menghadapi tekanan yang luar biasa. Selain itu mereka lebih cenderung *envy* pada orang lain yang mereka anggap lebih menarik atau lebih unggul dari mereka (Tandoc dkk. 2015).

Envy ditemukan pada remaja yang sering menggunakan situs jejaring sosial dalam waktu yang cukup lama, sehingga mengakibatkan timbulnya depresi (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Pengguna media sosial yang pasif menunjukkan adanya peningkatan *envy* (Verduyn dkk., 2015). Pengguna media sosial terutama pasif, memiliki tingkat *envy* yang lebih tinggi juga menunjukkan tingkat gejala depresi yang lebih tinggi. (Tandoc dkk, 2015). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa melihat atau menelusuri *posting* positif orang lain memiliki efek negatif pada suasana hati, sehingga menyebabkan *envy* dan perasaan bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik (Chou & Edge, 2012).

Pada *setting* media sosial pengguna terlibat dalam *social comparison*, dimana pengguna yang memiliki ikatan diri positif dengan pengguna lain, mereka akan memunculkan perasaan bahagia dan *benign envy* ketika melihat pengguna lain menjadi lebih baik, sebaliknya jika tidak memiliki ikatan kemungkinan mereka akan menimbulkan perasaan menyakitkan dan *malicious envy* (Lin & Utz, 2015). Penelitian Lup, Trub, dan Rosenthal (2015) menyebutkan bahwa pengguna yang mengikuti lebih banyak orang yang tidak dikenal menunjukkan gejala depresi yang meningkat, sedangkan pada individu yang mengikuti lebih sedikit orang yang tidak dikenal menunjukkan gejala depresi yang menurun. Semakin sering melihat *posting* pengguna lain yang tidak memiliki ikatan bahkan orang yang tidak dikenal maka kemungkinan akan menimbulkan *malicious envy* yang dapat mengarahkan dengan kemungkinan terjadinya depresi.

Lange dan Crusius (2015) mendefinisikan bahwa *envy* merupakan emosi yang dasarnya menyakitkan, berhubungan dengan dinamika motivasi yang berbeda dan konsekuensi perilaku. *Envy* sering disalahartikan dengan kecemburuan (*jealousy*). *Envy* dan *jealousy* dapat terjadi secara bersamaan, *jealousy* sering disertai dengan *envy* sedangkan *envy* dapat dengan mudah terjadi tanpa *envy* (Parrot & Smith, 1993). *Jealousy* bisa terjadi ketika seseorang takut kehilangan, atau telah kehilangan, hubungan penting dengan orang lain dengan pihak ketiga, sedangkan *envy* dapat terjadi ketika seseorang tidak memiliki apa yang dimiliki orang lain dan berharap orang lain tidak memilikinya (Parrot, 1991).

Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa *envy* memiliki dua bentuk yang berbeda yakni *benign envy* dan *malicious envy* dan dikonsepsikan secara

multidimensional oleh Lange dan Crusius (2015). *Benign envy* diperoleh ketika individu yang iri merasakan kontrol yang tinggi dalam mengatasi ancaman status dan mengevaluasi kesuksesan individu yang diiri sebagai layak. Sebaliknya, *malicious envy* diperoleh ketika individu yang iri merasakan kontrol yang rendah dalam mengatasi ancaman status dan mengevaluasi kesuksesan individu yang diiri sebagai tidak layak (Lange & Crusius, 2015).

Penelitian tentang penggunaan media sosial oleh Appel, Crusius dan Gerlach (2015) mengemukakan bahwa individu yang depresi mengarah pada tingkat *social comparison* yang lebih tinggi yang membuat individu menjadi lebih *envy*. *Envy* muncul karena adanya inferioritas yang lebih tinggi. Perasaan inferior hadir baik dalam *benign envy* ataupun *malicious envy* dan perasaan depresi cenderung ada pada keduanya (Van de Ven, Zeelenberg, & Pieters, 2009). Berdasarkan hasil tersebut ada kemungkinan bahwa individu yang melakukan *social comparison* mengalami baik itu *benign* ataupun *malicious envy* yang dapat mengarah pada depresi.

Penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan *envy* yang diukur secara unidimensional dan masih sedikit penelitian lebih lanjut terkait *envy* secara multidimensional. Perbedaan bentuk *envy* secara unik kemudian menjadi fokus peneliti untuk mengkaji pengaruh antara *social comparison* terhadap depresi dengan *envy* secara multidimensional sebagai variabel mediator pada remaja pengguna Instagram.

1.2 Identifikasi Masalah

Karakteristik utama depresi merupakan pandangan diri negatif dan evaluasi diri orang lain yang diyakini sebagai bagian dari proses *social comparison*. (Beck, 1967). Individu yang memberikan penilaian negatif kepada dirinya ketika melakukan *social comparison* akan lebih rentan mengalami depresi.

Penelitian yang telah dilakukan pada pengguna *Instagram* Indonesia memiliki *social comparison* yang berhubungan dengan gejala depresi, dan hubungan antara *persentase* orang yang tidak dikenal diikuti dan *social comparison*. Sedangkan hubungan antara frekuensi penggunaan *Instagram* dan *social comparison* tidak signifikan. Penelitian tersebut menggunakan subjek dewasa, sedangkan tingkat depresi yang tinggi ditemukan oleh peneliti melalui *pre-elimenary* cenderung lebih banyak terjadi pada remaja terutama usia 13-18 tahun yang menggunakan media sosial khususnya Instagram.

Menurut Ruble (1980, dalam Santrock, 2007) remaja memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) ketika mengevaluasi dirinya. Remaja Indonesia memiliki karakteristik unik dimana rata-rata masyarakat Indonesia skor individualisme yang rendah yakni 14 yang dikategorikan dalam masyarakat kolektivis, yang berarti preferensi tinggi untuk mendefinisikan *social framework* dimana individu diharapkan dapat menyesuaikan diri dengan cita-cita masyarakat dan kelompok dimana mereka berada. Kolektivisme yang lebih tinggi berhubungan dengan meningkatnya keinginan membandingkan diri secara umum (Hofstede, 2005).

Remaja dalam masyarakat Indonesia kemungkinan melakukan *social comparison* sesuai dengan keinginan masyarakat atau kelompok secara ideal. Kemungkinan tersebut didukung oleh penelitian Barac dan Maekawa (2017) yang menemukan bahwa Instagram digunakan sebagai *platform* yang mengarahkan pada manipulasi realitas, dan gambaran diri yang ideal dimana individu menggambarkan diri mereka dengan cara memenuhi keinginan ideal di masyarakat. Jika remaja melakukan *social comparison* di Instagram maka mereka akan menganggap bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dibandingkan dirinya.

Tugas utama perkembangan remaja menurut teori Erikson (1968, dalam Hamacheck, 1990) ialah identitas *versus* kebingungan identitas. Media sosial termasuk Instagram membantu remaja mengembangkan identitas dirinya. Melalui *Instagram* individu dapat melihat atau menelusuri postingan dari orang lain yang tidak dikenal yang bersifat publik, diluar dari keluarga atau teman yang mereka kenal. Pengguna *Instagram* terhubung secara *nonreciprocal*, dimana pengguna dapat memilih untuk mengikuti pembaruan pengguna lain tanpa orang lain mengikuti pembaruan mereka juga (Hudik, 2014).

Menurut Johnson (2008, dalam Vogel dkk., 2014) tujuan pengguna menggunakan media sosial termasuk Instagram adalah untuk melakukan *social comparison*, dimana pengguna tertarik untuk mempelajari orang lain dengan mengunjungi halaman profil orang tersebut tanpa perlu melakukan interaksi. Pada media sosial melihat *posting* diri orang lain dengan standar perbandingan yang tinggi memunculkan efek negatif pada suasana hati sebagai *envy* (Chou & Edge,

2012). Temuan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Tandoc dkk (2015) juga menemukan bahwa remaja dengan tingkat penggunaan media sosial yang lebih sering, terpapar lebih banyak konten (*postingan*) sehingga lebih besar kesempatan menjadi *envy*, akan memunculkan gejala depresi. Individu yang memiliki tingkat *envy* yang lebih tinggi juga memiliki tingkat gejala depresi yang lebih tinggi, adanya efek utama yang dimediasi oleh *envy*.

Penelitian terbaru dari Appel, Gerlach dan Crusius (2016) menemukan bahwa pengguna media sosial memberikan informasi untuk *social comparison* terutama yang menggambarkan diri secara positif, hal ini yang kemudian membuka peluang untuk *envy* dan memberikan efek negatif dari penggunaan media sosial pada kesejahteraan dan depresi. *Envy* diklarifikasi sebagai dapat memediasi hubungan antara *social comparison* pada pengguna media sosial dengan depresi.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya diketahui bahwa remaja menjadi paling rentan mengalami depresi khususnya pada remaja pengguna media sosial seperti *Instagram*. Penggunaan *Instagram* mungkin tidak sepenuhnya dapat menyebabkan depresi, akan tetapi *envy* yang dimiliki oleh individu sebagai emosi negatif dari dampak *social comparison* yang mengarah pada depresi, dimana *envy* memediasi pengaruh antara *social comparison* dan depresi. *Envy* dalam penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan *envy* yang diukur secara unidimensional.

Baru-baru ini ditemukan bahwa *envy* memiliki dua dimensi independen, yakni *benign envy* dan *malicious envy*. *Social comparison* secara signifikan

berhubungan dengan *benign envy* dan *malicious envy*, keduanya dapat memprediksi secara unik reaksi dari situasi perbandingan (Lange dkk., 2018). *Benign envy* dan *malicious envy* merupakan emosi yang sangat negatif ditandai oleh perasaan inferior dan frustrasi yang kuat dan keduanya muncul dengan frekuensi yang serupa. (Van de Ven, Zeelenberg, & Pieters, 2009). Perasaan inferior individu ditimbulkan oleh keunggulan orang lain yang *envy*, dan memprediksi kuat dapat menyebabkan depresi. (Smith dkk., 1994).

Berdasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui pengaruh antara *social comparison* terhadap depresi dengan *envy* secara multidimensional (*benign envy* dan *malicious envy*) sebagai variabel mediator pada remaja pengguna Instagram.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah yang telah ditentukan, agar penelitian dapat terarah dan mampu menjawab permasalahan penelitian dengan efektif serta efisien. Berikut merupakan batasan masalah dalam penelitian ini :

1.3.1 *Social Comparison*

Social comparison menurut Festinger (1954) individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya melalui pendapat dan kemampuan mereka dengan individu lain. Terdapat dua dimensi *social comparison* yakni *ability* dan *opinion*. *Ability* merupakan perbandingan yang dilakukan individu yang berorientasi untuk mengevaluasi kemampuan dirinya.

Opinion merupakan perbandingan yang dilakukan individu untuk membandingkan opininya dengan opini orang lain, yang berorientasi pada penilaian kognisi individu.

1.3.2 Depresi

Menurut Beck (1967) individu yang mengalami depresi memiliki pandangan negatif tentang dirinya, dunia sekitar, dan masa depan. Beck dkk., (1996, dalam Segal 2008) mengklasifikasikan empat kelompok gejala kedalaman depresi dengan gejala depresi rendah, gejala depresi ringan, gejala depresi sedang dan gejala depresi berat. Klasifikasi menggunakan alat ukur *Beck Depression Inventory Second Edition* (BDI II) terdiri dari 21 aitem indikator depresi.

1.3.3 Envy

Lange dan Crusius (2015) mendefinisikan *envy* ialah emosi yang terjadi ketika individu tidak memiliki kualitas unggul, prestasi atau kepemilikan. Secara khusus *envy* dibedakan menjadi dua dimensi multidimensional yakni *benign envy* dan *malicious envy*. *Benign envy* merupakan iri yang menyebabkan individu untuk menanamkan lebih banyak usaha agar menjadi sukses orang lain. *Malicious envy* merupakan iri yang mendorong individu untuk merendahkan orang lain.

1.3.4 Remaja Pengguna *Instagram*

Pada penelitian ini menggunakan remaja pengguna *Instagram* dengan rentang usia 13 – 18 tahun dengan status pelajar dan belum menikah.

1.4 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini yang menjadi rumusan masalah adalah “Apakah *social comparison* berpengaruh terhadap depresi dengan *envy* sebagai variabel mediator pada remaja pengguna *Instagram* ?”

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris apakah ada pengaruh antara *social comparison* dengan gejala depresi dan *envy* sebagai variabel mediator pada remaja pengguna *Instagram*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dalam bidang psikologi klinis dan kesehatan mental, tentang *social comparison*, *envy* dan gejala depresi yang terjadi pada remaja pengguna *Instagram*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dan pedoman untuk penelitian-penelitian selanjutnya, terutama untuk penelitian yang berhubungan dengan gejala depresi yang dipengaruhi oleh *social comparison*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Remaja Pengguna *Instagram*

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk meningkatkan kesadaran bahwa remaja rentan untuk terpapar dampak negatif di media

sosial terutama Instagram, sehingga remaja dapat lebih berhati-hati atau melakukan tindakan preventif demi menjaga kesehatan mental remaja itu sendiri.

2. Bagi Orangtua atau Keluarga Dekat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para orangtua atau keluarga dekat terkait kondisi psikologis remaja, agar dapat membantu para remaja mengurangi dampak negatif dari Instagram.