

**GAMBARAN RASA IRI PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



SKRIPSI

OLEH :

Muhammad Irham Fajri

04041382025060

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDERALAYA

2025

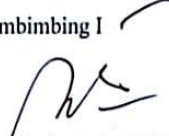
HALAMAN PENGESAHAN
GAMBARAN RASA IRI PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
SKRIPSI


Dipersiapkan dan disusun oleh
MUHAMMAD IRHAM FAJRI
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 10 Januari 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing I


Pembimbing II

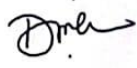

Amalia Juniarly, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197906262023212018


Angelina Hosana Zefany Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Penguji I

Penguji II


Yenni Anna Appulembang, S.Psi., M., Psy
NIP. 198409222018032001


Dewi Anggraini, S.Psi., M.Si
NIP. 198311022023212022

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
10 Januari 2025



Ageng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Irham Fajri
NIM : 04041382025060
Program studi : Psikologi
Fakultas : Kedokteran
Judul Skripsi : Gambaran Rasa Iri pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram

Indralaya, 10 Januari 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Amalia Juniarty, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197906262023212018

Dosen Pembimbing II



Angeline Hosana Z. Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Mengetahui,

Bagian Psikologi




Sayang Ajeng Mardiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

SURAT PERNYATAAN

Saya Muhammad Irham Fajri yang bertanda tangan di bawah ini, dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang sepengetahuan saya, dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah penelitian ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan, maka saya bersedia jika derajat kesarjanaan saya dicabut.

Indralaya, 10 Januari 2025

Yang Menyatakan,


Muhammad Irham Fajri
NIM. 04041382025060

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti mempersembahkan hasil penelitian skripsi ini dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua saya yaitu mama dan papa yang selalu mensupport saya dan memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu yang tinggi hingga dapat menyelesaikan gelar sarjana. Terima kasih atas doa, kepercayaan, dan pengorbanan yang selalu diberikan. Semoga mama dan papa senantiasa bahagia, sehat, dan dalam lindungan Allah SWT.
2. Saudara-saudara saya. Mereka yang selalu mensupport, memberikan bantuan, baik itu doa ataupun yang lainnya, serta keluarga besar juga yang terus mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Para teman-teman dan sahabat perjuangan saya, Terima kasih kalian sudah banyak memberikan bantuan, dukungan, mendengarkan keluh kesah dan selalu ada ketika diperlukan.
4. Diri sendiri. *I'm sorry for my bad, im sorry if im always lazy to doing this. I don't wanna like this again. Ill trying do my best.*

MOTTO

Lakukanlah selagi kamu bisa, berhentilah ketika kamu sudah tidak bisa.

“inna ma'al-'usri yusra” sesungguhnya dibalik kesulitan terdapat kemudahan (Q.S Al-

Insyirah : 6)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas dengan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul “Gambaran Rasa Iri Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Jurusan Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya. Dalam penulisan skripsi ini tentunya peneliti tidak bekerja sendirian. Akan tetapi dapat bantuan serta dukungan dari orang-orang secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih pada pihak terkait, anantara lain:

1. Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. dr. H. Syarif Husin, M.S selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si selaku Ketua Bagian Program Studi Psikologi.
4. Ibu Marisya Pratiwi, M. Psi., Psikolog selaku Koordinator Program Studi Psikologi
5. Ibu Amalia Juniarly, S.Psi., MA., Psikolog selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu saya dengan sabar dalam membimbing sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Angeline Hosana Zefany Tarigan, S.Psi., M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu bapak staff yang ada di bagian Program Studi Psikologi Universitas Sriwijaya.

8. Orang tua saya yaitu Drs. H. Taptazani, SH. dan Sunita, SE. M.Si yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan segala urusan dalam perkuliahan dan diluar perkuliahan.
9. Teman-teman dan sahabat saya yang telah membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Indralaya, 31 Desember 2024

Muhammad Irham Fajri
NIM. 04041382025060

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Persetujuan	ii
Surat Pernyataan	iii
Halaman Persembahan	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Keaslian Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11

A. Rasa Iri	11
1. Pengertian Rasa Iri	11
2. Faktor-Faktor Rasa Iri	12
3. Aspek-Aspek Rasa Iri	14
4. Fitur-Fitur Inti Rasa Iri	16
B. Remaja.....	17
1. Pengertian Remaja	17
2. Tugas Perkembangan Remaja	18
3. Ciri-ciri Masa Remaja	19
C. Media Sosial Instagram	20
1. Pengertian Media Sosial Instagram	22
2. Penyebab Menggunakan Media Sosial Instagram	23
3. Dampak Media Sosial Instagram	25
D. Gambaran Rasa Iri terhadap Remaja Pengguna Media Sosial Instagram	26
BAB III Metode Penelitian	29
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
1. Populasi	29
2. Sampel	30
3. Teknik Pengambilan Sampel	31
4. Jumlah Sampel Penelitian	31

D. Metode Pengumpulan Data.....	31
1. Skala Psikologis	32
E. Validitas dan Reliabilitas	33
1. Validitas	33
2. Reliabilitas	34
F. Metode Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Orientasi Kancan Penelitian	36
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian	37
1. Persiapan Administrasi	37
2. Persiapan Alat Ukur Rasa Iri	37
3. Pelaksanaan Penelitian	40
C. Hasil Penelitian	43
1. Deskripsi Subjek Penelitian	43
2. Deskripsi Data Penelitian	46
3. Hasil Analisis Data Penelitian	47
D. Hasil Analisis Tambahan	48
E. Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
C. Kelemahan Penelitian	56

DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bobot Skor Pernyataan	32
Tabel 2.2 <i>Blueprint Skala Rasa Iri</i>	33
Tabel 4.1 Tabel Distribusi Skala Rasa Iri Setelah Uji Coba	39
Tabel 4.2 Tabel Distribusi Penomoran Baru Skala Rasa Iri	39
Tabel 4.3 Penyebaran Jumlah Subjek Uji Coba	41
Tabel 4.4 Penyebaran Jumlah Subjek Penelitian	43
Tabel 4.5 Deskripsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian	43
Tabel 4.6 Deskripsi Usia Subjek Penelitian	44
Tabel 4.7 Deskripsi Pendidikan Terakhir Subjek Penelitian	44
Tabel 4.8 Deskripsi Daerah Asal Subjek Penelitian	45
Tabel 4.9 Deskripsi Pekerjaan Subjek Penelitian	45
Tabel 4.10 Deskripsi Durasi Penggunaan Instagram Perhari	46
Tabel 4.11 Deskripsi Data Deskriptif Subjek Penelitian	46
Tabel 4.12 Formula Kategorisasi	47
Tabel 4.13 Deskripsi Kategorisasi Rasa Iri	47
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Fitur-Fitur Inti	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50

Tabel 4.19 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Daerah Asal	51
Tabel 4.20 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat ini	51
Tabel 4.21 Hasil Uji Beda Iri pada Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	64
Lampiran B	78
Lampiran C	86

GAMBARAN RASA IRI PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Muhammad Irham Fajri¹ Amalia Juniary²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran rasa iri pada remaja pengguna media sosial Instagram. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan remaja, khususnya Instagram, yang sering kali memicu perbandingan sosial serta rasa iri terhadap kesuksesan dan kebahagiaan orang lain.

Penelitian dilakukan dengan melibatkan 160 responden yang berusia 18-24 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun secara sistematis dan analisisnya dilakukan dengan pendekatan deskriptif. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Rasa Iri peneliti susun sendiri dengan reliabilitas sebesar 0,947 dengan N=24. Uji validitas dilakukan dengan teknik *correlated item total correlation* dengan bantuan *SPSS Statistic 16 for windows*. Kriteria yang digunakan untuk menyeleksi aitem valid yaitu jika korelasi aitem (r_{it}) $\geq 0,30$, maka aitem dinyatakan valid.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas remaja mengalami rasa iri yang berkisar di kategori tinggi, yang dipengaruhi oleh perbandingan sosial dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Temuan ini diharapkan memberikan wawasan untuk memahami dampak psikologis dari penggunaan media sosial serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait kesehatan mental remaja dalam era digital.

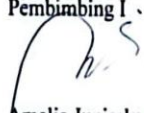
Kata Kunci : Rasa Iri, Perbandingan Sosial

¹Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

²Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

Pembimbing I

Pembimbing II


Amalia Juniary, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197906262023212018


Angeline Hosana Zefany Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001



PICTURE OF ENVY AMONG TEENAGERS USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

Muhammad Irham Fajri¹ Amalia Juniary²

ABSTRACT

This study aims to determine the description of envy in adolescents who use Instagram social media. The background of this study is based on the phenomenon of increasing use of social media among adolescents, especially Instagram, which often triggers social comparison and envy of the success and happiness of others.

The study was conducted involving 160 respondents aged 18-24 years who were active Instagram users. The data collection method used a questionnaire that was compiled systematically and the analysis was carried out with a descriptive approach. The measuring instrument used in this study was the Envy Scale that the researcher compiled himself with a reliability of 0,930 with N=24. The validity test was carried out using the correlated item total correlation technique with the help of SPSS Statistics 16 for Windows. The criteria used to select valid items is if the item correlation (r_{it}) $\geq 0,30$, then the item is declared valid.

The results of the study showed that the majority of adolescents experienced envy ranging from the moderate category, which was influenced by social comparison and dissatisfaction with themselves. These findings are expected to provide insight into understanding the psychological impact of social media use and can be a reference for further research related to adolescent mental health in the digital era.

Keyword: Envy, Social Comparison

¹Student at Psychology Departement of Medical Faculty, Sriwijaya University

²Lecturer at Psychology Departement of Medical Faculty, Sriwijaya University

Pembimbing I

Amalia Juniary, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197906262023212018

Pembimbing II

Angelina Hosana Zefany Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Mengetahui,
Ketua Bagian Psikologi



Sariyati Syarif Mardiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805272002122004

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin hari semakin maju, sehingga membuat seseorang menjadi lebih mudah untuk melakukan komunikasi secara praktis melalui media sosial. Burgess, Marwick, dan Poell (2017) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan sebuah objek studi yang bersifat interdisipliner. Putri, Nurwati, dan Santoso (2016) media sosial adalah suatu media informasi yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk melakukan interaksi sosial dengan mudah, serta dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu konten di jejaring sosial. Misalnya majalah digital, forum internet, *weblog*, blog sosial, *microblogging*, wiki, jejaring sosial, *podcast*, foto atau gambar, video, rating dan *bookmark* sosial.

Media sosial saat ini sedang berkembang pesat dan bahkan digemari oleh para kaum remaja di era digital ini (Wijaya, 2018). Pada dasarnya media sosial yang digunakan remaja dapat menghasilkan beberapa manfaat, baik positif maupun negatif. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Xin, Xing, Pengfei, Houru, Mengcheng, dan Hong (2017) yang mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan hubungan remaja dengan teman sebaya karena adanya kesempatan untuk bertukar pandangan dan saling mendukung dan meningkatkan komunikasi dan kehidupan sosial (Tartari, 2015). Dari sisi negatif media sosial menyebabkan kemampuan sosial remaja menjadi berkurang

sehingga mereka menjadi cenderung lebih individual apabila intensitas penggunaan media sosialnya tinggi (Itahadiwidjojo, 2016).

Menurut databoks (2020) remaja yang berusia 18-24 menempati posisi kedua terbanyak sebagai pengguna media sosial yakni mencapai 30,2%. Sementara data dari Databoks (2022) mengungkapkan bahwa saat ini para pengguna media sosial di Indonesia cenderung menghabiskan waktu dengan rata-rata 197 menit atau sekitar 3,2 jam perharinya untuk membuka media sosial. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Globalwebindex (2021) diketahui bahwa *YouTube*, *Whatsapp*, dan *Instagram* merupakan tiga platform sosial media terbanyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Salah satu media sosial yang cukup sering digunakan adalah *instagram*. Salah satu media sosial yang cukup sering digunakan adalah *instagram*. Napoleoncat (2024) mengungkapkan terdapat 90.405.801 masyarakat Indonesia menggunakan media sosial *instagram* pada bulan Maret 2024 dengan rentan usia 18-24 tahun mencapai 33%, 25-34 tahun 39,8%, 35-44 tahun 16,6%, 45-54 tahun 6,7%, 55-64 tahun 2,2%, dan usia lebih dari 65 tahun mencapai 1,6%. Bila ditinjau dari masa perkembangan usia 18-24 tahun masuk dalam masa remaja. Al Amin dan Juniati (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa klasifikasi usia 12-25 tahun merupakan usia remaja.

Fernandez, McCoy, Yanez, dan Cardenas (2020) mengungkapkan bahwa *instagram* adalah platform media sosial yang berfokus pada pertukaran foto dan video-video pendek antara pengguna yang paling berpengaruh saat ini. Selain itu, daya Tarik *instagram* terletak pada adanya berbagai filter yang dapat memperindah gambar, fitur

likes untuk memberikan dukungan pada postingan orang lain, dan fitur comment untuk memberikan tanggapan pada unggahan orang lain (Lup, Trub, & Rosenthal, 2015).

Pengguna *instagram* memiliki kemampuan untuk mengirimkan gambar dan video dari aktivitas yang mereka lakukan (Dewi & Ibrahim, 2019). Melalui platform ini, remaja dapat membagikan foto diri, gambar yang berhubungan dengan pekerjaan, foto saat berlibur dengan teman atau keluarga, foto saat berkumpul dengan orang lain, foto yang berkaitan dengan barang-barang pribadi, dan lain-lain. Menurut Valerio-Urena, Gomez, dan Flores (2020), *instagram* juga dipakai untuk merekam momen kehidupan, menampilkan identitas, menunjukkan gaya hidup, memamerkan daya tarik pribadi, dan mempelajari orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2016) menunjukkan hasil bahwa kegiatan yang disukai para remaja pengguna *instagram* yaitu sebesar 30,1% untuk mengunggah foto aktivitas mereka, dan 21,9% mengunggah foto *selfie*. Penelitian Oberlo (2023) menunjukkan hasil bahwa pengguna *instagram* 69,9% menggunakan *instagram* untuk mengunggah foto dan video dengan pengikutnya, 64,2% mengunggah konten lucu, 62,4% untuk mengikuti sebuah merek (*brand*), 57,1% berkomunikasi dengan teman dan keluarga, dan 51,6% untuk mengikuti perkembangan yang ada.

Sadiqa (2021) mengungkapkan bahwa remaja yang menggunakan *instagram* banyak menghabiskan waktu mereka untuk *men-scrolling timeline instagram* mereka, dan untuk mengekspresikan kepribadian mereka. Garber (2021) mengungkapkan bahwa pengguna *instagram* cenderung mengagungkan kehidupan orang lain, *instagram* mereka

akan penuh dengan banyaknya unggahan foto-foto acara, liburan, dan pesta yang menggembirakan.

McDermott (2020) mengungkapkan bahwa ketika mengunggah foto di *instagram* pengguna lain dapat memilih apakah mereka menyukainya atau tidak, namun saat ini fitur *likes* merupakan segalanya. Mereka akan percaya ketika mereka mengunggah foto mendapat *likes* yang banyak berarti mereka disukai oleh orang lain. Individu yang memiliki rasa iri di *instagram* mereka akan melihat postingan yang mendapatkan lebih banyak *likes* daripada dirinya sendiri, sehingga hal ini membuat mereka menjadi tidak percaya diri ketika jumlah *likes* lebih sedikit. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farida dan Abdillah (2021) yang menunjukkan hasil bahwa penggunaan media sosial *instagram* memiliki tingkatan rasa iri dengan presentase sedang yang dimana mereka masih belum bisa mengendalikan irinya seperti masih suka membandingkan dirinya dengan orang lain, merasa tidak suka dengan pencapaian atau prestasi orang lain, dan menginginkan hal-hal yang dimiliki oleh orang lain.

Lim (2021) mengungkapkan bahwa rasa iri akan muncul ketika kita melihat postingan seseorang tentang liburan mereka saat dipantai, ketika melihat teman memposting terkait promosi mereka, sehingga hal tersebut akan membuat diri merasakan sakit. Farida dan Abdillah (2021) juga mengungkapkan bahwa rasa iri seseorang muncul ketika melihat postingan orang lain di media sosial *instagram* yang dimana individu yang menggunakannya cenderung akan memposting kegiatan-kegiatan yang menyenangkan saja. Selain itu iri yang terjadi di media sosial *instagram* muncul ketika individu tersebut

merasa bahwa orang lain lebih beruntung memiliki keinginannya yang belum dapat dimiliki.

Iri, dalam bahasa Inggris adalah *envy*, secara umum hal ini dijelaskan sebagai sebuah emosi yang tidak menyenangkan dan menyakitkan yang muncul ketika seseorang melihat orang lain menikmati atau memiliki sesuatu yang juga diinginkannya. (Vecchio, 2005). Smith (2000) mendefinisikan iri sebagai rasa emosi yang berbanding ke atas dengan rendahnya kontrol yang dirasakan, contohnya ketika seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih unggul daripada dirinya hal ini akan membuat orang tersebut merasa rendah diri.

Faturochman (2005) mengatakan bahwa iri adalah sebuah perasaan keinginan pada orang lain yang diakibatkan oleh kemampuan atau barang yang dimiliki oleh orang lain lebih dari apa yang individu tersebut. Lebih lanjut Faturochman (2005) menjelaskan bahwa iri muncul saat seseorang ingin memiliki kemakmuran yang sama seperti yang dimiliki oleh orang lain atau teman. Terdapat dua jenis iri, yaitu iri positif dan negatif. Iri negatif merupakan jenis yang mendorong seseorang untuk menghancurkan kondisi atau kebahagiaan orang lain, sementara iri positif berfungsi sebagai dorongan bagi individu untuk lebih maju dalam upaya mencapainya (Van de Ven, et al. 2009).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith, Parrot, Diener, Hoyle, dan Kim (1999) rasa iri memiliki dua fitur inti, yaitu *inferiority* dan *ill will*. *Inferiority* adalah emosi yang dialami seseorang karena ia merasa bahwa dirinya bertanggung jawab atas hal-hal negatif yang terjadi, terutama saat membandingkan diri dengan orang lain yang memiliki kualitas yang diidamkan. Sementara itu, *ill will* adalah perasaan

marah dan permusuhan yang muncul akibat frustrasi dari perbandingan sosial dengan individu yang lebih sukses atau karena merasa tidak adil ketika orang dengan kesamaan menikmati keuntungan yang tidak dirasakan olehnya.

Menurut Parrot dan Smith (Adrianson & Ramdhani, 2014) bahwa hal yang mempengaruhi karakteristik dari rasa iri adalah merasa inferioritas, ketidakpercayaan dan kecemasan. Melihat postingan orang lain membuat remaja merasa tidak nyaman, stres dan tidak dapat mengontrol diri, rasa tidak nyaman ini yang menyebabkan remaja merasa dirinya tidak berharga dan memandang kehidupannya secara negatif. Iri juga bisa semakin meningkat ketika seseorang melihat postingan orang lain yang berhubungan dengan kesuksesannya (Armalita & Helmi, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apakah ada gambaran rasa iri pada remaja pengguna media sosial instagram. Terkait dengan hal tersebut, maka peneliti akan mengajukan judul terkait penelitian ini adalah “Gambaran Rasa Iri pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran rasa iri pada remaja pengguna media sosial instagram?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana gambaran rasa iri pada remaja pengguna media sosial instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam psikologi, khususnya pada psikologi sosial dan psikologi positif.

2. Praktis

a. Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi akan gambaran maupun dampak yang ditimbulkan dari rasa iri khususnya kepada responden penelitian yaitu remaja pengguna media sosial instagram.

b. Peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengangkat tema penelitian yang serupa dan melakukan penelitian lebih lanjut terhadap rasa iri pada remaja pengguna media sosial instagram.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan referensi-referensi di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini belum pernah dilakukan di tempat lain dengan judul “Gambaran Rasa Iri pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram” sehingga originalitasnya atau keaslian penelitiannya terjamin.

Penelitian yang berjudul “Kepercayaan Diri dan Rasa Iri Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram” dilakukan oleh Farida dan Rijal Abdillah (2021). Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 subjek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan rasa iri sebesar $r = -0,432^{**}$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan rasa iri. Semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah rasa iri begitupun sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi rasa iri.

Penelitian yang berjudul “Kepuasan Hidup dengan Iri pada Remaja Pengguna Sosial Media” dilakukan oleh Sofia Kesi, Rini Hartati, dan Auliya Syaf (2019). Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 270 subjek remaja dengan kriteria remaja pengguna media sosial dengan usia 12 - 23 tahun. Hasil penelitian menunjukkan angka signifikansi $p = 0,000 < (p < 0,01)$ hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara variabel kepuasan hidup dengan iri pada remaja Pekanbaru.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Iri Hati Terhadap Munculnya *Schadenfreude*” yang dilakukan oleh Abdillah (2019). Subjek dalam penelitian ini ialah sebanyak 250 siswa yang terdiri dari 148 wanita dan 102 laki-laki dari salah satu universitas di Salatiga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi tiga arah ini signifikan dan

menunjukkan bahwa iri hati memprediksikan Schandenfreude ketika salah satu peserta laki-laki mempelajari tentang kemalangan dari target laki-laki atau ketika seorang peserta mempelajari tentang kemalangan dari target perempuan.

Penelitian yang berjudul “Kepuasan Hidup dengan Iri pada Remaja Pengguna Sosial Media” yang dilakukan oleh Kesi, Hartati, Syaf (2019). Subjek dalam penelitian ini adalah remaja pengguna media sosial dengan usia 12-23 tahun, berjumlah 270 subjek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan antara variabel kepuasan hidup dengan iri pada remaja Pekanbaru.

Penelitian yang berjudul “Kepercayaan Diri dan Rasa Iri pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram” yang dilakukan oleh Abdillah (2021). Penelitian ini berjumlah sebanyak 120 subjek. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan rasa iri sebesar $r=-0,432^{**}$ dan $p=0,000$ ($p<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negative yang signifikan antara kepercayaan diri dengan rasa iri.

Penelitian yang berjudul “About Closeness and Malicious Intent: Role of Loneliness with Emotional intimacy to Malicious envy Tentang Kedekatan dan Niat Jahat: Peran Kesepian dengan Kelekatan Emosional” yang dilakukan oleh Khatami, Nadzifah, dan Yundianto (2021). Penelitian ini berjumlah 512 subjek sebagai responden dengan usia 18-34 tahun pengguna Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *loneliness* dan *emotional intimacy* secara positif mempengaruhi *malicious envy*, yang dimana *loneliness* adalah faktor yang paling penting untuk *envy*.

Penelitian yang berjudul “Kepercayaan Diri dan Rasa Iri pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram” yang dilakukan oleh Farida dan Abdillah (2021). Penelitian ini berjumlah 120 orang sebagai subjek. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan rasa iri sebesar $r = -0,432^{**}$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan rasa iri. Semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah rasa iri begitupun sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi rasa iri.

Studi yang dilakukan oleh peneliti berbeda dari studi-studi sebelumnya yang telah disebutkan sebelumnya. Perbedaan ini terlihat pada variabel bebas, serta subjek dalam penelitian. Dengan demikian, penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan keasliannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianson, L., & Ramdhani, N. (2014). Why you and not me? Expressions of envy in Sweden and Indonesia. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 3(3).
- Ahlgren, M. (2024). 40+ Statistik & Tren Instagram (Pembaruan 2024).
- Al Amin, M., & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Faktal Box Counting dari Citra Wajah dengan Deteksi Tepi Canny. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(6).
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*.
- Arifin, R., D. (2023). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll.
- Armalita, R., & Helmi, A. F. (2018). Iri di Situs Jejaring Sosial: Studi tentang Teori Deservingness. *Jurnal Psikologi*, 45(3), 218.
- Atmoko, D., B. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi (2nd ed.)*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala psikologi (II)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brown, H. (2020). Do You Have 'Instagram Envy'?. Diakses melalui : <https://www.society19.com/do-you-have-instagram-envy/>.
- Burgess, J., Marwick, A., & Poell, T. (2017). *The SAGE Handbook of Social Media*.
- Chaplin, J.P. (2000). *Kamus Lengkap Psikologi*. Terjemahan Kartini Kartono. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–120.
- Cohen-Charash, Y. (2009). Episodic envy. *Journal of Applied Social Psychology*, 39

- (9), 2128-2173.
- Cohen-Charash, Y., Larson, E. C. (2017). *An Emotion Divided. Current Directions in Psychological Science*, 26(2), 174–183.
- Current, S., A. (2020). Does Instagram Make You Green With Envy?. Diakses melalui : <https://www.sacurrent.com/news/does-instagram-make-you-green-with-envy-23518315>.
- Databoks (2020). Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia?. Diakses melalui : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>.
- Databoks (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?. Diakses melalui : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-naipengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>.
- Databoks (2022). Warga RI Main Medsos 3 Jam per Hari, Ini Peringkat Globalnya. Diakses melalui : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam->.
- Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan self-esteem (harga diri) dengan perilaku narsisme pengguna media sosial instagram pada siswa SMA. *Jurnal Neo Konseling*, 1(2).
- Elausta, A. (2019) 7 Alasan Mengapa Instagram Booming? Dan Kenapa Kamu Harus Menggunakannya. Diakses melalui : <https://www.hipwee.com/list/7-alasan-mengapa-instagram-booming-dan-kenapa-kamu-harus-menggunakannya/>.
- Falcon, R. G. (2015). *Is envy categorical or dimensional? An empirical investigation using taxometric analysis*. 15(6), 694–698.
- Farida, Abdillah, R. (2021). Kepercayaan Diri dan Rasa Iri Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Spirit*, 12(1).
- Faturochman. (2005). Iri dalam Relasi Sosial. *Jurnal Psikologi*, 33(1), 1–16.
- Fernandez-Robin C., McCoy S., Yáñez D., Cardenas L. (2020). Instagram stories.
- Finley, L. (2023). Social Media and The Problem of Envy. Diakses melalui : <https://lukefinley.substack.com/p/social-media-and-the-problem-of-envy>.

- Garber, L. (2021). Envy Addiction: How Using Social Media to Make Others Jealous Makes Everyone Miserable. Diakses melalui : <https://existentialcafe.blog/2021/02/11/envy-addiction-how-using-social-media-to-make-others-jealous-makes-everyone-miserable/>.
- Globalwebindex (2021). Understanding Social Media Around the World. Diakses melalui : <https://www.gwi.com/reports/global-social-media>.
- Hareli, S. & Weiner, B. 2002. Dislike and Envy as Antecedents of Pleasure at Another's Misfortune. *Motivation and Emotion*, 26 (4), 257-277.
- Hurlock, E., B. (1994). Psikologi Perkembangan (5th ed).
- Husna, & Nurihsan, J. (2014). Landasan Bimbingan Konseling. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Itahadiwidjojo, V. (2016). "Remaja dan Curhatan di Media Sosial". Dalam <https://www.cnnindonesia.com/gayahidup/20160813063247256151124/remaja-dan-curhatan-di-media-sosial>.
- Lim, T., M. How to Deal With Instagram Envy When Everyone Seems Perfect. Diakses Melalui : <https://thebeaulife.co/wellness-guides/tips-for-dealing-with-instagram-envy>.
- Lin, R., van de Ven, N., & Utz, S. (2018). What triggers envy on social network sites? a comparison between shared experiential and material purchases. *Computers in Human Behavior*, 85, 271–281.
- Lopez, S. J., & Snyder, C. R. (Eds.). (2003). *Positive psychological assessment: A handbook of models and measures*. American Psychological Association.
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram #instasad? : exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed.
- McDermott, J. (2020). Instagram Envy Is Real. Diakses melalui : <https://shptheirate.com/893/features/893/>
- Napoleoncat (2024). Instagram Users In Indonesia. Diakses melalui : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/03/>.
- Niara (2023). 14 Alasan Menggunakan Instagram Sebagai Media Promosi. Diakses

melalui : <https://www.publinesia.id/alasan-menggunakan-instagram-sebagai-media-promosi/>.

Oberlo (2023). What Do People Do On Instagram?.

Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2007). *Human development* (10th ed.).

Parrot, W.G & Smith, R.H. 1993. Distinguishing the Experiences of Envy and Jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (6), 906-920.

Protasi, S. (2016). Varieties of envy. *Philosophical Psychology*, 29(4), 535–549.

Puspitasari, F. I. (2016). Kebutuhan yang mendorong remaja mem-posting foto atau video pribadi dalam instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 5(1), 1-15.

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-154.

Rentsch, K., & Gross, J. J. (2015). Who turns green with envy? Conceptual and empirical perspectives on dispositional envy. *European Journal of Personality*, 29(5), 530–547.

Rotkirch, A. (2018). *Evolution Family Sociology*.

Rumini, S. & Sundari, S. (2004). *Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta: Rineka Cipta.

Russell, Bertrand (1930). *The Conquest of Happiness*. New York: Horace Liveright. p. 90-91.

Saijuri, Qorib, & Qorib, F. (2019). Analisis Sikap Narsisme di Media Sosial Instagram Pada Siswa SMK PGRI 3 Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(1).

Sanjaya (2024). *Dampak Positif dan Negatif Instagram*.

Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparison. In J. Suls & L. Wheeler (Eds.), *Handbook of social comparison: Theory and research*. New York: Kluwer Academic/Plenum Press Publishers.

- Smith, R. H., Diener, E., & Garonzik, R. (1990). The roles of outcome satisfaction and comparison alternatives in envy. *British Journal of Social Psychology*, 29(3), 247–255.
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46–64.
- Smith, R. H., Parrott, W. G., Diener, E. F., Hoyle, R. H., & Kim, S. H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(8), 1007–1020.
- Soetjningsih (2004). *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya* (edisi I). Jakarta: CV Sagung Seto.
- Sood, S. and Gupta, R. (2012) Antibiotic Resistance Pattern of Community Acquired Uropathogens at a Tertiary Care Hospital in Jaipur, Rajasthan. *Indian Journal of Community Medicine*, 37, 39-44.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146.
- Tartari, E. (2015). The Use Of Social Media for Academic Purpose In Student' Learning Process. *Journal Of Interdisciplinary Studies*, 4(2).
- Valerio-Ureña, G., Gómez, A. L. M., & Flores, G. V. (2020, March). Dispositional envy, satisfaction with life and images shared on instagram by university students. In *Proceedings of the 2020 8th International Conference on Information and Education Technology* (pp. 196-199).
- Van de Ven, N., Zeelenberg, & Pieters, R., (2009). Leveling up and down: the experience of benign and malicious envy, *Emotion*, 9(3), 419-429.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, & Pieters, R., (2012). *Appraisal patterns of envy and related emotions.* , 36(2), 195–204.
- Vecchio, R.P. 2005. Exploration in Employee Envy: Feeling Envious and Feeling Envied. *Cognition and Emotion*, 19 (1), 69-81.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and

happiness: Development of a measure of gratitude and relationships with subjective well-being. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(5), 431–452.

We Are Social (2023). The Changing World Of Digital In 2023. Diakses melalui :

<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>.

Widyaningrum, G., L. (2020). Instagramxiety, Rasa Cemas Melihat Unggahan Orang Lain di Instagram. Diakses melalui :

https://nationalgeographic.grid.id/read/132222620/instagramxiety-rasa-cemas-melihat-unggahan-orang-lain-di-instagram#google_vignette

Wijaya, F., Y. (2018). Dampak Positif dan Negatif Instagram bagi Remaja. Diakses melalui:

<https://www.kompasiana.com/finnayuniliawijaya3637/5b07c0f7cf01b47f984c2232/dampak-positif-dan-negatif-instagram-bagi-remaja>.

Xiang, Y., Li, Q., Dong, X., & Yuan, R. (2020) Envy and emotional Intelligence: Evidence from a cross-lagged analysis. *Jurnal Psikologi*, 9(5), 660-667.

Xin, M., Xing, J., Pengfei, W., Houru, L., Mengcheng, W., & Hong, Z. (2017). Online activities, prevalence of internet addiction and risk factors related to family and school among adolescents in China. *Addictive Behaviors Reports*, 7, 14–18.