

## PENDAHULUAN

### *Latar Belakang Masalah*

Media sosial telah merajalela di era saat ini. Keberagaman media sosial memberikan manfaat signifikan dalam memudahkan komunikasi masyarakat secara luas, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Pengguna media sosial juga tidak terbatas oleh usia, sehingga anak-anak, remaja, dan dewasa dapat dengan mudah mengakses dan berpartisipasi dalam berbagai *platform* media sosial tersebut. Menurut data yang didapatkan oleh GoodStats (Hasya, 2023), Instagram menempati peringkat keempat tertinggi sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia, dengan total pengguna mencapai 1,35 miliar orang dengan berusia 16-64 tahun, berada di bawah Facebook, Youtube, dan Whatsapp.

Penggunaan media sosial dapat dilihat dari data yang didapatkan dalam laporan Febrianthi & Supriyadi (2020) mengenai survei yang dilakukan oleh *Transparent Network Substrate* (TNS) Indonesia yang dikutip dari Liputan 6, menyatakan bahwa sebesar 59% sebagian besar pengguna aktif Instagram terdiri dari dewasa dengan rentang usia 18-24 tahun, dimana sebanyak 50,8% pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan, dan 49,2% berjenis kelamin laki-laki. Didapatkan juga data oleh GoodStats (Yonathann, 2023) bahwa usia pengguna *platform* media sosial Instagram di seluruh dunia pada tahun 2023 didominasi oleh remaja dan dewasa muda yang dimana 30,8% pengguna Instagram masuk kedalam kelompok dengan rentang usia 18-24 tahun. Pada peringkat kedua disusul dengan 30,3% pada kelompok dengan rentang usia 25-34 tahun dan

kelompok dengan rentang usia 35-44 tahun berada pada posisi ketiga dengan 15,7%.

Kemudahan yang ditawarkan Instagram dengan fitur-fitur yang dimiliki, membuat media sosial ini banyak digemari oleh masyarakat yang menggunakannya, *mtarget.co* menyampaikan mengenai keunggulan Instagram yakni berfokus pada konten visual dengan melakukan *browsing* dan mengunggah foto atau video (*mtarget.co*, 2023). Perbedaan yang membedakan media sosial tersebut adalah pada audiensnya. Platform Instagram lebih banyak digunakan dan lebih populer di kalangan usia muda, sedangkan media sosial lainnya seperti Facebook lebih banyak digunakan dan lebih populer di kalangan usia dewasa. Dengan adanya fitur-fitur tersebut, Instagram telah membuka ruang bagi individu untuk menunjukkan diri, serta melihat postingan foto atau video yang dibagikan pengguna lainnya.

Aspek lain menjelaskan mengapa Instagram lebih menarik dibandingkan *platform* media sosial lainnya menurut SocialBee (2022), contohnya pada platform TikTok adalah bahwa aplikasi media sosial ini merupakan aplikasi *lip-syncing* yang dalam video singkat yang digunakan orang untuk berbagai pendapat mereka, membuat video edukatif, dan bahkan mengekspresikan diri secara lebih kreatif melalui tarian, musik, akting, dan lelucon. Sedangkan pada platform Instagram, ini merupakan platform yang berkembang pesat berkat gambar-gambar yang menarik secara visual. Hal ini memungkinkan individu untuk memamerkan kehidupan mereka dengan cara yang lebih menyenangkan, baik dengan mengambil foto makanan lezat, berbagi momen highlights dari liburan mereka, atau mengunggah video dari saat bersenang-senang (SocialBee,

2022). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengguna media sosial berusia 21 tahun, mengungkapkan bahwa salah satu *platform* media sosial yang diminati oleh narasumber adalah Instagram. Hal ini dikarenakan, *platform* media sosial Instagram memiliki fitur-fitur yang menonjol dibandingkan media sosial lainnya. Instagram fokus pada konten visual, fitur stories, explore, dan video reels. Dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh anak muda.

Instagram memberikan pengaruh yang signifikan dengan karakteristiknya yang berbasis visual, yang secara langsung mendorong perbandingan sosial dan pencarian validasi eksternal, hal ini juga selaras dengan apa yang dijelaskan oleh Callahan (2021), bahwa Instagram merupakan platform yang sangat berbasis visual sehingga sulit untuk berinteraksi disana tanpa membahas penampilan mengingat teks bukan merupakan bagian yang dominan di dalamnya. Efek ini menjadi salah satu kontribusi utama dalam perubahan *self esteem*, meskipun bukan satu-satunya faktor. Dalam konteks era digital, media sosial seperti Instagram memainkan peran yang penting dibandingkan dekade sebelumnya. Karena itu, penelitian ini berfokus pada menganalisis bagaimana Instagram, sebagai bagian dari kehidupan modern mempengaruhi *self esteem* individu bagi *emerging adulthood*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi fenomena media sosial secara spesifik, yang belum banyak dibahas secara mendalam di populasi *emerging adulthood*.

*Emerging Adulthood* merupakan seseorang yang memiliki usia 18 hingga 25 tahun (Arnett, 2000). Dimana, pada usia tersebut, individu beralih pada masa remaja ke dewasa, dan mereka akan mulai mencari identitas diri, menetapkan

tujuan hidup, dan menghadapi tantangan baru dalam hal pendidikan, karir, dan hubungan interpersonal (Arnett, 2000). Konsep *emerging adulthood* juga dijelaskan Jeffrey Arnett (2000) bahwa ini merupakan periode penting bagi individu untuk melakukan eksplorasi identitas, dimana individu akan mencari makna hidup dan mencoba berbagai peran dan identitas sebelum menempatkan dirinya pada pilihan yang lebih definitif. Media sosial, termasuk Instagram, berperan sebagai salah satu wadah bagi individu untuk mengekspresikan and mengeksplorasi identitas diri, serta menjaga komunikasi dengan lingkungan sosialnya (Coyne et.al., 2013).

Dengan pengguna yang cukup banyak, *platform* media sosial Instagram dapat memberikan pengaruh baik positif maupun negatif bagi penggunanya. Menurut Ulfa (2019), dampak positif bagi pengguna Instagram adalah aplikasi yang dapat memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi pribadi melalui foto atau video dalam akun pribadi individu sebagai wadah bagi pengguna untuk berkesempatan berbagi dan mengekspresikan diri. Instagram sebagai media sosial juga mempermudah penggunanya untuk mengakses berbagai informasi mengenai hiburan, pengetahuan umum, tren gaya hidup terkini, hingga berita terbaru saat ini. Setelah dampak positif yang telah dijelaskan diatas, Instagram juga memiliki dampak negatif yakni adanya standar kecantikan yang berbeda yang mampu mengurangi *self-esteem* individu terhadap penampilannya (Winarso, 2015).

Menurut Valkenburg, Peter, & Schouten (2006), menampilkan diri melalui media sosial dan respon positif yang diberikan orang lain dapat mempertinggi *self-esteem* individu, contohnya seperti tanggapan positif yang diberikan kepada

postingan foto atau video yang disebarluaskan individu melalui akun Instagram nya. Hal ini dapat meningkatkan motivasi dan memberi dorongan untuk orang melakukan hal yang serupa atau mirip untuk mendapatkan postingan yang menarik.

Namun sebaliknya, dengan adanya tanggapan negatif seperti jumlah *likes* yang rendah atau komentar negatif yang diterima, dapat membuat *self-esteem* individu menjadi rendah (Valkenburg et al., 2006). Hasil dari penelitian yang dilakukan ini menjelaskan bahwa *self-esteem emerging adulthood* secara penuh dipengaruhi oleh *feedback* yang mereka dapatkan pada *self-presentation* yang mereka bangun pada media sosial (Valkenburg et al., 2006).

Media sosial Instagram juga dapat menimbulkan beberapa dampak negatif lainnya terhadap penggunanya. Terdapat artikel berita *detikhealth* (2013) berjudul “Tak Hanya Facebook, Instagram Juga Bisa Pengaruhi Psikis Seseorang”, menjelaskan bahwa Instagram juga dapat memberikan pengaruh negatif terhadap emosi seseorang bahkan depresi. Artikel ini menjelaskan bahwa Instagram memiliki potensi tinggi yang menciptakan “lingkaran kecemburuan” dimana pengguna akan saling memperebutkan kesempurnaan dalam memposting foto atau video. Dengan mengunggah foto yang “sempurna”, dapat memicu audiens untuk melakukan perbandingan sosial yang mengarah pada *self esteem* yang tidak tinggi atau iri. Masalah ini juga dibuktikan melalui penelitian yang berjudul “*Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram Among Emerging Adults*” oleh Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017), yang melakukan penelitian pada dewasa muda berusia 18-29 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewasa muda yang menggunakan media sosial Instagram lebih intens

terlibat dalam tingkat perbandingan sosial yang besar ketika mereka mempunyai tingkat *self-esteem* yang lebih tinggi yang bergantung pada pendapat orang lain.

Fenomena ini juga dibahas pada beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil bahwa intensitas penggunaan Instagram berkorelasi signifikan secara negatif dengan *self esteem* (Evelin & Adishesa, 2020). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram, maka semakin rendah *self esteem* yang dimiliki pada remaja. Selain itu hasil ini juga sejalan dengan penelitian di Spanyol yang menemukan bahwa pengguna yang menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram cenderung mengalami penurunan *self esteem* dan ketidakpuasan terhadap citra tubuh individu, terutama karena kecenderungan untuk melakukan perbandingan fisik dengan konten ideal yang sering muncul di platform tersebut (Alvarez-Mon et al., 2023).

Menurut berita Abrams (2021) berjudul “How Can We Minimize Instagram’s Harmful Effects”, menyatakan bahwa sebuah penelitian telah mengaitkan Instagram dengan beberapa masalah kesehatan mental dengan salah satunya adalah *self esteem*. Hal ini dapat terjadi karena, desain aplikasi tersebut memanfaatkan dorongan biologis penggunanya untuk merasa diterima oleh lingkungan sosialnya. Pada perempuan, ditemukan hasil penelitian bahwa Instagram memperburuk pandangan individu terhadap tubuh mereka sendiri ketika individu sedang tidak percaya diri. Hal ini menunjukkan peran platform tersebut dalam memperburuk masalah *self esteem* melalui pandangan sosial dan paparan terhadap citra yang ideal (Siu, 2021). Berkaitan dengan *self-esteem*, penggunaan media sosial khususnya Instagram telah menjadi subjek banyak



penelitian karena dianggap memberikan dampak terhadap *self esteem* dan citra tubuh.

Berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya, terdapat ketidaksamaan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Mata & Tejedor (2024), dimana ia menjelaskan bahwa penggunaan instagram yang lebih intensif berpengaruh pada peningkatan ketidakpuasan tubuh tetapi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap *self esteem*. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sullivan (2018) dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan terhadap penggunaan instagram dengan *social comparison*, kepuasan hidup individu, dan *self-esteem*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa interaksi sosial di Instagram dapat mempengaruhi *self-esteem* pengguna baik secara positif maupun negatif, tergantung pada jenis interaksi dan respons yang diterima (Verduyn et al., 2015).

Dengan adanya pemahaman bahwa sebagian manusia cenderung membandingkan diri dengan orang lain, terutama pada anak remaja hingga dewasa, untuk memenuhi kebutuhan dalam mengevaluasi diri, pengembangan diri, dan memperbaiki diri (Schachter, 1959), dapat diidentifikasi bahwa perilaku ini mencerminkan dorongan alamiah dalam upaya pertumbuhan dan perkembangan pribadi individu. Menurut Feinstein et al. (2013), pengguna Instagram sering kali terlibat dalam perbandingan dengan orang lain, terutama dalam aspek penampilan, kemampuan, popularitas, dan keterampilan sosial. Konsep ini sejalan dengan teori Festinger (1954) yang menyatakan bahwa *social comparison* menjadi tindakan manusia dalam menguji pendapat dan kemampuan

diri terhadap orang lain untuk membentuk identitas pribadi. Dengan demikian, studi ini menghubungkan pemahaman mengenai masa *emerging adulthood* dengan fenomena perilaku sosial media yang mencerminkan aspirasi dan eksplorasi identitas individu.

Festinger (1954) mengungkapkan bahwa orang mempunyai dorongan atau keinginan untuk mengevaluasi diri individu dan seringkali mencoba untuk menilai dirinya sendiri dan seringkali berusaha untuk menilai diri dengan cara membandingkannya dengan orang lain. Biasanya perbandingan sosial ini memiliki sifat menghakimi dan kompetitif, dan dilakukan untuk memahami seberapa banyak pencapaian seseorang dibandingkan dengan orang lain (Yang, Holden, & Carter, 2018).

Menurut teori *social comparison* yang dikembangkan oleh Gibbons and Buunk (1999), bahwa dalam perbandingan sosial terdapat dua dimensi yaitu *Ability* yang berkaitan dengan evaluasi seseorang terhadap kemampuan atau kinerja individu dalam konteks yang sangat terlihat, dan pencapaian individu dalam bidang akademis atau profesional dibandingkan dengan orang lain. Sedangkan pada dimensi *Opinion*, berkaitan dengan evaluasi seseorang terhadap pandangan, ide, dan keyakinan individu dibandingkan dengan orang lain yang mungkin tidak langsung berdampak pada penilaian diri. Perbandingan ini dapat memicu pada perasaan rendah diri atau ketidakpuasan individu terhadap dirinya, yang dimana seseorang melakukan perbandingan dengan orang lain yang dianggap lebih rendah, yang seringkali dilakukan untuk meningkatkan *self-esteem* individu (Krisanti, 2022). *Self-esteem*, atau harga diri merupakan penilaian terhadap diri sendiri yang dapat bersifat positif atau negatif, mencerminkan



konsep kepercayaan diri yang lebih luas bagi individu. Evaluasi diri yang positif mencerminkan tingginya *self-esteem*, sementara penilaian diri yang negatif menunjukkan *self-esteem* yang rendah.

Adanya perbedaan ini dapat mempengaruhi tindakan atau sikap seseorang (Suzuki dan Shunsuke, 2013). *Self-esteem* atau harga diri diartikan pada evaluasi positif atau negatif diri individu, dimana harga diri seseorang dapat diprediksi dari interaksi mereka di media sosial melalui perbandingan sosial (Evelyn & Adishesa, 2020). Menurut Rosenberg (1965), *self esteem* juga merupakan pandangan yang membangun dan merugikan individu tentang diri pribadi, serta evaluasi seseorang terhadap pikiran dan perasaan dirinya secara menyeluruh. *Self esteem* yang tinggi dapat menunjukkan tingkat penyesuaian sosial yang tinggi dimana seseorang dengan *self esteem* yang tinggi dan rendah dapat merespon pada masukan positif namun bisa juga menunjukkan tanggapan yang berbeda terhadap masukan yang negatif mengenai dirinya. Selain itu, *self esteem* juga dapat mengacu pada diri sendiri atau area tertentu dari individu, dimana misalnya perasaan individu mengenai status sosialnya, kepemilikan individu pada kelompok etnis tertentu, kinerja sekolah atau pekerjaannya, penampilan fisik, dan lainnya (Wills Herrera, 2014). *Self esteem* merupakan hal yang penting bagi *emerging adulthood*, hal ini dikarenakan tanpa jumlah yang cukup, risiko dari hasil kehidupan yang mengacu pada berbagai konsekuensi negatif yang dapat terjadi dalam kehidupan seseorang jika *self-esteem* individu rendah yang dapat meningkatkan kerugian bagi individu, termasuk pada penyakit mental, penyalahgunaan zat, perilaku agresif, kekerasan, serta kehamilan dini seseorang (Boden, 2011).

Menurut teori Rosenberg, *self esteem* memiliki dua dimensi yang terdiri dari *self competence*, dan *self liking*. Dimensi *self competence* merupakan sebuah aspek penilaian diri yang menganggap individu berpotensi atau mampu mengandalkan dirinya sendiri. *Self competence* merupakan akibat dari pengaruh lingkungan, baik secara fisik maupun sosial yang berkaitan dengan tercapainya tujuan individu. Dengan *self competence* yang membangun, individu akan merasa memiliki keahlian yang baik dalam dirinya sendiri dan merasa tercukupi oleh apa yang dimilikinya. Dimensi *social comparison* dalam konteks ini dapat dijelaskan melalui *ability*. Individu yang membandingkan kemampuan mereka dengan orang lain untuk menilai seberapa kompeten dirinya. Contohnya, dalam lingkungan kerja atau akademik, individu mungkin membandingkan keterampilan atau pencapaiannya dengan rekan kerja untuk menilai kompetensi diri. Jika hasil perbandingan ini positif, maka hal ini dapat meningkatkan *self competence* individu, dimana *self competence* yang membangun akan berkemungkinan membuat individu merasa memiliki keahlian yang baik pada dirinya sendiri, dan merasa tercukupi akan apa yang dimiliki individu pada dirinya (Festinger, 1954).

Dimensi *self liking* merupakan emosi individu terhadap dirinya dalam konteks sosial. Pada aspek ini, seseorang akan mempertanyakan apakah mereka adalah seseorang yang baik atau buruk, cantik atau tidak. *Self liking* lebih terkait dengan dimensi *social comparison opinion*. Individu sering membandingkan diri dengan standar sosial atau pandangan orang lain untuk menilai diri mereka. Contohnya, dalam penampilan fisik, individu mungkin akan membandingkan diri dengan gambaran kecantikan yang diidealkan di media sosial atau pendapat teman-teman. Penilaian sosial ini sangat mempengaruhi *self liking*, karena

individu cenderung menetapkan nilai diri berdasarkan bagaimana individu ingin dipandang oleh orang lain dalam lingkungan sosialnya (Tafarodi & Milne, 2002).

Berdasarkan penelitian Vogel et al. (2015), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sering kali terkait dengan perbandingan sosial yang dapat mempengaruhi evaluasi diri individu. Penelitian Vogel et al. (2015), menunjukkan bahwa cara seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain melalui media sosial dapat berpengaruh besar terhadap seberapa sering individu menggunakan platform tersebut dan dampak terhadap kesehatan mental, serta tingkat *self esteem* yang dipunyai individu. Hal berikut menunjukkan pentingnya dalam memahami bagaimana individu mengukur diri dalam berinteraksi sosial. Penelitian Tiggemann & Slater (2014), menjelaskan bahwa perbandingan sosial dalam hal kemampuan atau prestasi, khususnya pada remaja perempuan, dapat meningkatkan kekhawatiran terhadap citra tubuh dan mengurangi *self esteem*. Penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemenuhan Informasi Siswa Di SMP N 19 Semarang Sebagai Sekolah Peneliti dan Digital” menyatakan bahwa siswa menggunakan *platform* media sosial Instagram sebagai wadah untuk *personal branding* dengan membagikan postingan prestasi yang diraihinya (Cantik, I.P, 2022) Individu yang sering melihat pencapaian orang lain dapat merasa kurang mampu dan kompeten, dan hal ini dapat terjadinya penurunan penilaian diri. Maka dapat disimpulkan bahwa, dimensi *ability* dari *social comparison* berkaitan dengan bagaimana individu membandingkan kemampuan, prestasi, atau keterampilan individu dengan orang lain. Ketika individu melihat pencapaian orang lain di media sosial Instagram, seperti keberhasilan akademis, kesuksesan karir, atau bakat tertentu,

individu tersebut mungkin mereka tidak sebanding atau kurang berhasil. Perasaan tersebut dapat menurunkan *self esteem* karena individu mulai meragukan kemampuan mereka sendiri, dan merasa tidak mampu mencapai hal yang serupa.

Pada penelitian Fardouly et al. (2015), dijelaskan bahwa perbandingan sosial di media sosial berkaitan dengan pendapat dan nilai-nilai individu. Hal ini dapat mempengaruhi kekhawatiran citra tubuh dan suasana hati, karena ketika individu melihat opini yang berbeda dengan pandangannya, individu mungkin dapat merasa terisolasi atau kurang diterima, yang akan berdampak negatif terhadap *self esteem* individu. Selain itu, menurut penelitian Feinstein et al. (2013), menunjukkan bahwa perbandingan sosial yang negatif termasuk pendapat. Individu yang merasa pandangan mereka tidak dihargai atau kurang valid dibandingkan dengan pandangan orang lain, cenderung mengalami penurunan *self esteem*. Maka dapat disimpulkan bahwa, dimensi *opinion* dari *social comparison* berkaitan dengan bagaimana individu membandingkan pandangan, keyakinan, atau nilai individu dengan orang lain. Ketika individu melihat opini atau pandangan seseorang yang berbeda di Instagram, seperti pandangan politik atau preferensi gaya hidup, individu mungkin merasa bahwa pendapat mereka kurang valid atau tidak dihargai (Feinstein et al., 2013). Perasaan seperti inilah dapat menurunkan *self esteem* individu karena merasa kurang diterima atau terasingkan dari kelompok sosial nya.

Berdasarkan teori dan literatur yang ada, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai “**Pengaruh *Social Comparison* Terhadap *Self Esteem* *Emerging Adulthood* Yang Menggunakan Media Sosial Instagram**”, dengan tujuan untuk memahami bagaimana perbandingan sosial,

khususnya melalui dimensi *ability* dan *opinion*, berhubungan dengan *self esteem* pada kelompok *emerging adulthood*. Untuk memastikan hasil tidak dipengaruhi oleh media sosial lain, saya menggunakan kriteria spesifik yang mencakup responden aktif Instagram. Selain itu, dalam instrumen survei, pertanyaan pembuka dirancang secara eksplisit untuk berfokus pada pengalaman pengguna Instagram, bukan media sosial lainnya.

### ***Hipotesis Penelitian***

**H0** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *social comparison* dengan *self esteem emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram.

**H1** : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* dengan *self esteem emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram

### ***Tujuan Penelitian***

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai adanya pengaruh *social comparison* kepada *self esteem emerging adulthood* yang aktif menggunakan platform media sosial Instagram.

### ***Manfaat Penelitian***

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai *social comparison* dan *self esteem* pada ilmu psikologi sosial. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini terdiri atas manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### ***Manfaat teoritis***

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi dan data yang dapat memperkaya perkembangan ilmu psikologi, serta menjadi acuan bagi penelitian-penelitian sejenis di waktu yang akan datang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai bidang psikologi, terutama psikologi sosial, dengan menjelaskan bagaimana dimensi perbandingan sosial di media sosial mempengaruhi *self-esteem* individu. Selain itu, penelitian ini juga relevan dalam psikologi komunikasi dengan mengkaji bagaimana konten dan interaksi di Instagram memfasilitasi perbandingan sosial dan mempengaruhi persepsi diri pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai dampak penggunaan media sosial terhadap proses perbandingan sosial dan perkembangan *self-esteem* individu.

### ***Manfaat Praktis***

1. Dapat digunakan untuk membantu dalam pengembangan strategi intervensi psikologis yang lebih efektif untuk meningkatkan *self esteem* pada *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram. Mengingat pentingnya masalah kesehatan mental yang berkaitan dengan media sosial di kalangan generasi muda.
2. Diharapkan agar temuan dari penelitian ini dapat memberikan pedoman bagi orang tua dan *emerging adulthood* dalam memahami bagaimana mereka dapat dapat mendukung perkembangan positif *self esteem* anak muda dalam penggunaan media sosial untuk membantu individu dalam



memberikan dukungan yang lebih baik dan membangun lingkungan yang lebih sehat bagi pertumbuhan psikologis anak.

