

HUBUNGAN ANTARA PERBANDINGAN SOSIAL DAN *ONLINE SELF-PRESENTATION* PADA IBU MILENIAL DI MEDIA SOSIAL

Nathasya Easter Sinaga¹, Costrie Ganes Widayanti¹
15000122120067

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
Email: nathasyaeaster10@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku *online self-presentation* berkaitan dengan bagaimana individu menampilkan dirinya melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perbandingan sosial dengan *ideal* dan *false self-presentation* pada ibu milenial. Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara perbandingan sosial dan *ideal* dan *false self-presentation*, yaitu semakin tinggi kecenderungan ibu milenial dalam melakukan perbandingan sosial, semakin tinggi juga kecenderungan mereka dalam mempresentasikan diri secara ideal dan tidak autentik di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain non-eksperimen. Responden penelitian terdiri dari 115 ibu yang dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria termasuk ke dalam generasi milenial (lahir di tahun 1981–1996) dan aktif menggunakan media sosial. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Skala Perbandingan Sosial serta Skala *Online Self-Presentation* yang dikonstruksi oleh peneliti. Data dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana *Pearson Product-Moment Correlation*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara perbandingan sosial dan *online self-presentation*, khususnya pada dimensi *ideal self-presentation* ($r = 0,291$, $p = 0,002$) dan *false self-presentation* ($r = 0,334$, $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial berperan dalam membentuk cara ibu milenial menampilkan diri yang ideal dan tidak autentik di media sosial. Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi penting agar ibu dapat lebih bijak dalam melakukan perbandingan sosial dan mengelola presentasi diri di media sosial.

Kata kunci: perbandingan sosial; *online self-presentation*; ibu milenial

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL COMPARISON AND
ONLINE SELF-PRESENTATION AMONG MILLENNIAL MOTHERS
ON SOCIAL MEDIA**

Nathasya Easter Sinaga¹, Costrie Ganes Widayanti¹
15000122120067

¹**Faculty of Psychology, Diponegoro University**
Prof. Mr. Sunario Street, Tembalang, Semarang, 50275
Email: nathasyaeaster10@gmail.com

ABSTRACT

Online self-presentation refers to the way individuals portray themselves on social media. This study aimed to examine the relationship between social comparison and the dimensions of ideal and false self-presentation among millennial mothers. It was hypothesized that social comparison would be positively associated with both ideal and false self-presentation. This study employed a quantitative, non-experimental design. A total of 115 millennial mothers (born between 1981 and 1996) who actively used social media were selected through purposive sampling. Data were collected using the Social Comparison Scale and the Online Self-Presentation Scale developed by the researcher. The data were analyzed using Pearson product-moment correlation analysis. The results revealed significant positive relationships between social comparison and ideal self-presentation ($r = .291, p = .002$) as well as false self-presentation ($r = .334, p < .001$). These findings suggest that greater engagement in social comparison is associated with a stronger tendency among millennial mothers to present themselves in idealized and inauthentic ways on social media. Therefore, enhancing digital literacy may help mothers engage with social media more critically and manage their self-presentation more effectively.

Keywords: *social comparison; online self-presentation; millennial mothers*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi atau hiburan, tetapi telah menjadi ruang penting bagi ibu untuk memperoleh informasi, mencari dukungan sosial, serta menampilkan pengalaman pengasuhan mereka kepada orang lain. Berdasarkan data *Digital Mum Survey 2022* yang diadakan oleh *The Asian Parent Indonesia*, sebanyak 83% ibu di Indonesia secara aktif membuat unggahan di aplikasi media sosial, dan *parenting* merupakan pilihan konten teratas untuk para ibu (Media Indonesia, 2022). Tingginya aktivitas ibu di media sosial didorong oleh berbagai motivasi, seperti keinginan untuk memperoleh afirmasi dan dukungan sosial, menunjukkan kemampuan dalam mengasuh anak, membangun interaksi dengan orang lain, serta mendokumentasikan perjalanan pengasuhan mereka (Latipah dkk., 2020).

Dalam konteks ibu, media sosial tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga ruang untuk memperoleh penerimaan sosial dan pengakuan diri. Kim dkk. (2023) menjelaskan bahwa aktivitas ibu di media sosial seringkali menjadi bentuk pertunjukan publik (*public performance*), di mana unggahan tentang pengasuhan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pengalaman pribadi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh validasi sosial. Dalam proses ini, ibu secara sadar menyeleksi momen, pengalaman, dan informasi yang

akan ditampilkan karena menyadari bahwa setiap unggahan berkontribusi terhadap pembentukan persepsi publik mengenai diri mereka.

Presentasi diri di media sosial, atau yang disebut dengan *online self-presentation*, memungkinkan individu untuk menampilkan citra diri yang diinginkan secara selektif dan menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan interaksi tatap muka (Hogan, 2010). Konsep ini berakar dari Goffman (1959) yang menjelaskan bahwa *self-presentation* adalah upaya individu dalam menampilkan diri di “depan panggung” (*front stage*) untuk mengontrol kesan yang ditangkap oleh audiens. Seiring berkembangnya teknologi digital, proses presentasi diri tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga berlangsung di ruang digital. Bullingham dan Vasconcelos (2013) menjelaskan *online self-presentation* sebagai proses individu dalam mengelola dan menampilkan identitas diri di dunia digital. Meskipun pengguna media sosial tidak selalu menciptakan identitas yang sepenuhnya berbeda dari kehidupan nyata, mereka cenderung secara selektif memilih aspek-aspek tertentu dari dirinya untuk ditampilkan, sementara aspek lainnya tidak ditonjolkan.

Online self-presentation pada ibu tercermin melalui unggahan yang menampilkan status sosial, kompetensi pengasuhan, maupun gaya hidup yang dianggap unggul. Di sisi lain, ibu juga menampilkan sisi yang lebih natural melalui unggahan yang menggambarkan kehangatan, kedekatan emosional, dan interaksi sehari-hari dengan anak (Holiday dkk., 2022). Bagaimana ibu mempresentasikan diri di media sosial dapat memberikan dampak yang berbeda sesuai dengan bentuk *online self-presentation* yang cenderung digunakan.

Michikyan dkk. (2014) menjelaskan bahwa individu dapat secara simultan menampilkan berbagai aspek diri di media sosial, termasuk *real self-presentation*, *ideal self-presentation*, dan *false self-presentation*, dengan intensitas yang berbeda. Ketiga bentuk tersebut menunjukkan tingkat kesesuaian yang berbeda antara identitas yang ditampilkan di media sosial dengan identitas diri yang sebenarnya.

Menampilkan diri secara autentik dan selaras dengan keadaan yang di media sosial merupakan bentuk ekspresi diri yang sehat. Sebaliknya, kesejahteraan psikologis berisiko menurun ketika individu mempertahankan citra diri yang manipulatif atau terlalu diidealkan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana ibu mempresentasikan citra diri yang ideal maupun citra diri yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Vaate dkk. (2020) menjelaskan *online self-presentation* yang autentik cenderung meningkatkan kesejahteraan individu, sedangkan *online self-presentation* yang terlalu ideal atau tidak autentik dapat menurunkan kesejahteraan individu. Ketika individu menampilkan dirinya secara autentik atau sesuai kondisi diri yang sebenarnya, *self-esteem* dan kesejahteraan akan meningkat. Sebaliknya, ketika individu terlalu banyak berpura-pura, menampilkan identitas yang tidak sesuai dengan dirinya, dan menciptakan citra yang sangat ideal di media sosial, maka *self-esteem* cenderung lebih rendah dan muncul ketidakpuasan diri.

Dalam konteks media sosial, Harris dan Bardey (2019) menjelaskan bahwa *idealized online self-presentation* merupakan upaya individu untuk menampilkan karakteristik diri yang lebih positif, lebih menarik, atau lebih

diinginkan dibandingkan kondisi dirinya yang sebenarnya. Individu dapat mempresentasikan dirinya sebagai lebih ekstrovert, lebih menarik, atau lebih stabil secara emosional daripada kondisi aktualnya. Sementara itu, *false self-presentation* merupakan bentuk presentasi diri yang menyimpang dari diri yang sebenarnya (Gil-Or dkk., 2015). Bentuk presentasi diri ini mencakup perilaku menampilkan informasi yang tidak sepenuhnya benar, mengeksplorasi identitas yang berbeda dari diri aktual, atau menampilkan diri untuk mengesankan orang lain (Michikyan dkk., 2014). Ketidaksesuaian antara identitas yang ditampilkan dan kondisi diri yang sebenarnya dapat meningkatkan ketakutan terhadap evaluasi negatif dari orang lain (Nor dkk., 2025). Selain itu, presentasi diri yang tidak jujur berpengaruh positif terhadap depresi, kecemasan, dan stres (Mun & Kim, 2021; Wright dkk., 2017).

Penelitian ini berfokus bagaimana ibu mempresentasikan diri secara ideal atau tidak autentik di media sosial, khususnya ibu yang termasuk ke dalam generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (Dimock, 2019). Hal ini dikarenakan milenial merupakan generasi pertama yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemunculan teknologi digital dan media sosial, sehingga memiliki tingkat keterikatan yang tinggi terhadap platform tersebut (Dixit, 2022). Porral dan Sanchez (2020) menjelaskan generasi X tumbuh sebelum internet menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, dan penggunaan teknologi pada kelompok ini lebih berorientasi pada fungsi praktis dan pencarian informasi. Di sisi lain, Choudhary dkk. (2024) menjelaskan bahwa generasi milenial menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk

mengekspresikan pendapat secara rutin serta memperhatikan pandangan orang lain sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan. Pangudi dkk. (2023) menjelaskan bahwa penggunaan berbagai fitur Instagram, seperti *feed*, *story*, *filter*, *caption*, dan musik, serta interaksi dengan pengguna lain, merupakan bentuk presentasi diri yang dilakukan oleh ibu milenial di media sosial.

Salah satu faktor yang memengaruhi bagaimana seseorang mempresentasikan dirinya secara ideal adalah adanya kesenjangan antara cara individu memandang dirinya saat ini dengan bagaimana individu ingin dilihat oleh orang lain (Leary & Kowalski, 1990). Dalam konteks ibu, kondisi ini menjadi relevan karena ibu terpapar pada berbagai informasi mengenai kehidupan ibu lain dan standar sosial, yang membuka peluang terjadinya perbandingan sosial. Istilah perbandingan sosial pertama kali dikemukakan oleh Festinger (1954), yang menjelaskan bahwa manusia memiliki dorongan untuk mengevaluasi opini dan kemampuannya, khususnya saat standar objektif tidak tersedia. Individu ingin mengetahui apakah pandangan mereka benar atau sejalan dengan orang lain, serta memastikan apakah kemampuan yang dimiliki sudah layak dan memadai.

Fox dan Vendemia (2016) menjelaskan bahwa perbandingan sosial mendorong individu untuk lebih selektif dalam memilih dan menampilkan foto di media sosial sebagai bagian dari strategi presentasi diri. Ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih unggul, mereka cenderung berupaya menampilkan citra diri yang lebih positif untuk memperoleh penilaian sosial yang diinginkan. Perbandingan sosial pada ibu dapat dipicu oleh berbagai aspek yang ditampilkan di media sosial, seperti jumlah *likes* dan

komentar pada unggahan, pencapaian perkembangan anak, cara orang tua lain menjalankan pengasuhan, maupun konten yang dibagikan oleh *influencer* dan komunitas daring (Rheu dkk., 2023). Ketika hasil perbandingan menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi diri saat ini dengan standar yang dianggap ideal, ibu dapat terdorong untuk mengelola citra dirinya agar lebih sesuai dengan harapan sosial yang berkembang di lingkungan digital.

Ekspektasi yang tinggi terhadap peran ibu turut mendorong terbentuknya standar keibuan yang dianggap ideal di masyarakat. Salah satu bentuknya tercermin dalam budaya *intensive mothering*, yaitu pandangan yang menempatkan ibu sebagai figur utama yang bertanggung jawab atas perkembangan dan kesejahteraan anak (Gimenez-Nadal & Sevilla, 2016; Hapsari dkk., 2025). Selain itu, terdapat fenomena *mom shaming*, yaitu kritik, sindiran, atau komentar negatif yang ditujukan kepada ibu terkait keputusan dan praktik pengasuhan yang dilakukan (Hapsari dkk., 2025). Meskipun media sosial menjadi sumber informasi terkait pengasuhan dan dukungan komunitas, secara bersamaan media sosial juga menciptakan standar yang tidak realistis dan menjadi tuntutan yang harus dipenuhi (Putri dkk., 2025). Dikarenakan ekspektasi sosial yang ada di masyarakat, banyak ibu menjadi lebih selektif dalam membagikan pengalaman pribadi, khususnya untuk melindungi citra diri.

Proses perbandingan sosial tidak hanya melibatkan evaluasi kognitif, tetapi juga dapat memunculkan berbagai respons emosional. Wang dkk. (2024) menemukan bahwa perbandingan sosial di media sosial dapat memicu emosi negatif, terutama perasaan iri (*envy*) dan malu (*shame*). Perasaan iri cenderung

mendorong individu untuk menampilkan diri secara tidak autentik (*false self-presentation*) sebagai upaya memperbaiki citra diri di hadapan orang lain, sedangkan perasaan malu dapat menekan ekspresi diri yang autentik dan mendorong individu untuk lebih menonjolkan aspek-aspek tertentu secara berlebihan (*ideal self-presentation*). Hal tersebut menunjukkan bahwa dampak perbandingan sosial tidak hanya berkaitan dengan penilaian terhadap diri sendiri, tetapi juga dapat memengaruhi bagaimana individu memilih untuk mempresentasikan dirinya secara lebih ideal atau bahkan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya kepada orang lain.

Penelitian Dinh dan Lee (2025) menunjukkan bahwa semakin tinggi paparan media sosial, semakin besar kemungkinan individu mengalami *fear of missing out* (FOMO) dan melakukan perbandingan sosial dengan orang lain yang dianggap lebih unggul. Kondisi tersebut mendorong individu untuk mengelola presentasi diri di media sosial sebagai upaya mempertahankan dan melindungi citra diri di hadapan orang lain. Sejalan dengan hasil tersebut, Bayraktar dan Çelik (2025) juga menjelaskan bahwa kecenderungan membandingkan diri dengan orang tua lain mendorong keinginan orang tua untuk membagikan praktik pengasuhan mereka di media sosial. Ketika ibu terpapar pada unggahan mengenai pengasuhan, perkembangan anak, serta gaya hidup keluarga yang ditampilkan oleh orang tua lain, ibu menjadi lebih sadar terhadap bagaimana kemampuan mereka dinilai dalam konteks sosial. Kesadaran tersebut kemudian mendorong ibu untuk membagikan konten yang dapat membentuk citra diri positif dan sesuai dengan standar keibuan yang dianggap ideal. Dengan demikian, perbandingan

sosial tidak hanya memengaruhi cara ibu mengevaluasi dirinya, tetapi juga memengaruhi bagaimana ibu mengelola dan menampilkan citra diri di media sosial.

Penelitian ini menjadi menarik karena berfokus pada hubungan antara perbandingan sosial dengan bagaimana ibu mempresentasikan diri di media sosial. Penelitian terdahulu telah dilakukan dalam konteks remaja dan dewasa awal (Chua & Chang, 2016; Fakhri dkk., 2023; Hjetland dkk., 2022), sedangkan penelitian ini berfokus pada konteks ibu, yang memiliki karakteristik berbeda. Kelompok remaja umumnya berada pada fase eksplorasi identitas sehingga penggunaan media sosial sering berkaitan dengan pencarian jati diri, penerimaan sosial, dan pembentukan identitas. Sebaliknya, ibu memberikan konteks berbeda, yaitu terdapat ekspektasi dan standar sosial mengenai peran ibu yang ideal. Selain itu, penelitian ini secara khusus berfokus pada hubungan antara perbandingan sosial dengan dua bentuk *online self-presentation*, yaitu *ideal self-presentation* dan *false self-presentation*. Penelitian ini juga menjadi penting karena aktivitas ibu di media sosial tidak hanya berdampak pada kesejahteraan ibu, tetapi juga dapat memunculkan risiko digital serta potensi konflik dalam hubungan orang tua dan anak (Vaate dkk., 2020; Siibak & Traks, 2019; Tosuntaş & Griffiths, 2024).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara perbandingan sosial dan *online self-presentation* pada ibu milenial yang aktif menggunakan media sosial, khususnya pada *ideal self-presentation* dan *false self-presentation*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih

mendalam mengenai bagaimana ibu membandingkan diri dengan orang tua lain, dan hubungannya dengan bagaimana ibu menampilkan diri di media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah terdapat hubungan antara perbandingan sosial dan *ideal self-presentation* pada ibu milenial di media sosial?
2. Apakah terdapat hubungan antara perbandingan sosial dan *false self-presentation* pada ibu milenial di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perbandingan sosial dengan bentuk *online self-presentation* ibu milenial yang menggunakan media sosial, yaitu *ideal self-presentation* dan *false self-presentation*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan yang sudah ada dan memberikan kontribusi pada literatur psikologi sosial mengenai bagaimana hubungan antara *perbandingan sosial* dengan *online self-presentation* ibu milenial di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Ibu sebagai Pengguna Sosial Media

Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi para ibu mengenai hubungan antara perbandingan sosial yang terjadi terhadap perilaku mereka di media sosial, sehingga mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak dan berbasis literasi digital.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memperluas literatur mengenai perilaku digital pada ibu dan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam memahami dinamika *online self-presentation* ibu di media sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan dasar bagi peneliti berikutnya untuk mengembangkan model yang melibatkan variabel mediasi atau moderasi, sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai mekanisme psikologis yang membentuk presentasi diri di media sosial.