

Hubungan Orientasi Perbandingan Sosial dan Harga Diri Pengguna TikTok = "A Correlational Study: Investigating Social Comparison Orientation and Self-Esteem TikTok Consumption"

Arsyifa Dewi Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920543892&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan TikTok telah meningkat pesat. Namun, sampai sekarang hanya ada sedikit studi yang meneliti faktor-faktor psikologis yang terkait dengan penggunaannya. Untuk menanggulangi hal ini, studi ini mengkaji hubungan antara orientasi perbandingan sosial dan harga diri dalam konsumsi TikTok. Studi ini berhipotesis bahwa orientasi perbandingan sosial memiliki korelasi positif yang signifikan dengan konsumsi TikTok, sedangkan harga diri memiliki korelasi negatif yang signifikan dengan konsumsi TikTok. Untuk mengukur hubungan ini, studi ini merekrut sampel dengan 381 partisipan yang menggunakan TikTok untuk melakukan survei korelasional. Hasil yang ditemukan mengkonfirmasi hipotesis yang dibuat. Hasil menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara orientasi perbandingan sosial dan konsumsi TikTok. Sebuah korelasi negatif yang signifikan juga ditemukan antara harga diri dan konsumsi TikTok. Hasil ini mungkin mengindisikasikan pengadopsian TikTok yang negatif oleh partisipan yang dijelaskan dengan adanya orientasi perbandingan sosial sebagai mediator antara konsumsi TikTok dan harga diri. Dengan hasil yang ada, studi ini menyarankan untuk pengguna TikTok agar lebih memperhatikan kondisi psikologis mereka dan tingkatan konsumsi TikTok.

..... The growth of TikTok has been increasing rapidly over recent years. However, few studies have investigated the psychological factors linked to the use of it. To address this, our study examines the relationship between social comparison orientation and self-esteem in TikTok consumption. This study hypothesizes that social comparison orientation has a significant positive relationship with TikTok consumption while self-esteem has a significant negative relationship with TikTok consumption. To assess this relationship, a convenience sample of 381 participants who use TikTok were recruited to complete a correlational survey. The results found confirmed the hypotheses made. It was revealed that there is a significant positive correlation of social comparison orientation and TikTok consumption. A significant negative correlation of self-esteem and TikTok consumption was also found. This may imply participants' negative adoption of TikTok, explained by having social comparison orientation as the mediator between TikTok consumption and self-esteem. Therefore, our findings suggest that TikTok users should be mindful about their psychological state and consumptions.