

Peran *Social Comparison* terhadap *Subjective Well-Being* pada *Emerging Adulthood* Pengguna Aktif Media Sosial

Berlian Ariani Cindy¹, Rully Afrita Harlianty²

^{1,2} Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Riwayat artikel: Diterima : 30/07/2026 Direvisi : 24/08/2026 Dipublikasikan : 31/08/2026 Kata kunci: <i>Social Comparison</i> ; <i>Subjective Well-Being</i> ; <i>Emerging Adulthood</i> ; <i>Media Sosial</i> .	Perkembangan media sosial telah mengubah pola interaksi dan cara individu mengevaluasi dirinya melalui informasi mengenai kehidupan orang lain yang tersedia secara digital. Pada fase <i>emerging adulthood</i> , individu berada dalam periode eksplorasi identitas yang rentan terhadap proses perbandingan sosial (<i>social comparison</i>) yang dapat memengaruhi kesejahteraan subjektif (<i>subjective well-being</i>). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran <i>social comparison</i> terhadap <i>subjective well-being</i> pada individu fase <i>emerging adulthood</i> pengguna aktif media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel penelitian terdiri dari 301 responden berusia 18–25 tahun yang dipilih menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Pengumpulan data dilakukan menggunakan <i>Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure</i> (INCOM) untuk mengukur <i>social comparison</i> , serta <i>Satisfaction with Life Scale</i> (SWLS) dan <i>Scale of Positive and Negative Experience</i> (SPANE) untuk mengukur <i>subjective well-being</i> . Analisis data menggunakan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa <i>social comparison</i> memiliki peran yang signifikan terhadap <i>subjective well-being</i> dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil analisis menunjukkan nilai $R = 0,206$ dengan koefisien determinasi $R^2 = 0,042$, yang berarti <i>social comparison</i> memberikan kontribusi sebesar 4,2% terhadap variasi <i>subjective well-being</i> . Persamaan regresi yang diperoleh yaitu $Y = 44,562 + 0,259X$, menunjukkan arah hubungan positif antara kedua variabel. Temuan penelitian menunjukkan bahwa <i>social comparison</i> tidak selalu memberikan dampak negatif, tetapi dapat menjadi proses adaptif ketika individu mampu memanfaatkan perbandingan sosial sebagai sarana evaluasi dan pengembangan diri.
Penulis Korespondensi: Berlian Ariani Cindy Email: berlianarnn@student.esaunggul.ac.id	

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya akses internet telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi, interaksi sosial, serta cara individu memperoleh informasi. Perubahan tersebut terlihat dari peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia mengalami peningkatan dari 215 juta jiwa (78,19%) pada tahun 2023 menjadi 221 juta jiwa (79,50%) pada tahun 2024 dan mencapai 229 juta jiwa (80,66%) pada tahun 2025 (APJII, 2025). Sejalan dengan perkembangan tersebut, Data Reportal

mencatat bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai sekitar 143 juta jiwa pada awal tahun 2025 atau sekitar 50,2% dari total populasi (Simon, 2025). Kelompok usia muda menjadi pengguna media sosial terbesar, terutama individu berusia 18–24 tahun dan 25–34 tahun yang termasuk kelompok pengguna paling aktif (Simon, 2025). Rentang usia tersebut berkaitan erat dengan fase perkembangan *emerging adulthood*, yaitu periode transisi dari masa remaja menuju dewasa awal (Arnett, 2014).

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk memperoleh informasi, menampilkan identitas diri, serta mengamati kehidupan orang lain. Platform seperti TikTok dan Instagram banyak digunakan untuk melihat berbagai bentuk konten visual mengenai kehidupan sehari-hari, pencapaian akademik, perkembangan karier, hubungan interpersonal, hingga standar penampilan fisik ideal (Afifah & Kuntari, 2025; Connell & Daruwala, 2025). Paparan terhadap berbagai konten tersebut dapat memengaruhi cara individu mengevaluasi dirinya sendiri, terutama ketika individu menjadikan kehidupan orang lain sebagai standar pembandingan dalam menilai keberhasilan pribadi.

Fase *emerging adulthood* merupakan periode perkembangan yang memiliki karakteristik unik karena individu berada pada masa transisi antara remaja dan dewasa sepenuhnya. Arnett (2014) menjelaskan bahwa fase ini berlangsung sekitar usia 18–25 tahun dan ditandai dengan eksplorasi identitas, ketidakstabilan, fokus terhadap diri sendiri, perasaan berada di antara masa remaja dan dewasa (*feeling in-between*), serta periode penuh kemungkinan (*age of possibilities*). Pada fase ini, individu mulai mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan seperti hubungan romantis, pekerjaan atau karier, serta pandangan hidup. Namun, ketiadaan standar kehidupan yang jelas sering menyebabkan individu mengalami ketidakpastian mengenai arah hidup dan pencapaian dirinya (Arnett, 2014).

Ketidakpastian tersebut dapat meningkatkan kerentanan psikologis pada *emerging adulthood*. Individu pada fase ini sering menghadapi tuntutan untuk mencapai kemandirian finansial, menentukan arah karier, serta membangun hubungan interpersonal yang stabil. Kondisi tersebut dapat menyebabkan munculnya evaluasi negatif terhadap diri sendiri apabila individu merasa tertinggal dibandingkan orang lain (Palmeroni et al., 2019). Media sosial kemudian menjadi salah satu sumber utama individu memperoleh standar eksternal dalam mengevaluasi kehidupannya. Paparan terhadap pencapaian orang lain, gaya hidup ideal, maupun standar fisik tertentu dapat memicu munculnya perasaan tidak aman (*insecure*), malu, dan ketidakpuasan terhadap kehidupan sendiri (Diener, 1984).

Salah satu konsep psikologis yang berkaitan dengan fenomena tersebut adalah *subjective well-being*. Diener (1984) menjelaskan bahwa *subjective well-being* merupakan evaluasi individu terhadap kehidupannya yang mencakup aspek kognitif dan afektif. Aspek kognitif berkaitan dengan kepuasan hidup (*life satisfaction*), sedangkan aspek afektif berkaitan dengan keseimbangan antara pengalaman emosi positif dan negatif. Individu dengan *subjective well-being* tinggi cenderung memiliki penilaian positif terhadap kehidupannya serta lebih sering mengalami emosi menyenangkan dibandingkan emosi negatif (Diener et al., 1999). Sebaliknya, individu dengan *subjective well-being* rendah cenderung mengalami ketidakpuasan hidup dan lebih dominan merasakan emosi negatif seperti kecemasan, kesedihan, maupun rasa tidak berharga (Diener, 1984).

Secara ideal, fase *emerging adulthood* seharusnya menjadi periode yang memungkinkan individu mengeksplorasi berbagai kemungkinan hidup dan membangun identitas secara positif (Arnett, 2014). Namun, perkembangan teknologi dan tingginya intensitas penggunaan media sosial dapat menciptakan kondisi berbeda. Media sosial sering kali hanya menampilkan sisi terbaik kehidupan seseorang sehingga individu memperoleh gambaran kehidupan yang tidak sepenuhnya realistis. Ketika individu membandingkan kehidupannya dengan representasi ideal tersebut, muncul kesenjangan antara kondisi aktual dengan standar yang diamati sehingga dapat memengaruhi evaluasi terhadap kualitas hidupnya (Diener et al., 1999).

Proses evaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain dikenal sebagai *social comparison*. Festinger (1954) menjelaskan bahwa *social comparison* merupakan dorongan

dasar individu untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat dirinya dengan membandingkannya dengan orang lain, terutama ketika tidak tersedia standar objektif yang jelas. Dalam kehidupan sosial, proses ini sebenarnya memiliki fungsi adaptif karena membantu individu memahami posisi dirinya serta menentukan arah perkembangan pribadi. Namun, dalam konteks media sosial, *social comparison* dapat menjadi lebih kompleks karena individu terus-menerus terpapar pencapaian orang lain yang telah dikurasi dan ditampilkan secara positif.

Social comparison dapat terjadi dalam dua bentuk utama, yaitu upward comparison dan downward comparison. Upward comparison terjadi ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap memiliki kondisi lebih baik, seperti pencapaian karier, prestasi, atau penampilan fisik. Jenis perbandingan ini dapat memberikan motivasi untuk berkembang, tetapi juga dapat memunculkan perasaan kurang puas apabila individu merasa tidak mampu mencapai standar tersebut (Festinger, 1954). Sementara itu, downward comparison terjadi ketika individu membandingkan dirinya dengan individu yang dianggap berada pada kondisi lebih rendah sehingga dapat membantu meningkatkan evaluasi positif terhadap diri sendiri (Wills, 1981).

Dalam konteks *emerging adulthood*, *social comparison* menjadi proses yang penting karena individu masih berada dalam tahap pencarian identitas dan membutuhkan referensi sosial untuk memahami perkembangan dirinya. Menurut Wood (1989), *social comparison* dapat dipengaruhi oleh tiga motif utama, yaitu *self-evaluation*, *self-improvement*, dan *self-enhancement*. Perbandingan sosial tidak selalu menghasilkan dampak negatif, karena ketika dilakukan dengan tujuan meningkatkan diri (*self-improvement*), individu dapat menggunakan pencapaian orang lain sebagai sumber inspirasi dan motivasi untuk berkembang.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan antara *social comparison* dan *subjective well-being*. Panjaitan dan Rahmasari (2021) menemukan bahwa *social comparison* melalui Instagram memiliki hubungan negatif dengan *subjective well-being* pada mahasiswa psikologi pengguna Instagram. Temuan serupa juga ditemukan oleh Limanto (2025) serta Rahman dan Rinaldi (2025) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan melakukan perbandingan sosial, semakin rendah tingkat kesejahteraan subjektif individu. Namun, penelitian-penelitian tersebut sebagian besar masih berfokus pada kelompok mahasiswa atau pengguna media sosial secara umum, sehingga belum banyak mengkaji secara spesifik fase *emerging adulthood* sebagai periode perkembangan dengan karakteristik psikologis yang khas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian mengenai peran *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial menjadi penting dilakukan. Fase *emerging adulthood* merupakan periode ketika individu menghadapi berbagai tuntutan perkembangan sekaligus memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat peran *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi kajian psikologi sosial, psikologi perkembangan, dan psikologi positif, serta memberikan pemahaman praktis mengenai bagaimana individu dapat mengelola proses perbandingan sosial secara lebih adaptif di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk mengetahui peran *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada individu fase *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berupa angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hubungan antarvariabel (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, *social comparison* berperan sebagai variabel prediktor (variabel bebas), sedangkan *subjective well-being* sebagai variabel kriterium (variabel terikat).

Populasi penelitian adalah individu pada fase *emerging adulthood* berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik

purposive sampling dengan kriteria responden, yaitu berusia 18–25 tahun, menggunakan media sosial minimal 2 jam per hari, serta aktif melihat konten yang menampilkan kehidupan, pencapaian, maupun penampilan orang lain di media sosial. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 301 responden.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berbentuk skala Likert. Variabel *social comparison* diukur menggunakan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) berdasarkan konsep Festinger (1954), dengan aspek *ability* dan *opinion*. Sementara itu, variabel *subjective well-being* diukur menggunakan *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) yang dikembangkan oleh Diener et al. (1985) untuk mengukur aspek kognitif serta *Scale of Positive and Negative Experience* (SPANE) yang dikembangkan oleh Diener et al. (2010) untuk mengukur aspek afektif.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, serta analisis regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis penelitian mengenai peran *social comparison* terhadap *subjective well-being*. Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan bantuan perangkat lunak statistik. Selain itu, dilakukan kategorisasi skor untuk mengetahui tingkat *social comparison* dan *subjective well-being* pada responden penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada individu fase *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 301 individu yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu berusia 18–25 tahun, menggunakan media sosial minimal dua jam per hari, serta aktif melihat konten yang menampilkan kehidupan, pencapaian, maupun penampilan individu lain di media sosial. Analisis data dilakukan melalui pengujian karakteristik responden, uji kualitas instrumen, uji asumsi analisis, serta pengujian hipotesis menggunakan regresi linear sederhana.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok usia 21–23 tahun dengan jumlah 197 orang (65,4%), sedangkan kelompok usia 18–20 tahun sebanyak 68 orang (22,6%) dan usia 24–25 tahun sebanyak 36 orang (12%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas partisipan berada pada rentang usia awal dua puluhan yang merupakan periode penting dalam fase *emerging adulthood*, yaitu masa eksplorasi identitas, pendidikan, karier, serta hubungan interpersonal (Arnett, 2014).

Tabel 1. Karakteristik Usia Responden

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
18–20 tahun	68	22,6%
21–23 tahun	197	65,4%
24–25 tahun	36	12,0%
Total	301	100%

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 244 orang (81,1%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 57 orang (18,9%). Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam penelitian ini lebih besar, terutama berkaitan dengan penggunaan media sosial dan kecenderungan memperhatikan konten sosial yang ditampilkan oleh pengguna lain.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	244	81,1%
Laki-laki	57	18,9%
Total	301	100%

Ditinjau dari aktivitas utama, mayoritas responden merupakan mahasiswa sebanyak 236 orang (78,4%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebanyak 40 orang (13,3%), pelajar sebanyak 14 orang (4,7%), individu yang sedang mencari pekerjaan sebanyak 9 orang (3%), dan responden yang menjalani aktivitas bekerja sekaligus kuliah sebanyak 2 orang (0,7%). Kondisi tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar responden berada dalam konteks pendidikan tinggi yang sesuai dengan karakteristik *emerging adulthood*, yaitu periode ketika individu masih melakukan eksplorasi terhadap identitas akademik dan kariernya (Arnett, 2014).

Selain karakteristik demografis, penelitian ini juga melihat pola penggunaan media sosial responden. Berdasarkan durasi penggunaan media sosial, mayoritas responden mengakses media sosial selama 5–6 jam per hari sebanyak 123 orang (40,9%). Responden dengan durasi penggunaan 7–9 jam sebanyak 71 orang (23,6%), penggunaan 2–4 jam sebanyak 63 orang (20,9%), dan lebih dari 9 jam sebanyak 44 orang (14,6%). Tingginya durasi penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari individu pada fase *emerging adulthood*.

Tabel 3. Durasi Penggunaan Media Sosial Responden

Durasi Penggunaan	Frekuensi	Persentase
2–4 jam	63	20,9%
5–6 jam	123	40,9%
7–9 jam	71	23,6%
>9 jam	44	14,6%
Total	301	100%

Berdasarkan intensitas melihat konten orang lain di media sosial, sebanyak 170 responden (56,5%) menyatakan sangat sering melihat unggahan orang lain, 118 responden (39,2%) berada pada kategori sering, dan hanya 13 responden (4,3%) yang jarang melihat konten orang lain. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki paparan tinggi terhadap kehidupan, aktivitas, maupun pencapaian individu lain di media sosial sehingga memungkinkan terjadinya proses perbandingan sosial.

Selanjutnya, platform media sosial yang paling banyak digunakan responden adalah TikTok sebanyak 165 orang (54,8%), kemudian Instagram sebanyak 117 orang (38,9%). Platform lainnya seperti X/Twitter, YouTube, dan Telegram memiliki jumlah pengguna yang lebih sedikit. Dominasi TikTok dan Instagram menunjukkan bahwa responden banyak berinteraksi dengan media sosial berbasis visual yang sering menampilkan representasi kehidupan personal, pencapaian, serta gaya hidup pengguna lain.

Pengujian kualitas instrumen menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik. Pada skala *social comparison* menggunakan INCOM, hasil uji validitas isi dengan Aiken's V menunjukkan rentang nilai 0,807–0,942 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Setelah uji reliabilitas dilakukan, satu item gugur sehingga tersisa 17 item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882. Sementara itu, skala *subjective well-being* yang terdiri dari SWLS dan SPANE memiliki seluruh 17 item valid dengan nilai Aiken's V sebesar 0,788–0,961 serta reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,933. Hasil tersebut menunjukkan

bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, penelitian melakukan uji asumsi berupa uji normalitas dan linearitas. Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan koreksi Monte Carlo menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,116 ($p > 0,05$), sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga terdapat hubungan linear antara variabel *social comparison* dan *subjective well-being*.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Penelitian

Pengujian	Nilai Signifikansi	Keterangan
Normalitas Monte Carlo	0,116	Data berdistribusi normal
Linearitas	0,000	Hubungan linear

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui peran *social comparison* terhadap *subjective well-being*. Hasil analisis menunjukkan nilai F sebesar 13,222 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki peran yang signifikan terhadap *subjective well-being*. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 44,562 + 0,259X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *social comparison* akan meningkatkan *subjective well-being* sebesar 0,259 satuan. Koefisien regresi bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki arah positif.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Sig.
Konstanta	44,562	0,000
Social Comparison	0,259	0,000

Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,206 dan R Square sebesar 0,042. Hal ini berarti bahwa *social comparison* memberikan kontribusi sebesar 4,2% terhadap variasi *subjective well-being*, sedangkan sebesar 95,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

R	R Square	Kontribusi
0,206	0,042	4,2%

Berdasarkan hasil kategorisasi, sebagian besar responden memiliki tingkat *social comparison* rendah. Dari 301 responden, sebanyak 214 orang (71,1%) berada pada kategori rendah dan 87 orang (28,9%) berada pada kategori tinggi. Sementara itu, variabel *subjective well-being* menunjukkan bahwa sebanyak 159 responden (52,8%) berada pada kategori tinggi dan 142 responden (47,2%) berada pada kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan perbandingan sosial yang tidak tinggi dan tetap memiliki tingkat kesejahteraan subjektif yang relatif baik.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki peran positif dan signifikan terhadap *subjective well-being* pada *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan subjektif yang dimiliki. Hasil

tersebut berbeda dengan asumsi awal penelitian yang memperkirakan bahwa peningkatan *social comparison* akan menurunkan *subjective well-being* akibat munculnya evaluasi diri negatif, rasa tertinggal, maupun emosi negatif setelah melihat pencapaian orang lain di media sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa *social comparison* tidak selalu menghasilkan konsekuensi negatif. Festinger (1954) menjelaskan bahwa perbandingan sosial merupakan mekanisme psikologis yang secara alami dimiliki individu untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat dirinya ketika tidak tersedia standar objektif. Dalam konteks penelitian ini, aktivitas membandingkan diri melalui media sosial dapat berfungsi sebagai sarana memperoleh informasi mengenai posisi diri, memahami kemampuan pribadi, serta menentukan arah pengembangan diri. Dengan demikian, *social comparison* dapat menjadi proses adaptif apabila individu mampu menginterpretasikan informasi sosial secara konstruktif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Umar, Ntobuo, dan Kurniawati (2026) yang menemukan bahwa *social comparison* memiliki pengaruh signifikan terhadap *subjective well-being* dengan arah hubungan positif. Menurut penelitian tersebut, individu yang menggunakan media sosial secara adaptif cenderung menjadikan pencapaian orang lain sebagai sumber inspirasi dan motivasi, bukan sebagai ancaman terhadap harga dirinya. Kondisi tersebut memungkinkan individu membangun tujuan pribadi yang lebih jelas sehingga meningkatkan kepuasan hidup dan pengalaman emosi positif.

Hubungan positif antara *social comparison* dan *subjective well-being* dalam penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui konsep motif *social comparison* dari Wood (1989), khususnya melalui mekanisme *self-improvement*. Individu yang melakukan perbandingan sosial dengan tujuan memperbaiki diri cenderung menggunakan keberhasilan orang lain sebagai sumber pembelajaran. Pada fase *emerging adulthood*, mekanisme tersebut menjadi relevan karena individu sedang berada dalam tahap eksplorasi identitas, pekerjaan, dan hubungan interpersonal (Arnett, 2014). Oleh karena itu, melihat keberhasilan orang lain di media sosial dapat membantu individu menentukan tujuan, membangun motivasi, serta meningkatkan keyakinan bahwa dirinya mampu berkembang.

Selain itu, temuan penelitian dapat dipahami melalui teori kognitif sosial Bandura (1986), khususnya konsep *reciprocal determinism*. Menurut Bandura (1986), perilaku manusia dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan. Dalam konteks media sosial, individu melakukan pengamatan terhadap kehidupan orang lain (*observational learning*), kemudian menginterpretasikan informasi tersebut berdasarkan keyakinan dan pengalaman pribadinya. Apabila interpretasi yang muncul bersifat positif, maka paparan terhadap pencapaian orang lain dapat meningkatkan efikasi diri dan mendorong perilaku pengembangan diri.

Temuan penelitian juga dapat dijelaskan melalui teori *subjective well-being* Diener (1984), yang menyatakan bahwa kesejahteraan subjektif terdiri dari evaluasi kognitif berupa kepuasan hidup serta evaluasi afektif berupa keseimbangan emosi positif dan negatif. Ketika individu memaknai pencapaian orang lain sebagai sumber inspirasi, maka proses perbandingan sosial dapat meningkatkan evaluasi positif terhadap kehidupan dirinya sendiri. Individu tidak lagi melihat keberhasilan orang lain sebagai bukti kegagalan pribadi, melainkan sebagai gambaran kemungkinan yang dapat dicapai di masa depan. Kondisi tersebut mendukung meningkatnya kepuasan hidup dan munculnya emosi positif.

Namun demikian, kontribusi *social comparison* terhadap *subjective well-being* dalam penelitian ini relatif kecil, yaitu hanya sebesar 4,2%. Hal ini menunjukkan bahwa *subjective well-being* merupakan konstruk psikologis yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor. Diener et al. (1999) menjelaskan bahwa kesejahteraan subjektif juga dipengaruhi oleh berbagai faktor internal seperti kepribadian, tujuan hidup, kemampuan adaptasi, serta faktor eksternal seperti pekerjaan, pendapatan, hubungan interpersonal, dan kondisi lingkungan. Oleh karena itu, *social comparison* hanya menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kesejahteraan subjektif individu.

Hasil kategorisasi memperkuat interpretasi bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *social comparison* rendah (71,1%) dan *subjective well-being* tinggi (52,8%). Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak melakukan perbandingan sosial secara intens atau menjadikan kehidupan orang lain sebagai standar utama evaluasi diri. Rendahnya tingkat *social comparison* dapat mengurangi risiko munculnya perasaan inferior, iri, maupun tekanan psikologis akibat paparan konten media sosial. Pada saat yang sama, tingkat *subjective well-being* yang tinggi menunjukkan bahwa responden masih mampu melakukan evaluasi positif terhadap kehidupan mereka.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa *social comparison* dalam konteks pengguna aktif media sosial pada fase *emerging adulthood* tidak selalu menjadi faktor yang merugikan. Ketika dilakukan secara adaptif dan diarahkan pada pengembangan diri, *social comparison* dapat menjadi mekanisme psikologis yang mendukung kesejahteraan subjektif. Perbedaan hasil penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu seperti Panjaitan dan Rahmasari (2021), Limanto (2025), serta Rahman dan Rinaldi (2025) yang menemukan hubungan negatif antara *social comparison* dan *subjective well-being* menunjukkan bahwa dampak perbandingan sosial sangat bergantung pada bagaimana individu memaknai informasi sosial yang diperoleh dari media sosial.

Penelitian ini memberikan perspektif bahwa penggunaan media sosial tidak secara otomatis berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis individu. Bagi individu *emerging adulthood*, media sosial dapat menjadi ruang pembelajaran dan pengembangan diri apabila digunakan dengan pola pikir yang adaptif. Meskipun demikian, penelitian selanjutnya tetap perlu mempertimbangkan faktor lain seperti kepribadian, harga diri (*self-esteem*), arah perbandingan sosial (*upward* atau *downward comparison*), serta faktor psikologis lainnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan *subjective well-being*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* memiliki peran terhadap *subjective well-being* pada individu dalam fase *emerging adulthood* pengguna aktif media sosial. Proses perbandingan sosial yang dilakukan individu tidak selalu memberikan dampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis, melainkan dapat menjadi mekanisme adaptif apabila individu mampu memaknai informasi sosial secara positif. Dalam konteks penggunaan media sosial, individu dapat menjadikan pencapaian, pengalaman, maupun perkembangan orang lain sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan evaluasi diri untuk melakukan pengembangan pribadi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa cara individu melakukan dan menginterpretasikan *social comparison* menjadi faktor penting dalam menentukan dampaknya terhadap *subjective well-being*. Perbandingan sosial yang diarahkan pada peningkatan diri (*self-improvement*) dapat membantu individu membangun tujuan, meningkatkan motivasi, serta memperkuat evaluasi positif terhadap kehidupannya. Sebaliknya, perbandingan sosial yang tidak adaptif berpotensi menimbulkan evaluasi diri negatif apabila individu menjadikan kehidupan orang lain sebagai standar utama dalam menilai keberhasilan dirinya.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi digital dan kesadaran diri bagi pengguna media sosial, khususnya individu pada fase *emerging adulthood*, agar mampu menggunakan media sosial secara lebih sehat dan reflektif. Individu disarankan untuk memahami bahwa konten media sosial sering kali merupakan representasi kehidupan yang telah dikurasi sehingga tidak sepenuhnya menggambarkan kondisi nyata seseorang. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan faktor psikologis lain seperti *self-esteem*, kepribadian, pola penggunaan media sosial, maupun bentuk *social comparison* (*upward* atau *downward comparison*) agar memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *subjective well-being*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial Gen Z di aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>.

- Armenta, C. N., Ruberton, P. M., & Lyubomirsky, S. (2015). Subjective well-being. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2nd ed., Vol. 23, pp. 648–653). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.25039-3>.
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199929382.001.0001>.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi ke-3). Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bjornsen, C. A. (2018). Social media use and emerging adulthood. In *Emerging adulthood and higher education: A developmental perspective* (pp. 223–261). https://www.researchgate.net/publication/324542908_Social_Media_Use_and_Emerging_Adulthood.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2005). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture* (pp. 15–32). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584329.003>.
- Connell, R. O., & Daruwala, N. A. (2025). Milestones and mindsets: How social media shapes young adults' expectations and emotional well-being. *Journal of Social and Media Research*, 2(5), 400–415. <https://doi.org/10.29329/jsomer.56>.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97, 143–156. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9493-y>.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>.
- Hakiki, S. (2026). Inilah daftar media sosial favorit orang Indonesia 2025. GoodStats. <https://goodstats.id/article/inilah-daftar-media-sosial-favoritorang-indonesia-2025-QAG7k>.
- Limanto, D. (2025). *Hubungan antara social comparison dengan subjective well-being pada generasi Z pengguna aktif media sosial* [Skripsi sarjana, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya]. Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., & Schkade, D. (2015). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111–131.
- Palmeroni, N., Claes, L., Verschueren, M., & Buelens, J. (2019). Identity development and psychological vulnerability during emerging adulthood. *Journal of Adult Development*, 26, 189–201.

- Rahman, T., & Rinaldi. (2025). Efek perbandingan sosial di Instagram terhadap *subjective well-being* pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(3)
- Simon, K. (2025a). Digital 2025: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Umar, R. S., Ntobuo, F., & Kurniawati, S. A. M. (2026). Pengaruh *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gorontalo. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 5(2), 1732–1740.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231–248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>.