

**PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM
HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI
TIKTOK TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING
MAHASISWA GEN Z UIN MALANG**

SKRIPSI



Oleh :

Muhamad Hasbi Asydiq

NIM. 220401110118

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

HALAMAN JUDUL

**PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM
HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI
TIKTOK TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING
MAHASISWA GEN Z UIN MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh

gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Muhamad Hasbi Asydiq

NIM. 220401110118

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

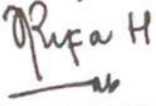

**PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN
ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PSYCHOLOGICAL WELL-BEING MAHASISWA GEN-Z UIN MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Muhamad Hasbi Asyidiq
NIM. 220401110118

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Pembimbing I <u>Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog</u> NIP. 197611282002122001		17 Maret 2026
Pembimbing II <u>Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si</u> NIP. 197008132001121001		17 Maret 2026

Malang, 30 Maret 2026



NIP. 198610092015032002

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN


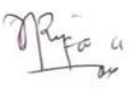

**PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN
ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PSYCHOLOGICAL WELL-BEING MAHASISWA GEN-Z UIN MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Muhamad Hasbi Asyidiq
NIM. 220401110118

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh dewan Penguji Skripsi dalam
Sidang Skripsi pada tanggal 16 April 2026

Dosen Penguji	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Ketua Penguji Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si NIP. 197008132001121001		11/5 2026
Sekretaris Penguji Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog NIP. 197611282002122001		5/5 2026
Penguji Utama Prof. Dr. Ali Ridho, M.Si NIP. 197804292006041001		11/5 2026

Disahkan oleh,

Dekan



Prof. Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 196710291994032001

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UTN Maulana Malik
Ibrahim
Malang

Assalamualaikum wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING MAHASISWA GEN-Z UIN MALANG

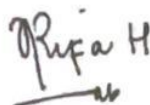
Yang ditulis oleh :

Nama : Muhamad Hasbi Asyidiq
NIM : 220401110118
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UTN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Malang, 16 Maret 2026
Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog
NIP. 197611282002122001

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik
Ibrahim
Malang

Assalamualaikum wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING MAHASISWA GEN-Z UIN MALANG

Yang ditulis oleh :

Nama : Muhamad Hasbi Asyidiq
NIM : 220401110118
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Malang, 16 Maret 2026
Dosen Pembimbing



Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si
NIP. 197008132001121001

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Hasbi Asyidiq

NIM : 220401110118

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **PERAN SELF-ESTEEM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DALAM APLIKASI TIKTOK TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING MAHASISWA GEN-Z UIN MALANG**, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Jika di kemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen pembimbing dan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi.

Malang, 20 April 2026

Penulis



Muhamad Hasbi Asyidiq
NIM. 220401110118

MOTTO

“The only one who can beat me is me”

-Aomine Daiki-

فَأَنْصَبْ لِي فَرَعْتِ فَايَا

“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan),
teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)”

(QS. Al-Insyirah:7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama, skripsi ini penulis persembahkan dengan tulus kepada Ayahanda La Lensi dan Ibunda Nuriatul Hasanah. Mereka adalah sumber kekuatan, inspirasi, dan motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta pengorbanan tanpa batas selama penulis menjalani pendidikan ini. Segala perjuangan dan keikhlasan yang telah mereka curahkan menjadi landasan yang kokoh bagi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk bakti dan ungkapan terima kasih penulis atas segala kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada keduanya, baik di dunia maupun di akhirat.

Kedua, penulis juga ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini. Dedikasi dan keilmuan mereka menjadi teladan bagi penulis dalam menjalankan proses penelitian secara ilmiah dan bertanggung jawab.

Semoga segala kebaikan, ilmu, dan bimbingan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap besar agar karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang psikologi.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Peran Self-Esteem Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Social Comparison pada Aplikasi Tiktok terhadap Kesejahteraan Psikologis Mahasiswa Gen- Z UIN Malang*" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umat yang setia mengikuti sunnahnya hingga hari akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM, CRPM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di lingkungan kampus yang penuh dengan nilai-nilai keislaman dan keilmuan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan izin dan fasilitas selama penulis menempuh studi di fakultas ini.
3. Ibu Dr. Fina Hidayati, M.A, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang senantiasa memberikan arahan dan kemudahan dalam proses akademik selama masa perkuliahan penulis.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan dedikasi tinggi telah

memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

5. Bapak Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan teknis, koreksi, serta motivasi yang mendorong penulis untuk terus memperbaiki kualitas karya ilmiah ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini.
7. Kedua orangtua, ayahanda dan Ibunda tercinta, yang senantiasa memberikan doa yang tulus, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang tiada terkira sehingga penulis mampu menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Keluarga besar maupun kerabat yang ada di Malang, yang senantiasa memberikan support dan saran sehingga mampu menggantikan peran orangtua yang jauh.
9. Seluruh teman kontrakan, Azizy, Pimas, Rijal, Akmal, Alfian, Radja, Tyo, dan Izza telah memberikan bantuan, saran, dan kenangan selama menetap di Malang.
10. Seluruh rekan KKM Dhiptakara, Sessa Amara Navtafilofa, Saryfa Amanda, Ashif Akmaluddin Sabilillah, Roudhatun Nafisa, Najwa Nur Fitria, Sony Alfriedho, Zainal Abidin, Pamela Binar Surya, Rofifah, Zannuba Qotrunnada, Balqis Thufailah Yasmin, dan Mohammad Wahyu Davi Pradana yang telah kebersamai dan berbagi kenangan serta pengalaman selama beberapa waktu.
11. Seluruh rekan PKL serta tenaga pengajar dan staf di MIN 1 Kota Malang, yang telah memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga, memperluas wawasan, dan memberikan pembelajaran nyata di luar bangku perkuliahan yang turut membentuk kompetensi penulis.

12. Semua teman UNIOR UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah menjadi bagian dari perjalanan dan keseharian penulis selama masa studi, memberikan keceriaan, motivasi, dan rasa kebersamaan yang tidak ternilai harganya.
13. Semua teman PB UNIOR, yang telah menemani penulis dalam kegiatan dan perjuangan bersama, menciptakan kenangan yang penuh makna, serta banyak mengajarkan arti kerja sama dan semangat kolektif yang sesungguhnya.
14. Semua teman Ion Pool and Cafe, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, semangat, dan tawa di tengah padatnya rutinitas perkuliahan.
15. Alifah Fathya Ahmad, Adithya Eka Putra, dan Ranto Jagad Kelana Hasibuan, teman-teman seperjuangan yang telah menemani setiap langkah perjalanan akademik ini dengan penuh kesetiaan. Terima kasih atas diskusi yang bermakna, bantuan yang tak terhitung, dan persahabatan yang tulus yang tidak akan pernah penulis lupakan.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi, bantuan, dan dukungan dalam berbagai bentuk selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah diberikan dengan balasan yang berlipat ganda.
17. Dan diri sendiri, atas segala keteguhan hati, kegigihan, dan keberanian untuk terus melangkah maju meski dihadapkan pada berbagai tantangan dan keraguan. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, terus berjuang, dan mempercayai bahwa setiap usaha yang dilakukan dengan ikhlas tidak akan pernah sia-sia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang konstruktif dari berbagai pihak untuk perbaikan dan pengembangan karya ilmiah ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi pengembangan ilmu

pengetahuan, khususnya di bidang psikologi, serta bagi semua pihak yang memerlukannya.

Malang, 14 Maret 2026

Penulis,

Muhamad Hasbi Asydiq

NIM. 220401110118

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
ملخص	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	14
KAJIAN TEORI	14
A. <i>Social Comparison</i>	14
1. Definisi <i>Social Comparison</i>	14
2. Klasifikasi <i>Social Comparison</i>	15
3. Faktor <i>Social Comparison</i>	17
4. Hubungan <i>Social Comparison</i> dengan Tiktok.....	18
5. Dampak <i>Social Comparison</i>	20
6. Perspektif Islam Tentang <i>Social Comparison</i>	21

B.	<i>Self-Esteem</i>	24
1.	Definisi <i>Self-Esteem</i>	24
2.	Aspek-Aspek <i>Self-Esteem</i>	26
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Self-Esteem</i>	27
4.	Hubungan <i>Self-Esteem</i> dengan <i>Social Comparison</i>	30
5.	Hubungan <i>Self-Esteem</i> dengan Kesejahteraan Psikologis	31
6.	<i>Self-Esteem</i> sebagai Variabel Mediasi.....	33
7.	Perspektif Islam tentang <i>Self-Esteem</i>	35
C.	<i>Psychological Well-Being</i>	38
1.	Definisi <i>Psychological Well-Being</i>	38
2.	Dimensi <i>Psychological Well-Being</i>	39
3.	Faktor-Faktor <i>Psychological Well-Being</i>	41
4.	Hubungan Antara <i>Psychological Well-Being</i> dengan <i>Social Comparison</i>	43
5.	Perspektif Islam Tentang <i>Psychological Well-Being</i>	45
D.	Kerangka Konseptual	47
E.	Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III	49
METODE PENELITIAN	49
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
B.	Identifikasi Variabel	49
C.	Definisi Operasional.....	50
D.	Populasi dan Sampel	52
E.	Teknik Pengumpulan Data	56
F.	Instrumen Penelitian.....	58
G.	Skala Penelitian.....	60
H.	Uji Asumsi Klasik	67
I.	Analisis Data.....	70
BAB IV	76
HASIL DAN PEMBAHASAN	76
A.	Pelaksanaan Penelitian	76
B.	Gambaran Subjek Penelitian.....	78

C. Hasil Penelitian	82
D. Analisis Hubungan Hipotesis.....	113
E. Pembahasan	118
BAB V.....	127
KESIMPULAN DAN SARAN.....	127
A. Kesimpulan	127
B. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Blueprint Skala <i>Social Comparison</i>	61
Tabel 3.2	Uji Validitas Skala <i>Social Comparison</i>	61
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas Skala <i>Social Comparison</i>	62
Tabel 3.4	Blueprint Skala <i>Psychological Well-Being</i>	63
Tabel 3.5	Uji Validitas Skala <i>Psychological Well-Being</i>	64
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas Skala <i>Psychological Well-Being</i>	64
Tabel 3.7	Blueprint Skala <i>Self-Esteem</i>	66
Tabel 3.8	Uji Validitas Skala <i>Self-Esteem</i>	66
Tabel 3.9	Uji Reliabilitas <i>Skala Self-Esteem</i>	66
Tabel 3.10	Rumus Kategorisasi.....	71
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok	81
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4.5	Rumus Kategorisasi Data	85
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Kategorisasi	85
Tabel 4.7	Kategorisasi Data <i>Social Comparison</i>	85
Tabel 4.8	Kategorisasi Data <i>Self-Esteem</i>	87
Tabel 4.9	Kategorisasi Data <i>Psychological Well-Being</i>	89
Tabel 4.10	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	93
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas.....	94

Tabel 4.12 Uji Korelasi <i>Social Comparison</i> pada Aplikasi TikTok terhadap <i>Self-Esteem</i>	97
Tabel 4.13 Uji Korelasi <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Psychological Well-Being</i>	100
Tabel 4.14 Uji Korelasi <i>Social Comparison</i> pada Aplikasi TikTok terhadap <i>Psychological Well-Being</i>	102
Tabel 4.15 Jalur A: Pengaruh <i>Social Comparison</i> terhadap <i>Self-Esteem</i>	105
Tabel 4.16 Jalur b dan c': Pengaruh <i>Self-Esteem</i> dan <i>Social Comparison</i> terhadap <i>Psychological Well-Being</i>	106
Tabel 4.17 <i>Total Effect</i> : Pengaruh Total <i>Social Comparison</i> terhadap <i>Psychological Well-Being</i>	108
Tabel 4.18 Efek Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	80
Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok ...	82
Gambar 4.4 Kategorisasi Data <i>Social Comparison</i>	86
Gambar 4.5 Kategorisasi Data <i>Self-Esteem</i>	88
Gambar 4.6 Kategorisasi Data <i>Psychological Well-Being</i>	90
Gambar 4.7 Uji Normalitas (Histogram)	92
Gambar 4.8 Uji Normalitas (P-P Plot).....	93
Gambar 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala <i>Social Comparison</i>	145
Lampiran 2. Skala <i>Self-Esteem</i>	146
Lampiran 3. Skala <i>Psychological Well-Being</i>	148
Lampiran 4. Skoring Skala <i>Social Comparison</i>	149
Lampiran 5. Skoring Skala <i>Self-Esteem</i>	160
Lampiran 6. Skoring Skala <i>Psychological Well-Being</i>	170
Lampiran 7. Uji Validitas Skala <i>Social Comparison</i>	182
Lampiran 8. Uji Validitas Skala <i>Self-Esteem</i>	183
Lampiran 9. Uji Validitas Skala <i>Psychological Well-Being</i>	184
Lampiran 10. Uji Reliabilitas Skala <i>Social Comparison</i>	184
Lampiran 11. Uji Reliabilitas Skala <i>Self-Esteem</i>	185
Lampiran 12. Uji Reliabilitas Skala <i>Kesejahteraan Psikologis</i>	185
Lampiran 13. Analisis Data.....	185

ABSTRAK

Asydiq, Muhamad Hasbi. (2026). Peran Self-Esteem sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan antara Social Comparison pada Aplikasi TikTok terhadap Psychological Well-Being Mahasiswa Gen Z UIN Malang. Skripsi. Program Studi Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog, Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si

Penelitian ini bertujuan menguji peran *self-esteem* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *social comparison* di TikTok dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan sampel 398 mahasiswa aktif berusia 18–25 tahun yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan tiga skala psikologis, yaitu *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur *social comparison*, *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) untuk mengukur *self-esteem*, dan *Ryff Psychological Well-Being Scale* untuk mengukur kesejahteraan psikologis, kemudian dianalisis dengan korelasi Pearson dan mediasi PROCESS Macro Hayes Model 4 (*bootstrapping* 5.000 replikasi, 95%). Hasil menunjukkan bahwa *social comparison* berhubungan positif signifikan dengan *self-esteem* ($r = 0,735$; $p < 0,01$), *self-esteem* dengan *psychological well-being* ($r = 0,783$; $p < 0,01$), serta *social comparison* dengan *psychological well-being* ($r = 0,725$; $p < 0,01$), dan *self-esteem* terbukti sebagai mediator parsial yang signifikan dengan efek tidak langsung sebesar 0,597 (CI 95%: [0,467–0,730]) dan proporsi mediasi 55,02%, yang mengindikasikan bahwa penguatan *self-esteem* merupakan strategi efektif dalam memitigasi dampak negatif penggunaan TikTok terhadap kesehatan mental mahasiswa.

Kata Kunci: Social Comparison, Self-Esteem, Psychological Well-Being, TikTok, Mediasi, Generasi Z

ABSTRACT

Asydiq, Muhamad Hasbi. 2026. The Role of Self-Esteem as a Mediating Variable in the Relationship between Social Comparison on TikTok Application and Psychological Well-Being of Gen Z Students at UIN Malang. Thesis. Psychology Study Program, Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim Satate Islamic University of Malang.

Supervisor: Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog. Prof. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si

This study examined the role of self-esteem as a mediating variable in the relationship between social comparison on TikTok and the psychological well-being of Generation Z students at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, employing a quantitative correlational method with a sample of 398 active students aged 18–25 years selected through purposive sampling. Data were collected using three psychological scales: the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) to measure social comparison, the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) to measure self-esteem, and the Ryff Psychological Well-Being Scale to measure psychological well-being, then analyzed through Pearson correlation and mediation analysis via Hayes' PROCESS Macro Model 4 (bootstrapping, 5,000 replications, 95% CI). Results revealed significant positive relationships between social comparison and self-esteem ($r = .735$; $p < .01$), self-esteem and psychological well-being ($r = .783$; $p < .01$), and social comparison and psychological well-being ($r = .725$; $p < .01$), with self-esteem confirmed as a significant partial mediator (indirect effect = $.597$; 95% CI $[.467, .730]$; mediation proportion = 55.02%), indicating that strengthening students' self-esteem is an effective strategy to mitigate the negative psychological effects of TikTok use.

Keywords: Social Comparison, Self-Esteem, Psychological Well-Being, TikTok, Mediation, Generation Z

ملخص

أسديق، محمد حسبي. 2026. دور تقدير الذات كمتغير وسيط في العلاقة بين المقارنة الاجتماعية عبر تطبيق تيكنتوك والرفاهية النفسية لدى طلاب الجيل Z في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية. البحث. قسم علم النفس، كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية. المشرفة الأولى: الأستاذة الدكتورة ريفا هداية، الماجستير، أخصائية نفسية المشرف الثاني: الأستاذ الدكتور رحمت عزيز، الماجستير

يهدف هذا البحث إلى فحص دور تقدير الذات (Self-Esteem) كمتغير وسيط في العلاقة بين المقارنة الاجتماعية (Social Comparison) عبر تيك توك والرفاهية النفسية (Psychological Well-Being) لدى طلاب الجيل Z، باستخدام المنهج الكمي الارتباطي على عينة مؤلفة من 398 طالباً نشطاً تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 سنة، جرى اختيارهم بأسلوب العينة القصدية (Purposive Sampling)، وجمعت بياناتهم بواسطة ثلاثة مقاييس نفسية، هي: مقياس التوجه نحو المقارنة لأيووا-هولندا Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) لمقياس المقارنة الاجتماعية، ومقياس روزنبرغ لتقدير الذات Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)، ومقياس رايف للرفاهية النفسية Ryff Psychological Well-Being Scale، ثم حُللت باختبار ارتباط بيرسون وتحليل الوساطة عبر Hayes PROCESS Macro نموذج 4 بطريقة Bootstrapping (5000 تكرار، مستوى ثقة 95%)، وكشفت النتائج عن وجود علاقات إيجابية دالة إحصائياً بين المقارنة الاجتماعية وتقدير الذات ($r = 0.735$)، وبين تقدير الذات والرفاهية النفسية ($p < 0.01$ ؛ $r = 0.783$)، وبين المقارنة الاجتماعية والرفاهية النفسية ($p < 0.01$ ؛ $r = 0.725$)، فضلاً عن ثبوت دور تقدير الذات كوسيط جزئي دال بتأثير غير مباشر مقداره 0.597 وفاصلة ثقة 95% تتراوح بين [0.467 و 0.730] لا تشمل الصفر، وبنسبة وساطة 55.02%، مما يدل على أن تعزيز تقدير ذات الطلاب يمثل استراتيجية فعالة للتخفيف من الآثار النفسية السلبية لاستخدام تيك توك على صحتهم النفسية.

ليجلا، تاسولا، كوتكيت، تيسفنلا، تيهافرلا، تاذلا ريدقت، تيعامتجلا، تتراقملا: تيهاتفملا تاملكلا Z

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan internet di seluruh dunia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam dekade terakhir. Data dari *We Are Social* (2025) mencatat bahwa pada awal tahun 2025 terdapat sekitar 5,56 miliar pengguna internet di seluruh dunia, setara dengan 67,9% dari total populasi global. Sejalan dengan itu, jumlah pengguna media sosial aktif mencapai 5,24 miliar orang dengan pertumbuhan sebesar 4,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Salah satu pola penting yang muncul dari laporan tersebut adalah dominasi konsumsi konten video pendek melalui perangkat *mobile*, di mana sekitar 87,5% pengguna dewasa mengakses video pendek setiap minggunya. Dalam konteks ini, TikTok tercatat sebagai salah satu *platform* utama dan menempati posisi kelima sebagai media sosial yang paling banyak digunakan secara global (*We Are Social*, 2025).

Fenomena global tersebut juga tercermin secara kuat dalam konteks nasional. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 229.428.417 jiwa dari total populasi 284.438.900 jiwa, dengan Generasi Z mendominasi sebagai kelompok pengguna terbesar dengan kontribusi sebesar 25,17%. Generasi ini dicirikan oleh intensitas penggunaan internet yang tinggi, dominasi akses melalui *smartphone*, serta pemanfaatan media digital untuk kebutuhan hiburan, komunikasi interpersonal, pendidikan, dan ekspresi diri (APJII, 2025). Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dan intens berinteraksi dengan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data global dan nasional yang ada, dapat disimpulkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z. Dominasi konten visual berbasis video pendek menunjukkan bahwa interaksi sosial di era digital semakin berfokus pada perhatian, representasi diri, dan evaluasi sosial (Vogel et al., 2014). Dalam konteks mahasiswa di Indonesia, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang utama untuk membangun identitas, mendapatkan validasi sosial, serta membandingkan diri dengan orang lain (Setyawati, 2021). Kondisi ini menciptakan lingkungan psikologis yang berpotensi memicu proses *social comparsion* secara intensif dan berkelanjutan.

Salah satu *platform* yang memiliki peran penting dalam dinamika ini adalah TikTok. TikTok adalah *platform* media sosial berbasis video pendek yang memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) yang sangat tinggi di kalangan Generasi Z. Platform ini menyajikan konten dengan durasi 15 detik hingga 10 menit, dilengkapi dengan dukungan visual yang kuat, efek audio yang menarik, serta sistem algoritma personalisasi berbasis kecerdasan buatan melalui fitur *For You Page* (FYP). Sistem FYP secara aktif menyajikan konten yang paling relevan dan diminati secara personal kepada setiap pengguna, sehingga meningkatkan peluang keterpaparan terhadap konten yang memicu proses *social comparison* tanpa disadari (Annisa & Herdiana, 2023). Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai medium yang sangat potensial dalam memperkuat dan mengintensifkan proses *social comparison* di antara penggunanya (Yang, 2021).

Dibandingkan dengan *platform* yang berbasis teks atau gambar statis, format video TikTok yang penuh ekspresi dan emosi memberikan pengalaman *social comparison* yang lebih mendalam dan intens. Algoritma personalisasi TikTok memiliki potensi untuk menciptakan ruang gema (*echo chamber*), di mana pengguna terus-menerus terpapar

pada konten yang serupa, menampilkan standar kehidupan ideal, pencapaian yang luar biasa, atau representasi diri yang telah dikurasi. Situasi ini meningkatkan kemungkinan terjadinya *social comparison* yang bersifat maladaptif, yaitu ketika individu membandingkan diri mereka dengan orang-orang yang dianggap lebih unggul, yang dapat berujung pada penilaian diri yang negatif (Festinger, 1954; Vogel et al., 2014). Mulyani dan Cahyono (2022) menambahkan bahwa tingginya intensitas *social comparison* di media sosial, terutama yang bersifat *upward comparison*, berkorelasi dengan munculnya perasaan tidak berharga, ketidakpuasan terhadap diri sendiri, dan penurunan kondisi psikologis secara keseluruhan.

Bagi mahasiswa, paparan yang berulang terhadap konten yang memicu *social comparison* dapat menyebabkan proses kontras psikologis yang berujung pada penilaian negatif terhadap diri sendiri. Ketika realitas kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan gambaran kehidupan ideal di TikTok, mahasiswa berisiko mengalami penurunan kepuasan hidup, munculnya perasaan rendah diri, kecemasan, serta ketidakpuasan kronis terhadap diri (Setyawati, 2021; Yang, 2021). Temuan nasional oleh Setyawati (2021) menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi cenderung lebih sering melakukan *social comparison*, yang berkaitan dengan penurunan harga diri, peningkatan kecemasan, dan gangguan kesejahteraan psikologis.

Kondisi ini menempatkan Generasi Z dalam situasi di mana mereka terus-menerus terpapar evaluasi sosial yang intens. Generasi Z adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dan mereka dikenal sebagai digital natives karena tumbuh dalam lingkungan teknologi digital yang sudah mapan sejak usia dini (Francis & Hoefel, 2018). Seemiller dan Grace (2019) menjelaskan bahwa karakteristik utama dari Generasi Z mencakup ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi digital serta kecenderungan yang kuat untuk

mengekspresikan dan memvalidasi identitas mereka melalui *platform* media sosial. Pada fase *emerging adulthood*, mahasiswa Generasi Z masih dalam proses eksplorasi identitas, pembentukan konsep diri, dan usaha untuk mempertahankan harga diri yang stabil (Arnett, 2014). Kebutuhan akan pengakuan sosial dan validasi eksternal yang semakin meningkat, ditambah dengan regulasi diri dan stabilitas emosional yang belum sepenuhnya matang, membuat kelompok ini sangat rentan terhadap dampak psikologis dari *social comparison* di media sosial (Festinger, 1954).

Salah satu variabel psikologis yang sangat relevan untuk diteliti dalam konteks ini adalah kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*). Ryff (1989) mendefinisikan *psychological well-being* sebagai keadaan yang mencerminkan fungsi psikologis optimal individu, yang mencakup enam dimensi utama: (1) penerimaan diri (*self-acceptance*), (2) hubungan positif dengan orang lain (*positive relations with others*), (3) otonomi (*autonomy*), (4) penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), (5) tujuan hidup (*purpose in life*), dan (6) pertumbuhan pribadi (*personal growth*). Bagi mahasiswa Generasi Z, *psychological well-being* memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan akademik, relasi sosial yang sehat, serta perkembangan diri yang adaptif. Rahmawati dan Amalia (2022) menemukan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial berkaitan signifikan dengan meningkatnya stres, kecemasan, dan penurunan kesejahteraan psikologis mahasiswa Indonesia. Lebih lanjut, Vogel et al. (2014) mengungkapkan bahwa *upward social comparison* di media sosial berhubungan langsung dengan penurunan kepercayaan diri dan kesejahteraan psikologis melalui mekanisme distorsi kognitif, di mana individu membandingkan realitas hidupnya dengan gambaran ideal orang lain yang ditampilkan secara selektif.

Di antara berbagai mekanisme psikologis yang menghubungkan *social comparison* dengan *psychological well-being*, *self-esteem* menjadi salah satu variabel mediator yang paling relevan baik secara teoritis maupun empiris.

Rosenberg (1965) mendefinisikan *self-esteem* sebagai penilaian keseluruhan individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya, yang mencerminkan sikap positif atau negatif individu terhadap dirinya secara keseluruhan.

Dalam konteks penggunaan media sosial, proses *social comparison* yang intens dapat secara langsung mengikis *self-esteem* individu, terutama ketika *social comparison* yang dilakukan bersifat upward dan menghasilkan evaluasi diri yang negatif (Vogel et al., 2014). Penurunan *self-esteem* ini tidak hanya berdampak pada individu itu sendiri, tetapi juga memengaruhi kesejahteraan psikologis individu secara keseluruhan. Fadillah dan Laksmiwati (2022) menemukan hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dan *psychological well-being* pada mahasiswa, dengan *self-esteem* mampu menjelaskan lebih dari 60% variansi *psychological well-being*. Temuan ini menunjukkan bahwa *self-esteem* berperan sebagai sumber daya psikologis yang menjembatani dampak dari lingkungan sosial digital terhadap kondisi psikologis individu.

Sejumlah penelitian telah memberikan bukti empiris yang mendukung peran *self-esteem* sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* dan *psychological well-being*. Hasanah dan Hidayati (2022) menemukan bahwa *self-esteem* berfungsi sebagai mediator yang signifikan antara penggunaan media sosial dan *psychological well-being* pada mahasiswa Generasi Z, dengan proporsi efek mediasi yang cukup besar. Secara internasional, Maharani dan Savira (2023) secara khusus mengkaji pengguna TikTok dan menemukan bahwa *self-esteem*

memediasi sebagian (*partial mediation*) hubungan antara *social comparison* dan *psychological well-being* pada mahasiswa. Mekanisme mediasi ini beroperasi melalui proses internalisasi evaluasi sosial: *social comparison* yang dilakukan di TikTok terlebih dahulu memodifikasi evaluasi diri individu (*self-esteem*), yang kemudian secara bertahap membentuk kondisi kesejahteraan psikologis mereka (Maharani & Savira, 2023). Dengan demikian, memahami peran *self-esteem* sebagai mediator menjadi kunci untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana *social comparison* di TikTok berdampak pada kesejahteraan psikologis mahasiswa.

Dalam konteks mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dinamika ini menjadi semakin kompleks dan unik. Mahasiswa tidak hanya menghadapi tuntutan akademik dan sosial, tetapi juga nilai-nilai religius yang menjadi landasan kehidupan kampus. Pertemuan antara idealisme religius dan budaya digital yang menampilkan standar kehidupan modern dapat memicu ketegangan psikologis tersendiri yang memengaruhi *self-esteem* dan *psychological well-being* mahasiswa (Fauziah, 2022). Sebagai perguruan tinggi Islam yang juga mengemban visi pengembangan akademik dan karakter Islami secara bersamaan, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menyediakan konteks yang kaya dan relevan untuk mengkaji fenomena ini. Data PDDikti (2024) mencatat bahwa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki lebih dari 25.000 mahasiswa aktif, menjadikannya salah satu PTKIN terbesar di Indonesia dengan populasi yang sangat representatif untuk penelitian ini.

Pra-penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan tujuh mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang semakin menegaskan relevansi fenomena ini. Lima dari tujuh responden mengungkapkan bahwa mereka sering merasa minder, cemas, dan tidak puas dengan diri mereka sendiri setelah melihat konten TikTok yang menampilkan keberhasilan akademik, kecantikan fisik, atau gaya hidup ideal. Responden juga

melaporkan bahwa perasaan negatif tersebut terus memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dalam aktivitas sehari-hari, yang menunjukkan adanya penurunan *self-esteem* yang berdampak pada kondisi psikologis yang lebih luas. Temuan pra-penelitian ini secara langsung menggambarkan mekanisme yang menjadi fokus penelitian ini: *social comparison* di TikTok, penurunan *self-esteem*, gangguan kesejahteraan psikologis.

Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara *social comparison* di media sosial dan *psychological well-being*, serta antara *self-esteem* dan *psychological well-being* secara terpisah, penelitian yang secara khusus menginvestigasi peran *self-esteem* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *social comparison* di TikTok dan *psychological well-being* pada mahasiswa Generasi Z di lingkungan perguruan tinggi Islam Indonesia masih sangat minim. Sebagian besar studi yang ada dilakukan dalam konteks budaya Barat, menggunakan sampel remaja umum, atau tidak secara khusus meneliti TikTok sebagai *platform* yang berbeda dari media sosial lainnya (Vogel et al., 2014; Yang, 2021). Kesenjangan dalam penelitian ini perlu segera diatasi mengingat pertumbuhan pengguna TikTok di Indonesia yang sangat cepat dan dampak psikologisnya yang signifikan terhadap kesehatan mental mahasiswa.

Berdasarkan keseluruhan penjelasan di atas, terdapat kebutuhan mendesak untuk mengkaji secara empiris mekanisme psikologis yang menghubungkan *social comparison* pada aplikasi TikTok, *self-esteem*, dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z, khususnya dalam konteks UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoretis dalam memahami dinamika *psychological well-being* mahasiswa di era digital, serta menjadi dasar untuk pengembangan intervensi kesehatan mental berbasis kampus yang lebih efektif dan kontekstual.

B. Identifikasi Masalah

Perkembangan media sosial, terutama aplikasi TikTok, telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa Generasi Z di Indonesia. Menurut data APJII (2025), Generasi Z merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia dengan kontribusi mencapai 25,17%, dan mayoritas dari mereka menjadikan TikTok sebagai *platform* utama untuk mengonsumsi konten sehari-hari. Karakteristik TikTok yang berbasis video pendek, visual yang menarik, serta algoritma *For You Page* yang sangat personal mendorong pengguna untuk terus-menerus terpapar pada representasi kehidupan orang lain yang sering kali ideal dan terkurasi. Kondisi ini secara alami meningkatkan intensitas proses *social comparison*, terutama *upward social comparison*, di mana individu membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dianggap lebih sukses, menarik, atau bahagia (Festinger, 1954; Vogel et al., 2014).

Pada mahasiswa Generasi Z yang berada dalam fase *emerging adulthood*, paparan intens terhadap konten yang memicu *social comparison* di TikTok berpotensi mengikis evaluasi diri yang positif, yang secara langsung berdampak pada harga diri (*self-esteem*) mereka (Setyawati, 2021; Yang, 2021). Penurunan *self-esteem* ini tidak hanya berdampak pada individu itu sendiri, tetapi juga memengaruhi kondisi *psychological well-being* mahasiswa secara keseluruhan, mencakup aspek penerimaan diri, tujuan hidup, hubungan positif dengan orang lain, serta pertumbuhan pribadi (Ryff, 1989). Temuan pra-penelitian melalui wawancara dengan tujuh mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan perasaan minder, cemas, dan ketidakpuasan terhadap diri setelah mengonsumsi konten TikTok, yang mengindikasikan adanya proses penurunan *self-esteem* yang berimplikasi pada kondisi psikologis yang lebih luas.

Meskipun banyak penelitian yang telah mengkaji hubungan antara *social comparison*, *self-esteem*, dan *psychological well-being* secara terpisah, masih sangat sedikit penelitian yang secara khusus meneliti peran *self-esteem* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *social comparison* di TikTok dan *psychological well-being* pada mahasiswa Generasi Z di perguruan tinggi Islam Indonesia. Gap dalam penelitian ini perlu segera diatasi, mengingat semakin meningkatnya penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa Indonesia dan dampak psikologis yang signifikan terhadap kesehatan mental mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan secara empiris mengkaji mekanisme bagaimana *social comparison* di aplikasi TikTok memengaruhi *psychological well-being* melalui peran mediasi *self-esteem* pada mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap fokus, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis, kami menetapkan batasan masalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya akan mengkaji proses *social comparison* yang terjadi secara spesifik dalam konteks penggunaan aplikasi TikTok, tanpa mencakup *platform* media sosial lainnya seperti Instagram, YouTube, atau Twitter/X, meskipun *platform-platform* tersebut juga dapat memicu *social comparison*. Pembatasan ini didasarkan pada karakteristik unik TikTok sebagai *platform* video pendek yang berbasis algoritma *For You Page*, yang memiliki mekanisme keterpaparan konten yang berbeda dibandingkan dengan *platform* lainnya (Yang, 2021).
2. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Generasi Z di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu berusia antara 18 hingga 25 tahun dan menggunakan TikTok secara aktif.

3. Variabel psikologis yang diteliti terdiri dari tiga variabel utama, yaitu *social comparison* sebagai variabel independen, *psychological well-being* sebagai variabel dependen, dan *self-esteem* sebagai variabel mediasi. Faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi *psychological well-being*, seperti dukungan sosial, beban akademik, atau kondisi ekonomi, tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional dan analisis mediasi, sehingga tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan sebab-akibat secara eksperimental maupun untuk melakukan generalisasi di luar populasi yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* di aplikasi TikTok dengan *self-esteem* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah *self-esteem* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di aplikasi TikTok dengan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menguji dan membuktikan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* di aplikasi TikTok dengan *self-esteem* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Menguji dan membuktikan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Menganalisis dan membuktikan peran *self-esteem* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *social comparison* di aplikasi TikTok dengan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan kajian psikologi sosial serta psikologi positif, khususnya dalam konteks pengujian *Social Comparison Theory* yang diajukan oleh Festinger (1954) pada setting media sosial berbasis algoritma seperti TikTok. Sebagian besar penelitian yang ada masih dilakukan dalam konteks budaya Barat dan *platform* media sosial konvensional, sehingga penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas cakupan geografis dan *platform* yang diteliti.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris mengenai mekanisme psikologis yang menjelaskan bagaimana dan mengapa *social comparison* di TikTok mempengaruhi *psychological well-being*, melalui pengujian peran mediasi *self-esteem*. Dengan menggunakan analisis mediasi yang lebih canggih dibandingkan pendekatan bivariat sederhana, penelitian ini memberikan pemahaman

yang lebih mendalam dan bernuansa tentang hubungan antarvariabel tersebut (Hayes, 2018).

- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan model teoritis *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z di era digital, terutama dalam konteks Indonesia dan lingkungan perguruan tinggi yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi berharga bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin berperan dalam dinamika psikologis penggunaan media sosial di kalangan populasi yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak universitas dan unit layanan kesehatan mental kampus, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar empiris dalam merancang program intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan *self-esteem* dan *psychological well-being* mahasiswa. Pemahaman mengenai peran mediasi *self-esteem* menunjukkan bahwa intervensi yang berfokus pada penguatan *self-esteem*, seperti pelatihan *self-compassion*, restrukturisasi kognitif, atau pendampingan yang berbasis nilai-nilai keislaman yang berpotensi memberikan dampak yang lebih efisien dan komprehensif dibandingkan dengan intervensi yang langsung menargetkan kesejahteraan psikologis.
- b. Bagi dosen pembimbing akademik dan konselor kampus, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan edukasi dalam mendampingi mahasiswa yang mengalami dampak negatif akibat penggunaan media sosial. Pemahaman tentang mekanisme *social comparison*, *self-esteem* dan *psychological well-being* memungkinkan pendampingan yang lebih terarah dan berbasis bukti.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk mengembangkan program literasi digital yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan media sosial, terutama TikTok, dengan cara yang lebih sehat, kritis, dan adaptif. Program semacam ini dapat mencakup

edukasi mengenai cara mengenali dan menyikapi proses *social comparison* yang tidak sehat, strategi regulasi emosi saat mengonsumsi konten media sosial, serta penguatan identitas diri yang berlandaskan nilai-nilai keislaman sebagai fondasi *self-esteem* yang stabil (Fauziah, 2022).

- d. Bagi mahasiswa secara pribadi, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri (*self-awareness*) tentang bagaimana kebiasaan menggunakan TikTok dapat memengaruhi cara mereka memandang diri dan kondisi kesejahteraan psikologis mereka. Kesadaran ini merupakan langkah awal yang sangat penting dalam membangun pola penggunaan media sosial yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Social Comparison*

1. Definisi *Social Comparison*

Leon Festinger, yang menciptakan *Social Comparison Theory* pada tahun 1954, mendefinisikan *social comparison* sebagai proses dasar di mana individu menilai opini dan kemampuan mereka dengan membandingkan diri mereka dengan orang lain ketika tidak ada standar objektif yang tersedia (Festinger, 1954). Teori ini menekankan bahwa manusia memiliki dorongan psikologis yang melekat untuk melakukan evaluasi diri yang tepat, dan ketika tidak ada standar objektif, mereka akan mencari informasi sosial sebagai dasar perbandingan. Festinger juga memperkenalkan konsep hipotesis kesamaan yang menyatakan bahwa individu cenderung membandingkan diri dengan orang yang memiliki karakteristik serupa untuk mendapatkan evaluasi yang lebih akurat.

Wood (1989) memberikan penjelasan lebih lanjut dengan mendefinisikan *social comparison* sebagai proses berpikir tentang informasi mengenai satu atau lebih orang lain dalam hubungannya dengan diri sendiri. Wood mengembangkan tipologi yang membedakan antara *upward social comparison* (membandingkan dengan orang yang dianggap lebih baik) dan *downward social comparison* (membandingkan dengan orang yang dianggap lebih buruk), serta mengidentifikasi berbagai motivasi psikologis yang mendasari perilaku perbandingan, termasuk perbaikan diri, peningkatan diri, dan penilaian diri yang akurat.

Gibbons dan Buunk (1999) memperkenalkan konsep *Social Comparison Orientation* (SCO), yang didefinisikan sebagai kecenderungan individu yang relatif stabil untuk melakukan *social comparison* di berbagai situasi dan domain kehidupan. Mereka mengembangkan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure*

(INCOM) untuk mengukur perbedaan individu dalam disposisi melakukan *social comparison*, dengan temuan bahwa individu berbeda secara signifikan dalam seberapa sering dan intens mereka melakukan *social comparison*.

Dengan ketiga teori tersebut, *social comparison* dapat disimpulkan sebagai mekanisme evaluasi diri yang dinamis dan multidimensional, yang tidak hanya berperan dalam pembentukan persepsi diri, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap kesejahteraan psikologis dan kepuasan hidup individu di era digital.

Namun, dalam konteks media sosial, yakni penelitian terbaru oleh Yang et al. pada tahun 2021 menegaskan bahwa *social comparison* di era media sosial saat ini tidak hanya bersifat interpersonal, tetapi juga dipengaruhi oleh algoritma. Pengguna seringkali secara tidak sadar membandingkan diri mereka dengan konten yang direkomendasikan oleh algoritma media sosial seperti TikTok. Ini menciptakan bentuk baru dari *social comparison* yang bersifat *upward*, yang seringkali meningkatkan tekanan psikologis dan menurunkan kesejahteraan emosional. Di sisi lain, Appel et al. pada tahun 2020 menambahkan bahwa media sosial memperluas ruang lingkup *social comparison*, karena individu kini dapat terus-menerus mengakses kehidupan ideal orang lain melalui gambar, video, dan interaksi virtual yang menciptakan persepsi tidak realistis tentang diri mereka sendiri.

2. Klasifikasi *Social Comparison*

Tipologi dan klasifikasi *social comparison* dalam literatur psikologi sosial umumnya dibagi menjadi dua kategori utama yang memiliki karakteristik dan implikasi psikologis yang berbeda: *upward social comparison* dan *downward social comparison*. *Upward social comparison* adalah proses psikologis di mana individu secara sadar atau

tidak sadar membandingkan diri mereka dengan orang lain yang mereka anggap lebih unggul, lebih sukses, lebih menarik, atau memiliki pencapaian yang lebih mengesankan dalam bidang-bidang yang relevan dengan konsep diri mereka.

Penelitian empiris yang luas telah dilakukan oleh Gerber et al. (2018) dan menunjukkan bahwa *upward social comparison* memiliki efek psikologis yang ambivalen dan kompleks. Di satu sisi, paparan terhadap orang-orang yang lebih unggul dapat memicu peningkatan motivasi, inspirasi untuk perbaikan diri, dan perilaku penetapan tujuan yang positif melalui mekanisme yang dikenal sebagai "*assimilation effect*." Namun di sisi lain, *upward social comparison* sering kali menghasilkan efek kontras yang merugikan, termasuk munculnya perasaan cemburu yang intens, ketidakcukupan, dan persepsi diri yang inferior yang dapat berdampak negatif pada harga diri dan fungsi psikologis secara keseluruhan.

Sebaliknya, *downward social comparison* adalah proses di mana individu membandingkan diri mereka dengan orang lain yang mereka anggap berada dalam posisi yang kurang menguntungkan, kurang sukses, atau menghadapi kesulitan yang lebih berat dibandingkan dengan kondisi mereka sendiri. Meskipun *downward social comparison* dapat menghasilkan peningkatan sementara dalam harga diri melalui peningkatan posisi relatif dan mekanisme rasa syukur, penelitian menunjukkan bahwa manfaat ini sering kali bersifat dangkal dan sementara, tidak cukup substansial untuk menghasilkan perbaikan yang berkelanjutan dalam kesejahteraan psikologis.

TikTok, yang memiliki format konten yang sebagian besar visual dan sangat terkurasi, memiliki karakteristik teknologi dan sosial yang cenderung memperkuat dan memperintensifkan fenomena *upward social comparison* karena platform ini menggunakan algoritma yang didorong oleh keterlibatan yang memprioritaskan konten yang menghasilkan interaksi pengguna yang tinggi. Ini berarti bahwa pengguna secara tidak

proporsional terpapar pada konten yang menampilkan pencapaian luar biasa, gaya hidup mewah, standar kecantikan yang luar biasa, atau versi kehidupan yang diidealkan yang diproduksi oleh *influencer* dan *content creator*, menciptakan bias sistematis terhadap peluang *upward social comparison* yang dapat berdampak negatif pada *psychological well-being* pengguna, terutama populasi yang rentan seperti mahasiswa.

3. Faktor *Social Comparison*

Faktor-faktor psikologis, sosial, dan individu yang mempengaruhi intensitas, frekuensi, dan dampak dari perilaku *social comparison* merupakan area penelitian yang kompleks dan multidimensional dalam psikologi sosial kontemporer. Penelitian komprehensif yang dilakukan oleh Buunk dan Gibbons (2007) mengidentifikasi bahwa karakteristik kepribadian individu, khususnya tingkat harga diri dan kepercayaan diri, merupakan prediktor yang sangat signifikan terhadap kecenderungan untuk melakukan *social comparison* yang maladaptif dan berbahaya secara psikologis.

Individu yang memiliki harga diri dasar yang rendah menunjukkan kerentanan yang lebih tinggi untuk terlibat dalam pola *social comparison* yang merusak, terutama *upward social comparison* yang berlebihan dan persisten. Ini terjadi karena individu dengan harga diri rendah cenderung menggunakan validasi eksternal dan *social comparison* sebagai mekanisme utama untuk evaluasi diri, menciptakan ketergantungan pada umpan balik sosial dan informasi komparatif yang dapat menjadi masalah ketika sebagian besar target perbandingan yang tersedia di media sosial mewakili standar yang diidealkan atau tidak realistis.

Selain faktor kepribadian individu, tingkat kelekatan sosial (gaya kelekatan sosial) juga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan bagaimana individu terlibat dan merespons peluang *social*

comparison. Individu dengan gaya kelekatan yang aman cenderung menggunakan *social comparison* dengan cara yang lebih adaptif dan kurang mengancam bagi konsep diri mereka, sementara mereka yang memiliki gaya kelekatan cemas atau menghindar mungkin menggunakan proses perbandingan untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi akan koneksi atau untuk menjaga jarak dari orang lain, masing-masing.

Pola penggunaan media sosial, termasuk frekuensi penggunaan, durasi sesi, jenis konten yang dikonsumsi, dan tingkat keterlibatan aktif versus pasif, juga merupakan faktor yang sangat signifikan dalam menentukan sejauh mana dan dampak dari perilaku *social comparison*. Wang et al. (2017) menemukan dalam studi longitudinal bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial dalam hal waktu yang dihabiskan dan frekuensi akses, semakin besar pula kecenderungan individu untuk melakukan *social comparison* yang intensif dan berpotensi merugikan.

Hal ini sangat relevan dengan kondisi nyata mahasiswa Gen Z di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan TikTok dengan frekuensi dan intensitas tinggi, tidak hanya untuk tujuan hiburan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, eksplorasi identitas, serta pencarian validasi sosial. Dengan demikian, fenomena ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk memahami lebih dalam bagaimana *social comparison* pada media sosial TikTok dapat memengaruhi *psychological well-being* dan kepuasan hidup mahasiswa Gen Z di lingkungan UIN Malang.

4. Hubungan *Social Comparison* dengan Tiktok

Hubungan yang rumit dan beragam antara TikTok sebagai platform teknologi dan peningkatan perilaku *social comparison* menjadi area yang sangat penting dan mendesak untuk penelitian akademis dan praktis. Karakteristik algoritmik yang unik dari TikTok, terutama yang

dikenal sebagai *For You Page* (FYP), menggunakan sistem pembelajaran mesin yang canggih untuk menganalisis pola perilaku pengguna, riwayat keterlibatan, durasi menonton, jenis interaksi, dan berbagai jejak digital lainnya untuk menyajikan rekomendasi konten yang sangat dipersonalisasi yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dan retensi *platform*.

Algoritma ini menciptakan apa yang disebut peneliti sebagai "*filter bubbles*" atau "*echo chambers*" di mana pengguna secara sistematis terpapar pada konten yang homogen dalam karakteristik tertentu, termasuk representasi gaya hidup, tingkat pencapaian, standar kecantikan, atau metrik kesuksesan yang dapat menciptakan tolok ukur yang tidak realistis untuk *social comparison*. Ketika mahasiswa secara teratur terpapar pada konten yang dikurasi yang sebagian besar menampilkan versi ideal dari pengalaman teman sebaya, gaya hidup mewah, pencapaian luar biasa, atau penampilan fisik yang luar biasa, mereka dapat mengembangkan persepsi yang terdistorsi tentang apa yang dianggap "normal" atau "diinginkan" dalam pengalaman hidup.

Yang (2021) dalam analisis komprehensif terhadap dampak algoritmik TikTok menemukan bahwa *platform* ini tidak hanya menyediakan peluang untuk *social comparison*, tetapi secara aktif memperkuat dan memperbesar kecenderungan perbandingan melalui fitur yang dirancang untuk mendorong pengguna menghabiskan waktu lebih lama untuk mengonsumsi konten dan terlibat dalam proses evaluasi perbandingan. Fitur seperti tantangan *hashtag*, topik yang sedang tren, dan mekanisme konten viral menciptakan lapisan tambahan dari peluang perbandingan yang melampaui perbandingan individu-ke-individu untuk mencakup perbandingan dengan tren viral, tantangan populer, dan standar komunitas yang muncul dari budaya *platform*.

Dengan demikian, TikTok tidak bisa hanya dilihat sebagai media hiburan yang netral, tetapi juga sebagai lingkungan teknologi yang

memiliki karakteristik bawaan yang dapat secara sistematis meningkatkan risiko untuk pengalaman *social comparison* yang negatif dan konsekuensi psikologis yang terkait, terutama bagi populasi yang rentan seperti mahasiswa yang sedang dalam proses pembentukan identitas dan *social comparison* sangat menonjol dan berpengaruh.

5. Dampak *Social Comparison*

Dampak dan konsekuensi psikologis dari perilaku *social comparison* dalam konteks penggunaan TikTok menunjukkan spektrum yang sangat luas, mulai dari hasil yang berpotensi menguntungkan hingga konsekuensi yang sangat merugikan bagi kesehatan psikologis dan kesejahteraan secara keseluruhan. Di sisi spektrum positif, *social comparison* dapat menghasilkan peningkatan motivasi di mana paparan terhadap orang-orang yang sukses dapat menginspirasi perilaku penetapan tujuan, inisiatif pengembangan keterampilan, dan upaya perbaikan diri yang konstruktif dan adaptif.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam keadaan tertentu, *upward social comparison* dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi dan pembelajaran, terutama ketika target perbandingan dianggap dapat dicapai atau ketika individu memiliki efikasi diri yang tinggi dan pandangan optimis tentang potensi mereka untuk perbaikan. Dalam konteks ini, konten TikTok yang menampilkan konten edukatif, demonstrasi keterampilan, atau cerita pencapaian dapat berfungsi sebagai panutan positif yang mendorong penonton untuk mengejar tujuan mereka sendiri dan mengembangkan kompetensi baru.

Namun demikian, bukti penelitian secara menyeluruh menunjukkan bahwa dampak negatif dari *social comparison* di media sosial, terutama TikTok, cenderung lebih umum, bertahan lama, dan secara psikologis signifikan dibandingkan dengan efek positif. Jan et al.

(2017) dalam tinjauan meta-analitik menemukan pola konsisten di mana penggunaan media sosial yang intens terkait dengan perilaku *social comparison* menghasilkan penurunan harga diri, peningkatan kecemasan sosial, gejala depresi yang meningkat, dan pengurangan secara keseluruhan dalam berbagai indikator kesejahteraan psikologis.

Mekanisme psikologis yang mendasari dampak negatif ini melibatkan beberapa proses yang saling terkait: distorsi kognitif di mana individu mengembangkan standar dan harapan yang tidak realistis berdasarkan representasi yang telah disusun; disregulasi emosional yang dihasilkan dari perasaan tidak cukup atau iri yang terus-menerus; perubahan perilaku seperti peningkatan perilaku pencarian perbandingan atau penarikan diri dari aktivitas sosial di dunia nyata; dan erosi motivasi intrinsik akibat ketergantungan berlebihan pada validasi eksternal dan evaluasi perbandingan.

Untuk populasi mahasiswa, konsekuensi negatif ini dapat memiliki implikasi yang sangat serius karena dapat mengganggu kinerja akademik, pengembangan hubungan sosial, proses perencanaan karir, dan penyelesaian tugas perkembangan secara keseluruhan yang penting untuk transisi yang sukses ke masa dewasa. Keterlibatan kronis dalam *social comparison* yang maladaptif dapat menciptakan siklus distress psikologis yang bertahan dalam jangka waktu yang lama dan berpotensi memerlukan intervensi profesional untuk penyelesaiannya.

6. Perspektif Islam Tentang *Social Comparison*

Dalam pandangan Islam yang menyeluruh, perilaku membandingkan diri dengan orang lain (*social comparison*) sebenarnya adalah bagian dari fitrah manusia yang telah Allah tanamkan dalam jiwa kita, asalkan dilakukan dengan niat yang baik, cara yang benar, dan tujuan yang positif. Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi seluruh

alam mengakui bahwa manusia secara alami melakukan *social comparison*, tetapi juga memberikan pedoman moral dan spiritual agar aktivitas ini tidak membawa kita ke perilaku yang merusak ketenangan jiwa.

Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam memberikan peringatan yang jelas agar kita tidak terjebak dalam *social comparison* yang dapat menimbulkan perasaan negatif seperti iri hati (*hasad*), dengki (*ghibthah*), atau kesombongan (*kibr*), melainkan menjadikannya sebagai alat untuk refleksi diri (*muhasabah*) dan motivasi untuk meningkatkan kualitas iman dan amal saleh. Allah SWT. berfirman dalam QS. An-Nisa [4]: 32 yang berbunyi:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِّلرَّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَلِلنِّسَاءِ
نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya :

"Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain."

Ayat ini dengan jelas menekankan bahwa *social comparison* yang disertai rasa iri (*hasad*) terhadap nikmat yang diberikan Allah kepada orang lain adalah perilaku yang sangat tidak dianjurkan. *Hasad* adalah salah satu penyakit hati yang berbahaya karena tidak hanya merugikan diri sendiri secara psikologis, tetapi juga dapat merusak hubungan sosial dan menghilangkan keberkahan dalam hidup. Sebaliknya, Islam mendorong *social comparison* yang konstruktif, yaitu meneladani dan belajar dari orang-orang yang lebih baik dalam hal keimanan, ketakwaan, akhlak mulia, dan amal saleh.

Rasulullah SAW. bersabda:

حَدَّثَنَا الْحُمَيْدِيُّ، قَالَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ، قَالَ حَدَّثَنِي إِسْمَاعِيلُ بْنُ أَبِي خَالِدٍ، عَلَى غَيْرِ مَا حَدَّثَنَا
الرُّهْرِيُّ، قَالَ سَمِعْتُ قَيْسَ بْنَ أَبِي حَازِمٍ، قَالَ سَمِعْتُ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ مَسْعُودٍ، قَالَ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ

عليه وسلم " لا حَسَدَ إِلاَّ فِي اثْنَتَيْنِ رَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ مَالاً فَسَلَّطَ عَلَيْهِ هَلَكَتِهِ فِي الْحَقِّ، وَرَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ الْحِكْمَةَ، فَهُوَ يَفْضِي بِهَا وَيُعَلِّمُهَا

Artinya :

"Tidak boleh hasad (iri hati) kecuali dalam dua hal: seseorang yang diberi harta oleh Allah lalu dia membelanjakannya di jalan kebenaran, dan seseorang yang diberi hikmah (ilmu) oleh Allah lalu dia mengamalkannya dan mengajarkannya." (HR. Bukhari No. 73 dan Muslim No. 816)

Hadis ini menunjukkan bahwa Islam mendukung bentuk *social comparison* yang dikenal sebagai *ghibthah* (semangat positif untuk meniru kebaikan orang lain tanpa menginginkan hilangnya nikmat dari orang tersebut), yang berbeda dengan *hasad* (iri hati yang mengharapkan hilangnya nikmat dari orang lain). Untuk menjaga keseimbangan psikologis dan mencegah dampak negatif dari *social comparison*, terutama dalam hal materi dan pencapaian duniawi, Rasulullah SAW. memberikan panduan:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْظَرُوا
إِلْمَنَ هُوَ أَسْفَلَ مِنْكُمْ وَلَا تَنْظُرُوا إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقَكُمْ، فَهُوَ أَجْدَرُ أَنْ لَا تَزِدُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ

Artinya :

"Lihatlah kepada orang yang berada di bawahmu (dalam urusan dunia) dan jangan melihat kepada orang yang berada di atasmu, karena itu lebih pantas agar kamu tidak meremehkan nikmat Allah yang telah diberikan kepadamu." (HR. Muslim No. 2963)

Hadis ini mengandung kebijaksanaan psikologis yang dalam mengenai *downward comparison* dalam hal duniawi untuk menumbuhkan rasa syukur (*syukr*) dan kepuasan (*qanā'ah*). Sementara itu, dalam hal akhirat dan amal saleh, manusia dianjurkan untuk melakukan *upward comparison* agar terus meningkatkan kualitas spiritual. Dalam konteks era digital dan penggunaan media sosial seperti TikTok, perspektif Islam

memberikan kerangka etis yang sangat relevan. Paparan terhadap konten yang menunjukkan gaya hidup mewah, pencapaian luar biasa, atau kesempurnaan fisik bisa memicu *social comparison* yang tidak sehat jika tidak disertai dengan kesadaran spiritual yang kuat. Islam mengajarkan konsep *zuhud* bukan sebagai cara untuk meninggalkan dunia, tetapi sebagai sikap yang tidak terikat secara emosional terhadap materi duniawi.

Dengan demikian, dalam pandangan Islam, *social comparison* dapat memiliki nilai positif jika digunakan sebagai alat untuk mengintrospeksi diri (*muhasabah*), motivasi untuk meningkatkan kualitas amal dan iman, serta menumbuhkan rasa syukur kepada Allah, bukan sebagai sumber kecemasan, iri hati, kesombongan, atau rendah diri.

B. *Self-Esteem*

1. Definisi *Self-Esteem*

Self-esteem atau harga diri merupakan salah satu konstruk psikologis yang paling fundamental dan paling luas dikaji dalam ilmu psikologi. Secara umum, *self-esteem* merujuk pada cara individu mengevaluasi dirinya sendiri secara keseluruhan. Meskipun memiliki inti konseptual yang serupa, para ahli mendefinisikan *self-esteem* dengan penekanan yang berbeda sesuai dengan perspektif teoritis masing-masing.

Morris Rosenberg (1965) mendefinisikan *self-esteem* sebagai evaluasi keseluruhan individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya, yang mencerminkan sikap positif atau negatif secara global terhadap diri sendiri. Rosenberg menekankan bahwa *self-esteem* bukan tentang merasa lebih baik dari orang lain, melainkan tentang merasa bahwa diri sendiri cukup baik, berharga, dan layak dihormati. Definisi inilah yang menjadi landasan pengembangan *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*, instrumen pengukuran *self-esteem* yang paling luas digunakan dalam penelitian psikologi kontemporer di seluruh dunia.

Coopersmith (1967) mendefinisikan *self-esteem* sebagai evaluasi yang dibuat dan dipertahankan oleh individu terhadap dirinya sendiri, yang mengekspresikan sikap penerimaan atau penolakan dan mengindikasikan sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil, dan berharga. Coopersmith menekankan bahwa *self-esteem* merupakan penilaian personal yang bersifat subjektif dan tidak selalu mencerminkan realitas objektif, namun sangat memengaruhi perilaku, motivasi, dan kesejahteraan individu. Ia mengidentifikasi empat area utama yang membentuk *self-esteem*, yaitu kompetensi (*competence*), signifikansi sosial (*significance*), kebajikan (*virtue*), dan kekuatan (*power*).

Branden (1994) menawarkan perspektif yang lebih luas dengan mendefinisikan *self-esteem* sebagai disposisi untuk mengalami diri sendiri sebagai kompeten dalam menghadapi tantangan dasar kehidupan dan layak untuk bahagia. Branden menekankan dua komponen esensial: *self-efficacy* (keyakinan pada kemampuan diri untuk belajar, membuat pilihan, dan mengatasi tantangan) dan *self-respect* (keyakinan bahwa diri berhak untuk bahagia dan bahwa kebutuhan serta nilai-nilai seseorang adalah hal yang penting). Menurut Branden, *self-esteem* yang sehat bukan sekadar berasal dari pencapaian eksternal, melainkan dari hubungan yang jujur antara individu dengan pikiran, perasaan, dan tindakannya sendiri.

Leary dan Baumeister (2000) mengembangkan perspektif sosiometri (*sociometer theory*) yang memandang *self-esteem* sebagai alat ukur internal yang memantau sejauh mana individu diterima atau ditolak oleh lingkungan sosialnya. Menurut teori ini, *self-esteem* berfungsi seperti barometer yang merespons sinyal penerimaan dan penolakan sosial. Teori ini sangat relevan dalam konteks media sosial, di mana *likes*, komentar, dan pengikut menjadi sinyal-sinyal penerimaan sosial yang terus-menerus memengaruhi *self-esteem* pengguna secara dinamis (Annisa & Herdiana, 2023).

Dalam penelitian ini, definisi *self-esteem* yang digunakan merujuk pada konsep Rosenberg (1965), yaitu evaluasi global individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya yang bersifat relatif stabil sepanjang waktu. Definisi ini dipilih karena paling sesuai dengan instrumen yang digunakan (RSES) serta paling banyak diaplikasikan dalam penelitian psikologi kontemporer terkait media sosial dan kesejahteraan psikologis (Fadillah & Laksmiwati, 2022; Vogel et al., 2014).

2. Aspek-Aspek *Self-Esteem*

Rosenberg (1965) mengonseptualisasikan *self-esteem* sebagai konstruk unidimensional yang mencerminkan evaluasi global individu terhadap nilai dirinya. Dalam *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*, *self-esteem* dioperasionisasikan melalui dua dimensi utama yang saling melengkapi. Maroqi (2019) mengkonfirmasi bahwa kedua dimensi ini membentuk satu kesatuan konstruk yang koheren dan dapat diukur secara valid pada konteks Indonesia.

a. *Self-Confidence (Kepercayaan Diri)*

Self-confidence merupakan dimensi positif dari *self-esteem* yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan, nilai, dan kualitas dirinya secara umum. Individu dengan *self-confidence* yang tinggi cenderung memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga setara dengan orang lain, merasa memiliki sejumlah kualitas yang baik, dan mampu melakukan berbagai hal sebaik orang-orang di sekitarnya. Dimensi ini diukur melalui item-item pernyataan positif dalam RSES. Dalam konteks penggunaan TikTok, dimensi *self-confidence* dapat tererosi secara bertahap ketika individu terpapar secara konsisten pada konten yang menampilkan standar kehidupan, penampilan, atau pencapaian yang jauh melampaui kondisi mereka sendiri, sehingga secara

tidak sadar melemahkan keyakinan positif individu terhadap nilai dirinya (Vogel et al., 2014).

b. *Self-Deprecation* (Penilaian Negatif terhadap Diri)

Self-deprecation merupakan dimensi negatif dari *self-esteem* yang mencerminkan kecenderungan individu untuk merendahkan, meragukan, atau menilai dirinya secara negatif. Individu dengan tingkat *self-deprecation* yang tinggi cenderung merasa tidak puas dengan dirinya, menganggap dirinya memiliki banyak kekurangan, dan kurang menghargai diri sendiri. *Self-deprecation* yang tinggi merupakan indikator *self-esteem* rendah dan berkaitan erat dengan berbagai gangguan psikologis seperti depresi, kecemasan, dan penurunan kesejahteraan psikologis (Rosenberg, 1965). Dalam konteks media sosial, *upward social comparison* yang berulang di TikTok berpotensi meningkatkan *self-deprecation* dengan memperkuat persepsi inferioritas diri terhadap orang lain (Mulyani & Cahyono, 2022).

Self-esteem yang tinggi ditandai oleh tingginya *self-confidence* dan rendahnya *self-deprecation*, sedangkan *self-esteem* yang rendah ditandai oleh rendahnya *self-confidence* dan tingginya kecenderungan menilai diri secara negatif (Maroqi, 2019). Kedua dimensi ini bekerja secara bersamaan membentuk evaluasi diri global yang memengaruhi keseluruhan fungsi psikologis individu.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Self-Esteem

Self-esteem individu tidak terbentuk dalam ruang hampa, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi sepanjang perkembangan individu. Pemahaman tentang faktor-faktor ini penting untuk merancang intervensi yang efektif, terutama pada kelompok mahasiswa yang berada dalam fase *emerging*

adulthood (Arnett, 2014). Berikut adalah faktor-faktor utama yang memengaruhi *self-esteem*:

a. Pola Asuh dan Lingkungan Keluarga

Pola asuh orang tua merupakan faktor paling fundamental yang membentuk *self-esteem* sejak masa kanak-kanak. Coopersmith (1967) menemukan bahwa anak-anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga yang hangat, menerima, dan konsisten dalam memberikan dukungan cenderung mengembangkan *self-esteem* yang lebih tinggi. Pola asuh otoritatif (*authoritative parenting*) yang mengombinasikan kehangatan emosional dengan penetapan batas yang jelas terbukti paling efektif dalam menumbuhkan *self-esteem* yang sehat (Santrock, 2019). Sebaliknya, kritik berlebihan, penolakan, atau inkonsistensi dalam pemberian penghargaan dapat meninggalkan dampak psikologis yang memengaruhi *self-esteem* hingga fase dewasa.

b. Pengalaman Sosial dan Penerimaan Kelompok

Interaksi sosial dengan teman sebaya, kelompok, dan komunitas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap *self-esteem*, terutama pada masa remaja dan dewasa awal. Penerimaan oleh kelompok sebaya dan pengakuan dari lingkungan sosial berkontribusi positif terhadap *self-esteem*, sementara penolakan, perundungan (*bullying*), dan isolasi sosial dapat menurunkannya secara signifikan (Leary & Baumeister, 2000). Di era digital, pengalaman sosial ini semakin banyak terjadi di ruang daring melalui platform media sosial, di mana *likes*, komentar, dan pengikut menjadi bentuk baru validasi sosial yang langsung memengaruhi *self-esteem* pengguna (Annisa & Herdiana, 2023).

c. Pencapaian dan Kompetensi

Pengalaman sukses dan gagal dalam berbagai domain kehidupan termasuk akademik, pekerjaan, olahraga, dan seni—memengaruhi *self-*

esteem melalui pembentukan persepsi tentang kompetensi diri. Bandura (1997) menjelaskan bahwa pengalaman *mastery* (penguasaan tugas) merupakan sumber *self-efficacy* yang paling kuat dan pada gilirannya berkontribusi pada *self-esteem* yang lebih tinggi. Dalam konteks mahasiswa, prestasi akademik merupakan salah satu domain paling penting yang memengaruhi *self-esteem*, di samping pencapaian dalam aktivitas ekstrakurikuler dan relasi sosial (Harsoyo & Suyasa, 2024).

d. Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)

Festinger (1954) menjelaskan bahwa individu secara alami membandingkan kemampuan dan opini mereka dengan orang lain untuk memperoleh evaluasi diri yang akurat. *Upward comparison* berpotensi menurunkan *self-esteem* jika menghasilkan perasaan inferioritas, sedangkan *downward comparison* dapat meningkatkannya sementara. Di era TikTok, proses *social comparison* menjadi semakin intens karena algoritma platform secara konsisten menyajikan konten dengan standar yang tinggi dan tidak representatif (Vogel et al., 2014). Mulyani dan Cahyono (2022) menemukan bahwa intensitas *social comparison* di media sosial berkorelasi negatif dengan *self-esteem*, terutama pada kelompok yang dominan melakukan *upward comparison*.

e. Internalisasi Nilai Budaya dan Agama

Nilai-nilai budaya dan agama yang dihayati individu memberikan kerangka evaluatif yang memengaruhi cara individu menilai keberhargaan dirinya. Budaya yang menekankan nilai intrinsik manusia—seperti konsep *karamah insaniyyah* dalam Islam yang meyakini bahwa setiap manusia memiliki martabat yang dianugerahkan Allah SWT—dapat membangun *self-esteem* yang lebih stabil dan tidak bergantung pada validasi eksternal (Repi, 2019). Sebaliknya, budaya yang sangat menekankan pencapaian eksternal atau penampilan fisik sebagai ukuran nilai seseorang dapat membuat *self-esteem* menjadi fragile. Dalam konteks mahasiswa UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang, internalisasi nilai-nilai keislaman dapat menjadi fondasi *self-esteem* yang lebih kokoh dan resilient (Fauziah, 2022).

f. Umpan Balik Digital dan Media Sosial

Paparan terhadap media sosial dan umpan balik digital dari platform seperti TikTok memiliki pengaruh yang semakin signifikan terhadap *self-esteem* Generasi Z. Annisa dan Herdiana (2023) menemukan bahwa frekuensi dan kualitas umpan balik sosial digital berkorelasi positif dengan *self-esteem* mahasiswa, namun ketergantungan berlebihan pada validasi digital dapat membuat *self-esteem* menjadi tidak stabil. Yang (2021) secara spesifik menemukan bahwa intensitas penggunaan TikTok berkaitan dengan penurunan *self-esteem*, terutama karena fitur algoritmik platform ini yang secara konsisten memicu *social comparison* ke atas.

4. Hubungan *Self-Esteem* dengan *Social Comparison*

Hubungan antara *self-esteem* dan *social comparison* merupakan salah satu tema paling banyak dikaji dalam psikologi sosial. Festinger (1954) dalam *Social Comparison Theory*-nya menjelaskan bahwa dorongan untuk membandingkan diri dengan orang lain merupakan motivasi mendasar manusia yang muncul terutama ketika standar evaluasi objektif tidak tersedia. Teori ini menjadi landasan untuk memahami bagaimana proses *social comparison* di TikTok dapat berdampak pada *self-esteem* penggunanya.

Vogel et al. (2014) dalam penelitian eksperimentalnya menemukan bahwa paparan terhadap profil media sosial yang menampilkan representasi idealized secara signifikan menurunkan *self-esteem* peserta, terutama ketika perbandingan bersifat *upward*. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua *social comparison* berdampak negatif: *downward*

comparison dapat meningkatkan *self-esteem* sementara, dan *upward comparison* yang inspirasional tidak selalu berdampak negatif. Namun, dalam konteks TikTok yang algoritmik menyajikan konten dengan standar sangat tinggi, *upward comparison* yang bersifat kontrasif lebih dominan terjadi (Yang, 2021).

Mekanisme yang menjelaskan dampak *social comparison* terhadap *self-esteem* bekerja melalui dua jalur utama. Pertama, jalur kognitif: paparan berulang terhadap konten kehidupan ideal membentuk standar referensi tidak realistis, sehingga evaluasi diri yang dihasilkan cenderung negatif. Kedua, jalur afektif: *social comparison* yang tidak menguntungkan memicu emosi negatif seperti iri, rasa malu, dan ketidakcukupan yang langsung mengikis komponen afektif *self-esteem*. Mulyani dan Cahyono (2022) menemukan bahwa hubungan negatif antara *social comparison* dan *self-esteem* dimediasi sebagian oleh emosi negatif yang ditimbulkan proses perbandingan tersebut.

Hubungan antara *self-esteem* dan *social comparison* juga bersifat resiprokal: individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih sering dan lebih intens melakukan *social comparison*, terutama *upward comparison*, sebagai upaya mendefinisikan nilai diri melalui perbandingan eksternal. Sebaliknya, *self-esteem* yang tinggi memberikan buffer psikologis yang melindungi dari dampak negatif *social comparison* karena individu memiliki basis evaluasi diri yang lebih internal dan stabil (Leary & Baumeister, 2000). Hasanah dan Hidayati (2022) mengkonfirmasi bahwa *self-esteem* tinggi memoderasi dampak negatif *social comparison* di media sosial terhadap kondisi psikologis mahasiswa Generasi Z Indonesia.

5. Hubungan Self-Esteem dengan Kesejahteraan Psikologis

Hubungan antara *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) merupakan salah satu hubungan yang paling

konsisten dan robust dalam literatur psikologi. Ryff (1989) dalam model kesejahteraan psikologis eudaimoniknya mengidentifikasi penerimaan diri (*self-acceptance*) sebagai salah satu dari enam dimensi inti *psychological well-being*. Secara konseptual, penerimaan diri dalam *psychological well-being* berkaitan erat dengan *self-esteem*, karena keduanya mencerminkan evaluasi positif individu terhadap dirinya sendiri. Keterkaitan konseptual yang erat inilah yang mendasari besarnya korelasi yang secara konsisten ditemukan antara keduanya dalam berbagai penelitian lintas budaya.

Fadillah dan Laksmiwati (2022) dalam penelitiannya pada mahasiswa Indonesia menemukan korelasi positif yang sangat kuat antara *self-esteem* dan *psychological well-being* ($r = 0,647, p < 0,001$), di mana *self-esteem* mampu menjelaskan sekitar 41,8% variansi kesejahteraan psikologis. Harsoyo dan Suyasa (2024) juga menemukan bahwa *self-esteem* berkorelasi positif dengan seluruh dimensi *subjective well-being* mahasiswa di Jakarta, termasuk kepuasan hidup dan afek positif. Temuan-temuan ini mengkonfirmasi posisi *self-esteem* sebagai prediktor psikologis yang paling konsisten terhadap kesejahteraan psikologis individu.

Mekanisme yang menjelaskan hubungan ini dapat dipahami melalui beberapa jalur. Pertama, individu dengan *self-esteem* tinggi memiliki skema kognitif positif yang memungkinkan pemrosesan informasi dari lingkungan secara lebih adaptif, termasuk menafsirkan umpan balik negatif secara konstruktif dan mempertahankan motivasi dalam menghadapi kegagalan. Kedua, *self-esteem* yang tinggi berkontribusi pada kualitas relasi interpersonal yang lebih baik, karena individu mampu menjalin hubungan autentik tanpa didorong rasa takut akan penolakan. Ketiga, *self-esteem* yang sehat mendukung keberanian menetapkan tujuan hidup yang bermakna dan mengambil risiko untuk berkembang, berkontribusi pada dimensi *purpose in life* dan *personal growth* dari model Ryff (Orth et al., 2012).

Sebaliknya, *self-esteem* yang rendah berkaitan dengan berbagai gangguan psikologis yang menurunkan kualitas kesejahteraan psikologis, termasuk depresi, kecemasan sosial, dan ketidakpuasan hidup kronis. Orth et al. (2012) dalam studi longitudinal mereka menemukan bahwa *self-esteem* secara signifikan memprediksi kepuasan hidup dan kesehatan bahkan setelah mengontrol berbagai variabel demografis. Dalam konteks mahasiswa pengguna TikTok, penurunan *self-esteem* akibat *social comparison* yang berulang berpotensi menciptakan spiral negatif yang secara kumulatif menurunkan kesejahteraan psikologis mahasiswa secara keseluruhan (Rahmawati & Amalia, 2022).

6. *Self-Esteem* sebagai Variabel Mediasi

Dalam kerangka penelitian ini, *self-esteem* diposisikan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *social comparison* di TikTok dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z. Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan mekanisme atau proses melalui mana variabel independen memengaruhi variabel dependen (Baron & Kenny, 1986). Dengan demikian, *social comparison* tidak hanya berdampak langsung pada *psychological well-being*, tetapi juga secara tidak langsung melalui modifikasi tingkat *self-esteem* individu terlebih dahulu.

Landasan teoritis posisi *self-esteem* sebagai mediator dapat dipahami melalui dua perspektif utama. Pertama, *Sociometer Theory* (Leary & Baumeister, 2000) menjelaskan bahwa *self-esteem* berfungsi sebagai barometer internal yang secara sensitif merespons sinyal penerimaan dan penolakan sosial. Setiap kali individu melakukan *social comparison* di TikTok dan mempersepsikan dirinya lebih rendah dibandingkan orang lain, sinyal negatif ini langsung menurunkan *self-esteem* sebagai respons adaptif, yang kemudian memicu dampak berantai pada fungsi psikologis yang lebih luas. Kedua, model *self-esteem* sebagai

sumber daya psikologis (Baumeister et al., 2003) memandang *self-esteem* sebagai penyangga (*buffer*) yang melindungi individu dari tekanan lingkungan. Individu dengan *self-esteem* tinggi memiliki cadangan psikologis yang cukup untuk menahan dampak negatif *social comparison* di TikTok, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah jauh lebih rentan terhadap dampak tersebut.

Mekanisme mediasi ini bekerja melalui proses internalisasi evaluasi sosial yang berlangsung secara bertahap. Ketika individu melakukan *upward comparison* yang bersifat kontrasitif di TikTok dengan mempersepsikan kesenjangan besar antara kondisi dirinya dengan standar ideal yang ditampilkan orang lain, hasil perbandingan tersebut diinternalisasi ke dalam struktur evaluasi diri, mengikis keyakinan positif individu terhadap nilai dan kemampuan dirinya. *Self-esteem* yang terkikis ini kemudian secara sistematis memengaruhi keenam dimensi *psychological well-being* model Ryff (1989), mulai dari penerimaan diri, hubungan interpersonal, otonomi, penguasaan lingkungan, tujuan hidup, hingga pertumbuhan pribadi (Maharani & Savira, 2023).

Bukti empiris mendukung peran mediasi ini secara konsisten. Hasanah dan Hidayati (2022) menemukan bahwa *self-esteem* berperan sebagai mediator parsial yang signifikan antara penggunaan media sosial dan *psychological well-being* pada mahasiswa Generasi Z Indonesia. Maharani dan Savira (2023) secara spesifik mengkaji TikTok dan menemukan hasil yang serupa. Mediasi yang terjadi bersifat parsial, artinya *self-esteem* menyerap sebagian pengaruh *social comparison* terhadap *psychological well-being* yang dalam penelitian ini sebesar 55,02%, sementara sisanya bekerja melalui mekanisme psikologis lain seperti regulasi emosi langsung dan rasa keterhubungan sosial.

Pemahaman tentang mekanisme mediasi ini memiliki implikasi praktis penting, di mana intervensi yang berfokus pada penguatan *self-*

esteem berpotensi lebih efektif dalam memitigasi dampak negatif *social comparison* di TikTok terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa dibandingkan sekadar membatasi penggunaan *platform* (Hayes, 2018).

7. Perspektif Islam tentang *Self-Esteem*

Islam sebagai agama yang komprehensif memiliki pandangan yang kaya dan mendalam tentang harga diri manusia. Dalam perspektif Islam, *self-esteem* atau harga diri tidak hanya merupakan konstruk psikologis, tetapi juga memiliki dimensi spiritual dan teologis yang sangat fundamental. Pemahaman Islam tentang harga diri berakar pada keyakinan tentang hakikat manusia sebagai makhluk yang paling mulia di antara seluruh ciptaan Allah SWT.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' [17]: 70:

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى
كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا □

Artinya :

"Dan sungguh, Kami telah memuliakan anak cucu Adam, dan Kami angkut mereka di darat dan di laut, dan Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik, dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang telah Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna." (QS. Al-Isra' [17]: 70).

Ayat ini memberikan fondasi teologis yang sangat kuat bagi konsep harga diri dalam Islam. Allah SWT menyatakan bahwa Dia telah memuliakan (*karrama*) anak cucu Adam, yang berarti setiap manusia memiliki nilai intrinsik dan martabat (*karamah insaniyyah*) yang dianugerahkan langsung oleh Sang Pencipta. Landasan *self-esteem* yang bersumber dari keyakinan teologis ini jauh lebih stabil dibandingkan *self-esteem* yang dibangun di atas pencapaian duniawi atau validasi sosial,

karena tidak bergantung pada kondisi eksternal yang dapat berubah-ubah (Repi, 2019).

Allah SWT juga memberikan panduan tentang standar yang seharusnya digunakan dalam mengevaluasi nilai diri. Firman-Nya dalam QS. Al-Hujurat [49]: 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ فِيَّ
أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya :

"Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Mahateliti." (QS. Al-Hujurat [49]: 13)

Ayat ini secara tegas menyatakan bahwa standar kemuliaan di sisi Allah bukan berdasarkan penampilan fisik, kekayaan, atau status sosial—yang seringkali menjadi dasar *social comparison* di media sosial—melainkan berdasarkan ketakwaan (*taqwa*). Ini memberikan kerangka evaluasi diri yang sangat berbeda dari yang dipromosikan algoritma TikTok: alih-alih mengevaluasi diri berdasarkan perbandingan dengan standar kehidupan ideal orang lain, seorang Muslim diajak mengevaluasi diri berdasarkan kualitas spiritual dan moral yang bersifat internal dan dapat terus dikembangkan oleh siapa saja.

Repi (2019) dalam kajiannya tentang *self-esteem* dalam perspektif Islam menjelaskan bahwa Islam mendorong umatnya untuk memiliki *izzah* (kemuliaan diri) yang dibangun di atas fondasi keimanan dan amal saleh. Konsep *tawadhu'* (rendah hati) sering disalahpahami sebagai lawan dari *self-esteem* yang tinggi, padahal sesungguhnya *tawadhu'* adalah sikap seimbang: mengakui kelebihan sebagai anugerah Allah yang harus disyukuri, menerima kekurangan sebagai ruang untuk bertumbuh, tanpa

merasa lebih baik atau lebih buruk dari orang lain. Keseimbangan ini justru mencerminkan *self-esteem* yang sehat secara psikologis.

Praktik spiritual dalam Islam juga secara langsung mendukung perkembangan *self-esteem* yang sehat. *Muhasabah* (introspeksi diri) mendorong evaluasi diri berdasarkan standar internal (nilai-nilai agama) daripada perbandingan eksternal, sehingga mengurangi ketergantungan pada *social comparison* sebagai sumber evaluasi diri. Praktik bersyukur (*shukr*) melatih individu untuk fokus pada karunia yang dimiliki, yang relevan secara psikologis dengan pola *downward comparison* yang adaptif. Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْظِرُوا
إِلْمَنَ هُوَ أَسْفَلَ مِنْكُمْ وَلَا تَنْظُرُوا إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقَكُمْ، فَهُوَ أَجْدَرُ أَنْ لَا تَزِدُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ

Artinya :

"Lihatlah kepada orang yang berada di bawahmu, dan jangan melihat kepada orang yang berada di atasmu, karena itu lebih pantas agar kamu tidak meremehkan nikmat Allah." (HR. Muslim, No. 2963).

Hadis ini secara langsung merekomendasikan pola *social comparison* yang melindungi harga diri dan rasa syukur individu (Cantika et al., 2024).

Dalam konteks penelitian ini, perspektif Islam tentang *self-esteem* memberikan dimensi penting yang sangat relevan bagi mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Internalisasi nilai-nilai keislaman—bahwa setiap manusia memiliki *karamah* yang tidak bergantung pada penampilan atau pencapaian duniawi, dan bahwa standar evaluasi diri yang sejati adalah ketakwaan bukan *social comparison* yang berpotensi menjadi pelindung psikologis yang melindungi *self-esteem* dari dampak negatif *social comparison* di TikTok, sehingga turut menjaga kondisi kesejahteraan psikologis mereka (Fauziah, 2022).

C. Psychological Well-Being

1. Definisi Psychological Well-Being

Carol D. Ryff (1989) mengemukakan bahwa kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* merupakan pencapaian potensi sejati individu yang terdiri dari enam dimensi penting yaitu penerimaan diri (*self-acceptance*) yang positif terhadap diri sendiri dan masa lalu, hubungan positif dengan orang lain (*positive relations with others*) yang mencakup kemampuan untuk mencintai serta membangun hubungan yang kuat, hangat, dan dapat dipercaya, kemandirian (*autonomy*) yang berarti kemampuan untuk menentukan pilihannya sendiri, penguasaan lingkungan (*environmental mastery*) yang meliputi kemampuan mengelola kehidupan sehari-hari dan mengubah lingkungan dengan efektif, tujuan dalam hidup (*purpose in life*) yang berarti memiliki arti, makna, dan tujuan dalam hidup, serta perkembangan diri (*personal growth*) yang berarti perasaan atau pertumbuhan yang berkelanjutan dan pencapaian potensi diri.

Sementara itu, Ryan dan Deci (2001) dalam *Self-Determination Theory* menyebutkan bahwa kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* adalah fungsi optimal yang membutuhkan pemenuhan tiga kebutuhan psikologi dasar yang mencakup kemandirian (*autonomy*) yang berarti agen dari tindakan itu sendiri, kompetensi (*competence*) yang berarti merasa efektif dalam menghadapi lingkungan, serta keterhubungan (*relatedness*) yang berarti merasa terhubung dengan orang lain. Mereka menggabungkan perspektif *hedonic* dan *eudaimonic*, serta menjelaskan bahwa kesejahteraan sejati tidak hanya memerlukan kesenangan saja tetapi juga makna dan aktualisasi potensi.

Disisi lain Keyes (2002) menjelaskan kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* sebagai kesehatan mental yang utuh (*complete mental health*) yaitu adanya perasaan positif dan fungsi positif dalam hidup, bukan hanya sehat secara mental. Keyes mengembangkan model *dual continua* yang menunjukkan bahwa penyakit mental dan kesehatan mental adalah dua hal yang saling terhubung namun berbeda, di mana seseorang bisa bebas dari penyakit mental tetapi tidak mengalami keseimbangan mental yang positif (*flourishing*), ataupun sebaliknya.

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* merupakan keadaan kesejahteraan psikologis yang ditandai dengan fungsi optimal individu dalam memahami dan menerima diri sendiri, membangun hubungan sosial yang sehat, memiliki kemandirian, menguasai lingkungan, mencapai tujuan hidup, serta memiliki pertumbuhan pribadi yang baik dan berkelanjutan. Kesejahteraan ini muncul dari gabungan antara makna hidup (*eudaimonia*), pemenuhan kebutuhan dasar (*autonomy, competence, dan relatedness*), serta keseimbangan mental yang positif (*flourishing*). Dengan demikian, kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* bukan hanya hidup tanpa stres atau gangguan psikologis lainnya, tetapi cerminan dari kualitas hidup yang bermakna, berfungsi, dan berkembang secara menyeluruh.

2. Dimensi *Psychological Well-Being*

b. Penerimaan Diri (*Self-Acceptance*)

Dimensi penerimaan diri (*self-acceptance*) menekankan pada usaha seorang individu untuk merasa baik tentang diri mereka sendiri walaupun ketika mereka sadar akan keterbatasan yang

mereka miliki. Konsep ini menilai *self-acceptance* dengan sikap positif terhadap diri sendiri, mengakui dan menerima berbagai aspek diri mencakup baik dan buruknya, serta bersikap positif atas kehidupan di masa lalu.

c. *Positive Relations with Others* (Hubungan Positif dengan Orang Lain)

Positive Relations with Others dijelaskan dengan adanya perasaan empati dan kasih sayang, mampu untuk mencintai, membangun persahabatan yang kuat, serta dapat mengetahui ataupun memahami perasaan orang lain. Sejalan dengan itu, memiliki hubungan yang hangat dan kuat dengan orang lain juga dianggap sebagai kriteria kedewasaan, perasaan ini menekankan tentang pentingnya hubungan interpersonal yang hangat dan saling percaya antar satu sama lain. Oleh karena itu, kemampuan untuk mencintai dipandang sebagai bagian dari kesehatan mental yang selalu disebutkan berulang kali dalam konsep kesejahteraan psikologis.

d. *Autonomy* (Otonomi)

Autonomy sendiri menekankan pada kualitas diri, seperti menentukan nasib diri sendiri, kemandirian, serta dapat mengontrol perilakunya. Individu sendiri memiliki sebuah kebebasan dalam memilih suatu tradisi, kepercayaan, ataupun hukum massa. Jadi, individu dengan *autonomy* memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan seperti memilih norma-norma yang mengatur kehidupan sehari-harinya dan mampu menyesuaikan diri dalam melakukan sesuatu meskipun dalam keadaan tertekan sekalipun.

e. *Environmental Mastery* (Penguasaan Lingkungan)

Environmental mastery adalah kemampuan seorang individu untuk memilih ataupun menciptakan lingkungan dari dirinya untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Dalam kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being*, penilaian akan *environmental mastery* dilihat dari rasa untuk menguasai dan berkompetisi dalam mengelola lingkungan, mengatur rangkaian aktivitas eksternal yang kompleks, dapat memanfaatkan peluang di sekitar dengan efektif, serta mampu memilih atau menciptakan konteks yang sesuai dengan kebutuhan maupun nilai pribadi.

f. *Purpose in Life* (Tujuan dalam Hidup)

Purpose in Life yang dimaksud dalam konteks ini adalah upaya penting untuk menemukan arti dalam setiap usaha dan tantangan yang ada. Hal itu dapat dinilai dari adanya tujuan dan rasa keteraturan, memiliki makna atas kehidupan yang dijalani sekarang maupun masa lalu, memegang keyakinan yang memberikan tujuan hidup, serta memiliki tujuan atau sasaran tertentu dalam hidup.

g. *Personal Growth* (Pengembangan Diri)

Pengembangan diri yang dimaksud adalah kemampuan seseorang untuk memanfaatkan bakat, potensi, serta kapasitas diri. Hal tersebut berupa pengembangan diri secara berkelanjutan, terbuka atas setiap pengalaman baru untuk tumbuh dan berkembang, sadar akan potensi yang dimiliki, mampu untuk meningkatkan diri seiring berjalannya waktu, serta dapat mencerminkan perubahan dengan lebih banyak pengetahuan.

3. **Faktor-Faktor *Psychological Well-Being***

Faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan dan pemeliharaan kesejahteraan psikologis

mencerminkan interaksi kompleks antara variabel individu, sosial, lingkungan, dan teknologi yang saling berinteraksi dengan cara dinamis untuk mempromosikan atau merusak fungsi psikologis yang optimal. Dukungan sosial merupakan salah satu prediktor paling kuat dari kesejahteraan psikologis, mencakup dukungan emosional, bantuan instrumental, panduan informasi, dan dukungan penilaian dari anggota keluarga, teman, mentor, dan jaringan sosial yang lebih luas.

Keyes (2007) dalam penelitian yang berpengaruh menunjukkan bahwa kualitas dan kuantitas dari sistem dukungan sosial berkorelasi langsung dengan berbagai indikator kesejahteraan psikologis, di mana individu yang memiliki hubungan yang kuat dan mendukung menunjukkan tingkat ketahanan yang lebih tinggi, strategi coping yang lebih baik, dan hasil kesehatan mental yang lebih positif. Namun, dalam era digital, sifat dukungan sosial mengalami transformasi dengan meningkatnya ketergantungan pada komunitas online dan komunikasi digital, yang mungkin memberikan jenis dan kualitas dukungan yang berbeda dibandingkan dengan hubungan tatap muka tradisional.

Self-esteem sebagai sikap evaluatif global terhadap diri sendiri juga merupakan faktor kritis dalam menentukan tingkat kesejahteraan psikologis. Individu dengan harga diri yang sehat cenderung memiliki konsep diri yang lebih positif, kepercayaan diri yang lebih besar dalam kemampuan mereka, dan kapasitas yang lebih baik untuk menghadapi tantangan dan kemunduran. Namun, dalam konteks lingkungan media sosial yang sering mempromosikan evaluasi berbasis perbandingan, pemeliharaan harga diri yang sehat menjadi semakin kompleks dan menantang.

Polanya pengasuhan keluarga dan pengalaman keterikatan awal membentuk cetak biru dasar untuk fungsi psikologis di kemudian hari, di mana gaya keterikatan yang aman umumnya terkait dengan

hasil psikologis yang lebih baik, sementara pola keterikatan yang tidak aman dapat menciptakan kerentanan terhadap berbagai tantangan kesehatan mental. Bagi mahasiswa, pengalaman keluarga sebelumnya terus mempengaruhi kemampuan mereka untuk membangun hubungan yang sehat, mengelola stres, dan menjaga keseimbangan psikologis.

Interaksi dengan media sosial, terutama platform seperti TikTok, menjadi faktor yang semakin penting dalam kesejahteraan psikologis kontemporer. Rahmawati dan Amalia (2022) dalam studi longitudinal menemukan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai "pedang bermata dua" dalam hal dampak psikologis. Aspek positifnya termasuk peluang untuk hiburan, koneksi sosial, ekspresi kreatif, serta akses ke konten edukatif dan jaringan dukungan sosial. Namun, dampak negatifnya mencakup peningkatan risiko untuk perilaku *social comparison*, paparan terhadap *cyberbullying* atau konten negatif, gangguan tidur akibat penggunaan berlebihan, dan potensi pola penggunaan yang adiktif yang mengganggu aktivitas dan hubungan di dunia nyata.

4. Hubungan Antara *Psychological Well-Being* dengan *Social Comparison*

Hubungan yang telah dibuktikan secara empiris dan didasarkan pada teori antara perilaku *social comparison* dan hasil kesejahteraan psikologis merupakan salah satu temuan yang paling konsisten dalam penelitian psikologi sosial kontemporer. Vogel et al. (2014) dalam tinjauan meta-analitik komprehensif yang memeriksa puluhan studi di berbagai populasi dan konteks menegaskan bahwa terdapat korelasi negatif yang kuat antara frekuensi dan intensitas perilaku *social comparison* dan berbagai indikator kesejahteraan psikologis.

Mekanisme kausal yang mendasari hubungan ini melibatkan beberapa proses psikologis yang saling terkait yang menciptakan efek berantai pada kesehatan mental dan fungsi psikologis secara keseluruhan. Mekanisme utama melibatkan bias pemrosesan kognitif di mana individu yang sering membandingkan diri cenderung fokus secara tidak proporsional pada kekurangan dan batasan yang mereka rasakan dibandingkan dengan kekuatan dan pencapaian mereka. Perhatian selektif terhadap aspek negatif diri ini menciptakan pola evaluasi diri negatif yang terus-menerus yang mengikis harga diri dan kepercayaan diri seiring berjalannya waktu.

Efek sekunder termasuk disregulasi emosional yang dihasilkan dari perilaku perbandingan yang kronis, termasuk meningkatnya pengalaman emosi negatif seperti iri, kebencian, kesedihan, dan kecemasan, dikombinasikan dengan berkurangnya pengalaman emosi positif seperti kegembiraan, kepuasan, dan kebanggaan dalam pencapaian pribadi. Pola emosional ini berkontribusi pada afek negatif secara keseluruhan yang menjadi ciri berbagai gangguan suasana hati dan sindrom distress psikologis.

Konsekuensi perilaku juga signifikan, dengan individu yang terlibat dalam perbandingan berlebihan sering menunjukkan motivasi yang menurun untuk mengejar tujuan pribadi, keterlibatan yang berkurang dalam aktivitas yang memuaskan, perilaku menarik diri dari sosial, dan peningkatan penggunaan media sosial sebagai mekanisme koping yang sayangnya memperpetuasi siklus perbandingan. Perubahan perilaku ini semakin berkontribusi pada penurunan kesejahteraan psikologis melalui akses yang berkurang terhadap pengalaman positif dan dukungan sosial.

Dalam konteks khusus mahasiswa di Malang yang menggunakan TikTok secara intensif, tingkat penggunaan platform ini dapat meningkatkan kemungkinan terpapar konten yang memicu

social comparison negatif, yang kemudian berkontribusi pada penurunan kesejahteraan psikologis melalui mekanisme yang telah dijelaskan sebelumnya. Kombinasi dari kerentanan perkembangan yang khas pada usia kuliah dengan fitur teknologi yang mendorong perilaku perbandingan menciptakan profil risiko yang lebih tinggi untuk stres psikologis dan kesejahteraan yang berkurang.

5. Perspektif Islam Tentang *Psychological Well-Being*

Dalam perspektif Islam yang menyeluruh, kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) tidak hanya dinilai dari aspek kebahagiaan emosional yang bersifat sementara, tetapi yang lebih mendasar adalah pencapaian kedekatan spiritual yang kuat kepada Allah SWT. (*qurb ilallāh*), ketenangan hati yang mendalam (*sakīnah*), ketenteraman jiwa (*tuma`nīnah*), serta kemampuan untuk bersabar (*ṣabr*) dan ikhlas (*ikhlaṣ*) dalam menghadapi berbagai tantangan hidup.

Al-Qur'an menggambarkan keadaan jiwa yang tenang dan sejahtera dalam QS. Ar-Ra'd [13]: 28:

الْقُلُوبُ تَطْمَئِنُّ لِلَّهِ بِذِكْرِ آلَا اللّٰهِ بِذِكْرِ قُلُوبُهُمْ وَتَطْمَئِنُّ آمَنُوا الَّذِينَ

Artinya :

"(Yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah (berzikir). Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram."

Ayat ini menunjukkan bahwa ketenangan psikologis yang sejati berasal dari hubungan transendental antara manusia dan Tuhannya, yang terwujud melalui *dzikrullah* dalam berbagai bentuk, baik dzikir lisan, dzikir hati, maupun dzikir melalui amal saleh. Islam menempatkan kebahagiaan sejati (*sa'ādah ḥaqīqiyyah*) sebagai hasil dari keseimbangan yang utuh antara kebutuhan jasmani (*jasad*), akal pikiran (*'aql*), dan dimensi spiritual (*rūh*).

Rasulullah SAW. menegaskan prinsip kesejahteraan batin dalam sabdanya:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ أَسْلَمَ وَرُزِقَ كَفَافًا وَقَنَّعَهُ اللَّهُ بِمَا آتَاهُ

Artinya :

"Sungguh beruntung orang yang masuk Islam (dengan tulus), diberi rezeki yang cukup (untuk memenuhi kebutuhannya), dan Allah memberikan kepadanya rasa puas (*qanā'ah*) dengan apa yang telah diberikan kepadanya." (HR. Muslim No. 1054)

Hadis ini memiliki tiga komponen penting untuk mencapai kesejahteraan psikologis: (1) keimanan yang benar dan tulus (*īmān ṣahīh*), (2) kecukupan materi yang cukup (*rizq kafāf*), dan (3) sikap mental yang puas dan bersyukur (*qanā'ah*).

Konsep *qanā'ah* (merasa cukup) adalah salah satu kunci utama untuk kesejahteraan psikologis dalam Islam. *Qanā'ah* tidak berarti kita harus pasif atau tidak berusaha, tetapi merupakan sikap mental yang tidak serakah, tidak selalu merasa kurang, dan mampu bersyukur atas apa yang sudah dimiliki sambil tetap berikhtiar. Rasulullah SAW. bersabda:

النَّفْسُ غَنَى الْغِنَى وَلَكِنَّ الْعَرَضَ كَثْرَةُ عَنِ الْغِنَى لَيْسَ

Artinya :

"Kekayaan yang sejati bukanlah banyaknya harta benda, tetapi kekayaan yang sesungguhnya adalah kekayaan jiwa (merasa cukup dan bersyukur)." (HR. Bukhari No. 6446 dan Muslim No. 1051)

Konsep *ṣabr* (kesabaran) juga menjadi fondasi penting dalam kesejahteraan psikologis Islam. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 153:

الصَّابِرِينَ مَعَ اللَّهِ إِنَّ وَالصَّلَاةَ بِالصَّبْرِ اسْتَعِينُوا أَمْوَالَهُمُ الَّذِينَ يَأْتِيهَا

Artinya :

"Wahai orang-orang yang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar."

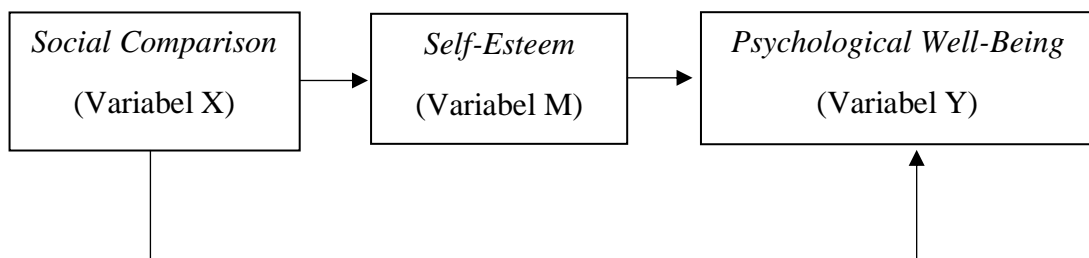
Sabar itu bukan hanya sekedar menahan diri dengan pasif, melainkan juga merupakan ketahanan psikologis yang aktif, yang didasari oleh keimanan bahwa setiap cobaan adalah ujian dan kesempatan untuk lebih dekat kepada Allah.

Oleh karena itu, dalam pandangan Islam, kesejahteraan psikologis adalah keadaan ketenangan batin (*tuma`nīnah*), kebahagiaan hidup yang sejati (*sa'ādah*), dan kesehatan mental yang optimal yang berasal dari fondasi iman yang kuat (*īmān*), rasa syukur yang terus-menerus (*syukr*), kesabaran dalam menghadapi ujian (*ṣabr*), kepasrahan total kepada Allah (*tawakkal*), dan keikhlasan dalam beribadah (*ikhlaṣ*). Konsep ini tidak bertentangan dengan psikologi positif modern, bahkan melengkapinya dengan dimensi spiritual-transendental yang mendalam.

D. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka konseptual tersebut, dapat dibuat sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dengan *self-esteem* mahasiswa Gen-Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

H2: Terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan *psychological well-being* mahasiswa Gen-Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

H3: *Self-esteem* berperan signifikan sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dengan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Menurut Priadana dan Sunarsi (2021), metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah jenis penelitian yang mengidentifikasi dengan detail mengenai sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data berbasis angka yang dapat diukur secara statistika, matematika, maupun komputasi. Sementara pendekatan korelasional digunakan untuk memprediksi serta mengetahui hubungan antara 2 variabel atau lebih (Ary dkk., 2010). Sehingga dengan penelitian korelasional dapat mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara 2 variabel atau lebih tanpa adanya upaya untuk memanipulasi variabel, dimana pada penelitian ini peneliti akan menguji hubungan antara *social comparison* (variabel X) terhadap *psychological well-being* (variabel Y) yang dimediasi oleh *self-esteem* (variabel M).

B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian dan memiliki variasi nilai antara individu yang satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian kuantitatif, variabel berfungsi untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat serta hubungan prediktif antar konstruk yang diteliti. Variabel dapat berperan sebagai penyebab, akibat, atau sebagai mekanisme yang menghubungkan keduanya. Identifikasi variabel merupakan langkah krusial karena menentukan arah analisis statistik dan model konseptual penelitian.

Penelitian ini melibatkan tiga jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*), dan variabel mediasi (*mediating variable*).

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Variabel ini sering disebut sebagai variabel independen karena keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. Dalam analisis statistik, variabel bebas berfungsi sebagai prediktor yang menjelaskan variasi pada variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *social comparison*.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari variabel bebas. Variabel ini sering disebut sebagai variabel dependen karena nilainya tergantung pada perubahan yang terjadi pada variabel independen. Dalam model penelitian, variabel terikat merupakan hasil atau *outcome* yang ingin dijelaskan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *psychological well-being*.

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan mekanisme atau proses di mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Variabel ini berfungsi sebagai perantara yang menerangkan bagaimana atau mengapa suatu pengaruh terjadi. Dalam model mediasi, variabel bebas memengaruhi variabel mediasi, kemudian variabel mediasi memengaruhi variabel terikat.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran konseptual dari variabel ke dalam bentuk yang dapat diukur secara empiris melalui indikator atau instrumen penelitian. Pentingnya definisi operasional adalah untuk memastikan bahwa setiap variabel yang diteliti memiliki batasan yang

jelas dan dapat diukur secara objektif menggunakan skala psikologis. Dengan adanya definisi operasional, peneliti dapat memastikan bahwa konstruk teoritis diterjemahkan secara sistematis ke dalam item-item pengukuran yang relevan (Sugiyono, 2019).

1. *Social Comparison*

Secara umum, *social comparison* adalah proses kognitif di mana individu mengevaluasi kemampuan, pendapat, dan karakteristik diri dengan membandingkannya dengan orang lain. Proses ini dapat berupa *upward comparison*, yaitu membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih unggul, atau *downward comparison*, yaitu membandingkan diri dengan individu yang dianggap kurang unggul. Dalam konteks media sosial, *social comparison* semakin sering terjadi karena individu terus-menerus terpapar pada representasi kehidupan orang lain yang cenderung menampilkan sisi positif dan ideal. Penelitian terhadap pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa *social comparison* berkaitan dengan evaluasi diri dan kondisi psikologis individu, termasuk *self-esteem* (Yulianto & Virilia, 2023). Secara operasional dalam penelitian ini, *social comparison* diartikan sebagai tingkat kecenderungan mahasiswa untuk melakukan perbandingan diri dengan orang lain saat menggunakan media sosial, yang diukur melalui skor total skala *social comparison*.

2. *Psychological Well-Being*

Psychological well-being secara umum mengacu pada keadaan kesejahteraan mental yang mencerminkan fungsi psikologis optimal seseorang. Konsep ini tidak hanya berhubungan dengan kebahagiaan, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menerima diri, membangun hubungan yang positif, memiliki otonomi, menguasai lingkungan, menetapkan tujuan hidup, serta mengalami pertumbuhan diri. *Psychological well-being* dipahami sebagai indikator kualitas hidup

seseorang dari segi psikologis dan sering digunakan dalam penelitian psikologi positif. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa *psychological well-being* berkaitan dengan faktor internal seperti *self-esteem*, rasa syukur, dan dukungan sosial (Formaningrum & Saniatuzzulfa, 2025). Dalam penelitian ini, *psychological well-being* didefinisikan secara operasional sebagai tingkat kesejahteraan mental mahasiswa yang diukur melalui total skor skala berdasarkan enam dimensi utama.

3. *Self-Esteem*

Self-esteem secara umum adalah penilaian subjektif seseorang terhadap nilai dan martabat dirinya. *Self-esteem* mencerminkan sejauh mana seseorang memandang dirinya sebagai individu yang kompeten, berharga, dan layak untuk dihargai. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap diri mereka sendiri, sementara individu dengan *self-esteem* yang rendah lebih rentan terhadap penilaian negatif terhadap diri mereka. Dalam konteks media sosial, *self-esteem* sering dipengaruhi oleh proses *social comparison* yang terjadi secara terus-menerus. Penelitian pada mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan positif dengan *subjective well-being* dan *psychological well-being* (Harsoyo & Suyasa, 2024). Secara operasional, *self-esteem* dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat penilaian positif individu terhadap dirinya yang diukur melalui total skor skala *self-esteem*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian

kuantitatif, populasi berfungsi sebagai area generalisasi yang mencakup semua individu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga batasan-batasannya harus dirumuskan dengan jelas agar hasil penelitian memiliki validitas eksternal yang memadai (Sugiyono, 2019). Kejelasan mengenai populasi juga berpengaruh pada ketepatan dalam pemilihan teknik sampling serta interpretasi hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang termasuk dalam kategori Generasi Z, dengan jumlah sekitar 25.000 mahasiswa. Generasi Z dipilih karena kelompok ini lahir dan tumbuh dalam era digital serta memiliki tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi. Tingginya penggunaan media sosial, terutama TikTok, meningkatkan kemungkinan terjadinya *social comparison* yang dalam berbagai penelitian telah dikaitkan dengan dinamika *self-esteem* dan *psychological well-being* (Yulianto & Virlia, 2023). Oleh karena itu, populasi ini sangat relevan dengan model mediasi yang sedang diteliti.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam sebuah penelitian. Tujuan penggunaan sampel adalah untuk mendapatkan data yang representatif tanpa perlu meneliti seluruh populasi, mengingat adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya (Azwar, 2017). Pemilihan sampel harus dilakukan secara sistematis agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti (Sugiyono, 2019). *Purposive sampling* termasuk dalam kategori *non-probability sampling*, di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih, melainkan dipilih secara sengaja sesuai dengan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016). Teknik ini dipilih karena penelitian ini memerlukan subjek dengan karakteristik khusus, yaitu mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan memiliki pengalaman dalam mengakses serta berinteraksi dengan konten media sosial.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 2) Termasuk dalam kategori Generasi Z (berusia sekitar 18–25 tahun).
- 3) Memiliki akun TikTok aktif.

Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki paparan yang cukup terhadap media sosial sehingga memungkinkan terjadinya *social comparison* yang relevan dengan variabel penelitian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran. Pemilihan rumus ini didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis yang membedakannya dari rumus-rumus penentuan sampel lainnya. Pertama, rumus Cochran dirancang khusus untuk digunakan pada kondisi populasi yang berukuran besar atau bahkan tidak terbatas, sehingga sangat sesuai dengan karakteristik populasi dalam penelitian ini yang berjumlah sekitar 25.000 mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Cochran, 1977). Kedua, rumus Cochran memberikan fleksibilitas dalam menentukan tingkat kepercayaan dan margin of error sesuai dengan kebutuhan

penelitian, serta menggunakan nilai proporsi populasi (p) yang dapat diatur pada $p = 0,5$ untuk menghasilkan ukuran sampel yang paling konservatif (maksimum), sehingga meminimalkan risiko kesalahan estimasi.

Berbeda dengan rumus Slovin yang mensyaratkan diketahuinya jumlah populasi secara pasti dan bersifat lebih sederhana namun kurang fleksibel dalam pengaturan parameter statistik, rumus Cochran memungkinkan peneliti untuk secara eksplisit menetapkan tingkat kepercayaan (*confidence level*) dan batas kesalahan (*margin of error*) sebagai parameter independen yang dapat disesuaikan dengan standar keilmuan yang berlaku. Selain itu, rumus Cochran juga unggul dibandingkan rumus Isaac dan Michael yang lebih sering digunakan untuk populasi terbatas dengan rentang tertentu, karena rumus Cochran mampu mengakomodasi koreksi populasi terbatas (*finite population correction*) secara sistematis apabila ukuran populasi diketahui, sehingga menghasilkan estimasi ukuran sampel yang lebih efisien dan akurat (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, rumus Cochran dipandang paling tepat dan representatif untuk digunakan dalam penelitian ini.

Adapun rumus Cochran adalah sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

- n_0 = ukuran sampel awal
- Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan
- p = proporsi populasi yang diperkirakan
- $q = 1 - p$

- $e = \text{margin of error}$

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), *margin of error* 5% (0,05), dan $p = 0,5$ (untuk memperoleh ukuran maksimum), maka:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n_0 = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n_0 = 384,16$$

Sehingga diperoleh kebutuhan minimal 384 responden. Namun, karena populasi diketahui berjumlah sekitar 25.000 mahasiswa, dilakukan koreksi populasi terbatas:

$$n = \frac{384}{1 + \frac{383}{25000}}$$

$$n \approx 378$$

Berdasarkan hasil tersebut, jumlah sampel minimal adalah sekitar 378 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan variabel penelitian. Dalam konteks penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik variabel agar dapat menghasilkan data yang objektif, terstandar, dan dapat dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019). Pemilihan teknik pengumpulan data yang tepat sangat berpengaruh terhadap kualitas hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) berbasis skala psikologis yang disebarakan secara daring melalui Google Form. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi sesuai dengan kondisi atau pengalaman subjektif mereka (Azwar, 2017). Teknik ini dipilih karena variabel yang diteliti *social comparison*, *self-esteem*, dan *psychological well-being* merupakan konstruk psikologis yang bersifat laten, sehingga paling tepat diukur menggunakan skala psikologis dengan format respons terstruktur, seperti skala Likert.

Pemilihan Google Form sebagai media distribusi kuesioner dipertimbangkan karena efisiensi, kemudahan akses, serta kesesuaian dengan karakteristik populasi penelitian yang terdiri dari mahasiswa Generasi Z dengan tingkat literasi digital yang tinggi. Survei daring terbukti efektif dalam menjangkau responden dalam jumlah besar dengan cepat dan biaya yang ekonomis, terutama dalam penelitian yang melibatkan ukuran sampel besar (Evans & Mathur, 2018). Selain itu, penggunaan Google Form juga mengurangi kemungkinan kesalahan input data karena respons tercatat secara otomatis dalam format *spreadsheet*, sehingga mempermudah proses pengolahan data statistik.

Instrumen penelitian terdiri dari tiga skala psikologis yang mengukur *social comparison*, *self-esteem*, dan *psychological well-being*. Setiap skala dirancang dalam bentuk pernyataan yang menguntungkan dan merugikan, dengan pilihan respons menggunakan skala Likert. Skala Likert banyak digunakan dalam penelitian psikologi karena dapat menangkap intensitas sikap atau persepsi individu secara kuantitatif dan memiliki reliabilitas yang baik dalam pengukuran konstruk psikologis (Joshi et al., 2015). Sebelum disebarakan, instrumen ini telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan alat ukur.

Adapun prosedur pengambilan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah penyusunan dan finalisasi instrumen penelitian, termasuk uji validitas dan reliabilitas skala. Tahap kedua adalah pembuatan kuesioner dalam *platform* Google Form, yang mencakup halaman pembuka berisi informed consent, penjelasan tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data, serta pernyataan persetujuan partisipasi responden. Tahap ketiga adalah penyebaran tautan Google Form kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria *purposive sampling* melalui media komunikasi digital seperti WhatsApp, Instagram, dan grup mahasiswa. Tahap keempat adalah proses penyaringan data (*data screening*), termasuk pengecekan kelengkapan jawaban dan kesesuaian dengan kriteria inklusi. Tahap terakhir adalah pengunduhan data dalam format *spreadsheet* untuk kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak statistic yakni menggunakan Microsoft Excel, JASP, dan IBM SPSS.

Prosedur tersebut dilaksanakan untuk memastikan bahwa proses pengumpulan data berjalan secara sistematis, etis, dan sesuai dengan standar penelitian kuantitatif. Transparansi dalam prosedur pengumpulan data sangat penting untuk menjaga kredibilitas serta replikasi penelitian di masa mendatang (Creswell & Creswell, 2018). Dengan demikian, teknik pengumpulan data melalui kuesioner berbasis Google Form dianggap sebagai metode yang paling tepat, efisien, dan relevan dengan karakteristik populasi serta tujuan penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data sesuai dengan variabel yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian kuantitatif, instrumen ini berfungsi untuk mengukur konstruk atau variabel secara objektif melalui indikator-indikator yang telah dirumuskan secara operasional (Sugiyono, 2019). Kualitas instrumen sangat berpengaruh terhadap akurasi hasil penelitian,

sehingga instrumen tersebut harus memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas agar dapat mengukur konstruk yang dimaksud dengan tepat (Azwar, 2017). Instrumen yang baik memungkinkan data yang diperoleh untuk dianalisis secara statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dalam penelitian psikologi, instrumen biasanya berbentuk skala psikologis yang dirancang untuk mengukur variabel laten seperti sikap, persepsi, atau kondisi psikologis individu. Variabel dalam penelitian ini *social comparison*, *self-esteem*, dan *psychological well-being* merupakan konstruk yang tidak dapat diamati secara langsung, sehingga memerlukan pengukuran melalui indikator perilaku atau pernyataan yang terstruktur (Azwar, 2017). Oleh karena itu, instrumen dalam penelitian ini berupa skala psikologis yang disusun berdasarkan teori masing-masing variabel dan telah melalui proses uji validitas serta reliabilitas sebelum digunakan dalam pengumpulan data.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert adalah teknik pengukuran sikap yang meminta responden untuk menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu pernyataan dalam beberapa kategori respons yang berjenjang (Joshi et al., 2015). Skala ini banyak digunakan dalam penelitian sosial dan psikologi karena mampu mengukur intensitas sikap atau persepsi secara kuantitatif dan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Penggunaan skala Likert memungkinkan peneliti untuk mengubah respons subjektif menjadi data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.

Dalam penelitian ini, skala Likert dengan rentang 1–4 digunakan, yang mencakup kategori: sangat tidak sesuai, tidak sesuai, sesuai, dan sangat sesuai (atau kategori serupa yang disesuaikan dengan isi pernyataan). Pemilihan skala empat poin bertujuan untuk menghilangkan pilihan tengah (respon netral), sehingga responden terdorong untuk lebih jelas dalam menentukan kecenderungan sikap mereka. Skala tanpa opsi

netral dianggap mampu mengurangi bias ambiguitas dan meningkatkan diskriminasi respons antar individu (Chyung et al., 2017).

Selain itu, dalam bidang penelitian psikologi, penggunaan skala genap sering kali direkomendasikan untuk menghindari kecenderungan bias *central tendency*, yaitu kecenderungan responden untuk secara otomatis memilih jawaban tengah (Kulas et al., 2008).

Secara metodologis, skala Likert 1–4 dinilai sesuai dengan karakteristik populasi mahasiswa yang memiliki kemampuan kognitif yang memadai untuk memahami pernyataan abstrak dan memberikan respons yang reflektif. Skala ini juga terbukti efektif dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi dan mediasi karena menghasilkan distribusi data yang lebih jelas dalam membedakan tingkat variabel (Hair et al., 2019). Oleh karena itu, penggunaan instrumen berbentuk skala Likert 1–4 dalam penelitian ini dianggap tepat baik secara teoritis maupun metodologis untuk mengukur variabel *social comparison*, *self-esteem*, dan *psychological well-being* secara kuantitatif.

G. Skala Penelitian

1. Skala *Social Comparison*

Skala *social comparison* dalam penelitian ini menggunakan *Iowa–Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999). INCOM dirancang untuk mengukur kecenderungan individu dalam melakukan *social comparison* sebagai orientasi kepribadian (*social comparison orientation*). Instrumen ini berlandaskan pada teori *social comparison* yang diajukan oleh Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapatnya dengan membandingkan diri dengan orang lain, terutama ketika standar objektif tidak tersedia.

INCOM mengukur sejauh mana individu memiliki kecenderungan umum untuk membandingkan diri dengan orang lain dalam berbagai situasi sosial. Skala ini mencakup aspek perbandingan kemampuan (*ability comparison*) dan perbandingan opini (*opinion comparison*). Dalam konteks penelitian ini, orientasi *social comparison* menjadi relevan karena mahasiswa sebagai pengguna media sosial cenderung terpapar informasi mengenai pencapaian, penampilan, dan gaya hidup orang lain yang dapat memicu evaluasi diri. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orientasi *social comparison* yang tinggi berkaitan dengan fluktuasi *self-esteem* serta kondisi *psychological well-being* individu (Vogel et al., 2014).

Dalam penelitian ini, skala INCOM diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia dan disusun menggunakan format skala Likert 1–4. Pemilihan format ini bertujuan untuk mendorong responden menentukan kecenderungan sikap secara lebih tegas tanpa opsi netral. Secara metodologis, penggunaan INCOM sangat tepat karena konstruk *social comparison* merupakan variabel laten yang memerlukan pengukuran berbasis persepsi subjektif (Azwar, 2017).

Tabel 3.1

Blueprint Skala Social Comparison

Dimensi	Item		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Ability</i>	1,2,3,4,6	5	6
<i>Opinion</i>	7,8,9,10	11	5
Total			11

Tabel 3.2

Uji Validitas Skala Social Comparison

Aitem	R	Sig.	Keterangan
SC1	0,429	0,000	Valid
SC2	0,869	0,000	Valid
SC3	0,592	0,000	Valid
SC4	0,869	0,000	Valid
SC5	0,424	0,000	Valid
SC6	0,865	0,000	Valid
SC7	0,606	0,000	Valid
SC8	0,869	0,000	Valid
SC9	0,848	0,000	Valid
SC10	0,592	0,000	Valid
SC11	0,858	0,000	Valid

Tabel 3.3

Uji Reliabilitas Skala *Social Comparison*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	11

2. Skala Psychological Well-Being

Skala *psychological well-being* dalam penelitian ini mengacu pada *Ryff Psychological Well-Being Scale* yang diciptakan oleh Ryff (1989). Model ini berfokus pada pendekatan *eudaimonic well-being*, yang menekankan pentingnya aktualisasi diri dan fungsi psikologis yang optimal, bukan hanya sekadar perasaan bahagia. Ryff mengidentifikasi enam dimensi utama dari kesejahteraan psikologis,

yaitu *self acceptance*, *positive relation with others*, *autonomy*, *environmental mastery*, *purpose in life*, dan *personal growth*.

Skala *Ryff Psychological Well-Being* telah banyak diterapkan dalam penelitian internasional serta di Indonesia untuk mengukur kesejahteraan psikologis mahasiswa (Ramdhani et al., 2019). Skala ini mengevaluasi sejauh mana individu menerima diri mereka, mampu membangun relasi positif, memiliki tujuan hidup, berkembang secara pribadi, mandiri dalam pengambilan keputusan, serta dapat mengelola lingkungan mereka dengan efektif. Oleh karena itu, kesejahteraan psikologis dalam penelitian ini tidak dipahami sebagai kebahagiaan yang bersifat sementara, melainkan sebagai kondisi psikologis yang mencerminkan fungsi diri yang sehat dan optimal.

Dalam penelitian ini, skala Ryff digunakan dalam bentuk adaptasi dengan format Likert 1–4. Setiap item terdiri dari pernyataan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan untuk menjaga keseimbangan respons serta mengurangi bias dalam jawaban. Penggunaan skala ini sangat relevan karena variabel *psychological well-being* berfungsi sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh dinamika *self-esteem* dan *social comparison* dalam konteks penggunaan media sosial.

Tabel 3.4

Blueprint Skala Psychological Well-Being

Dimensi	Item		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Self Acceptance</i>	1,2	3	3
<i>Positive Relation with Others</i>	6	4,5	3
<i>Autonomy</i>	8,9	7	3

<i>Environmental Mastery</i>	11,12	10	3
<i>Purposive in Life</i>	14	13,15	3
<i>Personal Growth</i>	17,18	16	3
Total			18

Tabel 3.5

Uji Validitas Skala *Psychological Well-Being*

Aitem	R	Sig.	Keterangan
PWB1	0,540	0,000	Valid
PWB2	0,623	0,000	Valid
PWB3	0,732	0,000	Valid
PWB4	0,504	0,000	Valid
PWB5	0,540	0,000	Valid
PWB6	0,622	0,000	Valid
PWB7	0,731	0,000	Valid
PWB8	0,504	0,000	Valid
PWB9	0,540	0,000	Valid
PWB10	0,622	0,000	Valid
PWB11	0,728	0,000	Valid
PWB12	0,499	0,000	Valid
PWB13	0,536	0,000	Valid
PWB14	0,619	0,000	Valid
PWB15	0,728	0,000	Valid
PWB16	0,499	0,000	Valid
PWB17	0,619	0,000	Valid
PWB18	0,728	0,000	Valid

Tabel 3.6

Uji Reliabilitas Skala *Psychological Well-Being*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	18

3. Skala Self-Esteem (Rosenberg Self-Esteem Scale)

Skala *self-esteem* dalam penelitian ini menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang dikembangkan oleh Rosenberg pada tahun 1965. RSES adalah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan untuk mengukur *self-esteem* secara global, yaitu penilaian menyeluruh individu terhadap nilai dan harga dirinya. *Self-esteem* mencerminkan sikap positif atau negatif individu terhadap dirinya sendiri secara umum.

Rosenberg Self-Esteem Scale terdiri dari item-item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable* yang mengukur dimensi evaluatif diri secara keseluruhan. Skala ini telah diadaptasi dan digunakan secara luas dalam berbagai penelitian psikologi di Indonesia karena memiliki validitas dan reliabilitas yang baik (Azwar, 2017). Dalam konteks penelitian ini, *self-esteem* berfungsi sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana kecenderungan *social comparison* memengaruhi *psychological well-being*. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung lebih stabil dalam menghadapi *social comparison*, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah lebih rentan mengalami penurunan kesejahteraan psikologis (Orth et al., 2012).

Penggunaan RSES dengan skala Likert 1–4 dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan distribusi respons yang lebih jelas serta mengurangi kecenderungan memilih jawaban netral. Dengan

demikian, skala ini memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat *self-esteem* mahasiswa secara lebih akurat dalam konteks interaksi sosial berbasis media digital.

Tabel 3.7

Blueprint Skala Self-Esteem

Dimensi	Item		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Global Self Esteem</i>	1,3,4,7,10	2,5,6,8,9	10
Total			10

Tabel 3.8

Uji Validitas Skala Self-Esteem

Aitem	R	Sig.	Keterangan
SE1	0,298	0,000	Valid
SE2	0,651	0,000	Valid
SE3	0,582	0,000	Valid
SE4	0,348	0,000	Valid
SE5	0,610	0,000	Valid
SE6	0,651	0,000	Valid
SE7	0,582	0,000	Valid
SE8	0,610	0,000	Valid
SE9	0,651	0,000	Valid
SE10	0,582	0,000	Valid

Tabel 3.9

Uji Reliabilitas Skala Self-Esteem

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	11

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian prosedur statistik yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linear dalam penelitian kuantitatif. Tujuan utama dari pengujian asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), yaitu estimasi yang tidak bias, konsisten, dan efisien. Dengan demikian, hasil analisis dan kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan secara statistik (Ghozali, 2021). Pemenuhan asumsi klasik menjadi syarat mutlak agar koefisien regresi yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara valid dan inferensi statistik yang dilakukan memiliki tingkat kepercayaan yang memadai.

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis korelasi Pearson, analisis regresi, dan analisis mediasi menggunakan PROCESS Macro. Terdapat empat jenis uji asumsi klasik yang dilakukan, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Masing-masing uji memiliki tujuan, dasar teori, dan kriteria keputusan yang berbeda, namun secara kolektif bertujuan untuk memvalidasi kelayakan model regresi yang digunakan (Priyatno, 2022). Semua pengujian dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang bertujuan untuk menentukan apakah data residual dari model regresi terdistribusi

secara normal. Memenuhi asumsi normalitas residual adalah syarat penting dalam analisis regresi, karena pelanggaran terhadap asumsi ini dapat memengaruhi akurasi nilai signifikansi dari uji statistik yang dilakukan (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan dua pendekatan yang saling melengkapi, yaitu analisis grafis dan uji statistik formal.

Pendekatan grafis dilakukan dengan memeriksa histogram residual terstandarisasi dan *Normal Probability-Probability Plot* (*Normal P-P Plot*). Pada histogram, distribusi residual yang normal ditunjukkan oleh kurva berbentuk lonceng yang berpusat pada nilai nol. Sementara itu, pada Normal P-P Plot, normalitas ditandai dengan titik-titik sebaran yang mengikuti dan berimpit dengan garis diagonal referensi dari sudut kiri bawah ke kanan atas (Priyatno, 2022). Penyimpangan signifikan dari titik-titik data terhadap garis diagonal menunjukkan distribusi yang tidak normal.

Selain analisis grafis, uji statistik formal dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (*K-S Test*). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka data residual dianggap berdistribusi normal; sebaliknya, jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka distribusi dinyatakan tidak normal (Ghozali, 2021). Namun, penting untuk dicatat bahwa uji K-S sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang besar: pada sampel $n > 200$, uji ini cenderung menolak hipotesis normalitas bahkan untuk data yang secara praktis mendekati normal, karena perbedaan kecil yang tidak bermakna secara substansial tetap terdeteksi sebagai signifikan secara statistik (Field, 2018). Oleh karena itu, dalam penelitian dengan sampel besar, hasil analisis grafis Normal P-P Plot lebih dapat diandalkan sebagai indikator normalitas dibandingkan hasil uji statistik K-S semata (Ghozali, 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear yang kuat antara variabel-variabel prediktor (variabel bebas) dalam model regresi berganda. Tingginya multikolinearitas dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil, memperbesar standar error, dan menghasilkan uji-t yang tidak dapat diandalkan, sehingga interpretasi kontribusi masing-masing prediktor menjadi bias (Ghozali, 2021).

Deteksi multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memeriksa nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dari setiap variabel prediktor dalam model. Nilai *Tolerance* mengukur proporsi variansi suatu variabel prediktor yang tidak dapat dijelaskan oleh prediktor lainnya, sedangkan VIF adalah kebalikan dari nilai *Tolerance* ($VIF = 1/Tolerance$). Kriteria yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah: nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas yang serius dalam model (Priyatno, 2022). Jika nilai VIF ≥ 10 , maka ada indikasi multikolinearitas yang perlu ditangani sebelum melakukan interpretasi koefisien regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya ketidakkonsistenan dalam variansi residual model regresi seiring dengan perubahan nilai variabel prediktor. Dalam model regresi, kondisi yang ideal adalah homoskedastisitas, di mana variansi residual tetap konstan pada setiap nilai prediktor. Jika variansi residual tidak konstan (heteroskedastis), maka estimasi koefisien regresi akan menjadi tidak efisien dan pengujian hipotesis menggunakan uji-t serta uji-F tidak akan lagi valid (Ghozali, 2021).

Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan menganalisis Scatterplot antara nilai prediksi terstandarisasi

(*Regression Standardized Predicted Value*) pada sumbu X dan nilai residual terstandarisasi (*Regression Standardized Residual*) pada sumbu Y. Model regresi dianggap tidak mengandung heteroskedastisitas jika titik-titik pada Scatterplot tersebar secara acak (*random*), tidak membentuk pola tertentu yang sistematis seperti pola melingkar, gelombang, atau linear, serta tersebar di atas dan di bawah angka nol dengan relatif merata (Priyatno, 2022).

I. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan tahap awal dalam rangkaian analisis data yang bertujuan untuk memberikan gambaran statistik dasar mengenai karakteristik distribusi skor setiap variabel penelitian. Menurut Azwar (2021), analisis deskriptif berfungsi untuk memperoleh ringkasan kuantitatif tentang kondisi data, seperti nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, dan rentang, yang kemudian menjadi landasan interpretasi sebelum pengujian hipotesis dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan pada seluruh variable yakni variabel *social comparison*, *self-esteem*, dan kesejahteraan psikologis. Dengan demikian, analisis deskriptif tidak bersifat inferensial, melainkan bersifat eksploratif dan deskriptif atas kondisi empiris variabel dalam sampel yang diteliti serta dapat menjelaskan gambaran awal dari karakteristik tiap variabel.

2. Kategorisasi

Kategorisasi adalah proses pengelompokan skor individu ke dalam beberapa kategori berdasarkan norma yang telah ditentukan. Tujuan dari kategorisasi ini adalah untuk mengidentifikasi proporsi subjek yang berada pada level rendah, sedang, atau tinggi dalam setiap

variabel yang diteliti, sehingga kondisi psikologis subjek dapat dipahami dengan lebih praktis dan bermakna, tidak hanya berdasarkan angka rata-rata (Azwar, 2021). Pengelompokan kategoris juga mempermudah penarikan implikasi praktis dari hasil penelitian, terutama dalam konteks pengembangan program intervensi.

Adapun rumus hitungannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10

Rumus Kategorisasi

Kategori	Rumus
Rendah	$X < M_{hipotetik} - 1 SD_{hipotetik}$
Sedang	$(M_{hipotetik} - 1 SD_{hipotetik}) \leq (M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik})$
Tinggi	$X > M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik}$

Dalam penelitian ini, kategorisasi dilakukan dengan menggunakan norma kelompok yang berbasis pada mean hipotetik dan standar deviasi hipotetik, bukan empiris. Azwar (2021) menjelaskan bahwa norma hipotetik lebih dianjurkan dibandingkan norma empiris jika peneliti ingin mendapatkan gambaran posisi individu secara absolut terhadap skala pengukuran yang digunakan, bukan hanya secara relatif terhadap sampel. Norma hipotetik bersifat konstan dan tidak tergantung pada karakteristik spesifik dari sampel yang diteliti, sehingga hasil kategorisasi dapat dibandingkan dengan lebih konsisten antar-penelitian.

Hasil dari kategorisasi kemudian disajikan dalam bentuk tabel frekuensi yang mencantumkan kriteria kategorisasi, norma skor, jumlah frekuensi, dan persentase untuk masing-masing kategori dari

setiap variabel. Selain tabel, visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran (pie chart) atau diagram batang (bar chart) juga disertakan untuk memudahkan pembacaan distribusi proporsi kategori secara intuitif. Representasi visual ini sangat penting untuk memberikan gambaran yang cepat dan jelas kepada pembaca mengenai kondisi umum variabel dalam sampel penelitian (Tabachnick & Fidell, 2019). Proses kategorisasi dilakukan secara manual berdasarkan output statistik deskriptif yang dihasilkan dari SPSS, kemudian ditabulasikan dan diinterpretasikan secara naratif.

3. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menganalisis arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik korelasi yang digunakan adalah Pearson Product Moment Correlation, yang merupakan metode korelasi parametrik paling umum dalam psikologi untuk mengukur hubungan linear antara dua variabel yang berskala interval atau rasio (Sugiyono, 2019). Korelasi Pearson menghasilkan koefisien korelasi (r) yang nilainya berkisar antara -1 hingga $+1$, di mana $+1$ menunjukkan hubungan positif sempurna, -1 menunjukkan hubungan negatif sempurna, dan 0 menunjukkan tidak adanya hubungan linear.

Interpretasi kekuatan korelasi dalam penelitian ini mengacu pada kriteria Guilford (dalam Sugiyono, 2019), sebagai berikut: $r = 0,00-0,20$ (sangat lemah), $r = 0,21-0,40$ (lemah), $r = 0,41-0,60$ (sedang), $r = 0,61-0,80$ (kuat), dan $r = 0,81-1,00$ (sangat kuat). Signifikansi korelasi ditentukan berdasarkan nilai $p < 0,01$ pada taraf kepercayaan 99%, atau $p < 0,05$ pada taraf kepercayaan 95%. Uji korelasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap tiga pasang variabel, yaitu: (1) *social comparison* dengan *self-esteem*; (2) *self-esteem* dengan kesejahteraan psikologis; dan (3) *social comparison* dengan

kesejahteraan psikologis. Hasil dari uji korelasi ini menjadi dasar awal sebelum dilakukan analisis mediasi yang lebih mendalam.

Pemilihan korelasi Pearson didasarkan pada terpenuhinya asumsi penggunaan metode ini, yaitu data yang berskala interval, hubungan antarvariabel yang bersifat linear, serta distribusi data yang mendekati normal. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi secara ketat, alternatif non-parametrik seperti korelasi Spearman dapat digunakan; namun dengan ukuran sampel yang besar ($n = 398$) dan distribusi data yang mendekati normal berdasarkan analisis grafis, korelasi Pearson tetap dianggap kuat dan tepat untuk digunakan (Field, 2018).

4. Uji Mediasi (PROCESS)

Uji mediasi dilakukan untuk memahami apakah *self-esteem* berfungsi sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *social comparison* dan *psychological well-being*. Secara konseptual, mediasi menjelaskan mekanisme atau proses bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen melalui variabel perantara. Dengan demikian, pengujian mediasi tidak hanya menilai ada atau tidaknya hubungan, tetapi juga menjelaskan jalur pengaruh dengan lebih komprehensif.

Dalam penelitian ini, analisis mediasi menggunakan PROCESS Macro Model 4 yang dikembangkan oleh Hayes (2018). Model 4 adalah model mediasi sederhana (*simple mediation*) yang menguji pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), serta pengaruh total (*total effect*) secara bersamaan.

Pemilihan PROCESS dibandingkan dengan metode mediasi klasik, seperti prosedur Baron dan Kenny atau Sobel Test, didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis. Pertama, pendekatan Baron dan Kenny (1986) mensyaratkan signifikansi hubungan langsung sebelum mediator dimasukkan, yang dalam perkembangan metodologi

statistik dinilai kurang sensitif dalam mendeteksi efek mediasi. Kedua, Sobel Test mengasumsikan distribusi normal pada efek tidak langsung, padahal distribusi tersebut sering kali tidak normal dalam data empiris (Hayes, 2018).

Sebaliknya, PROCESS menggunakan teknik *bootstrapping*, yaitu metode *resampling* yang tidak mensyaratkan asumsi normalitas pada distribusi efek tidak langsung. Teknik ini menghasilkan interval kepercayaan (*confidence interval*) yang lebih akurat dan memiliki kekuatan statistik lebih tinggi dibandingkan metode tradisional (Preacher & Hayes, 2008). Oleh karena itu, PROCESS dianggap lebih mumpuni dan direkomendasikan dalam penelitian psikologi kontemporer.

Signifikansi efek mediasi dalam penelitian ini ditentukan melalui *Bootstrapping Confidence Interval* (CI). Efek mediasi dianggap signifikan jika interval kepercayaan tidak mencakup angka 0. Apabila pengaruh langsung tetap signifikan setelah mediator dimasukkan, maka ini menunjukkan adanya *partial mediation*. Sebaliknya, jika pengaruh langsung menjadi tidak signifikan, maka ini menandakan terjadinya *full mediation* (Hayes, 2018).

Oleh karena itu, penggunaan PROCESS dalam penelitian ini dipilih karena lebih modern, menawarkan akurasi estimasi yang lebih baik, tidak bergantung pada asumsi normalitas efek tidak langsung, dan secara luas direkomendasikan dalam analisis mediasi berbasis regresi di bidang psikologi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan setelah semua instrumen penelitian dinyatakan layak melalui uji validitas dan reliabilitas. Pengambilan data dilaksanakan dari bulan Desember 2025 hingga Februari 2026 secara daring (online) menggunakan media Google Form. Rentang waktu ini dipilih untuk memberikan kesempatan yang cukup bagi responden dalam mengisi kuesioner serta memastikan jumlah sampel yang diperoleh memenuhi kebutuhan analisis penelitian. Pemilihan metode daring didasarkan pada karakteristik subjek penelitian yang merupakan mahasiswa Generasi Z dengan tingkat literasi digital yang tinggi serta aktif menggunakan perangkat elektronik dan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan Google Form dianggap lebih efisien, fleksibel, dan mampu menjangkau responden dalam jumlah besar tanpa batasan ruang dan waktu.

Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan jumlah populasi sekitar 25.000 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rumus Cochran yang umum digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi besar. Berdasarkan perhitungan dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 5%, jumlah minimal sampel yang direkomendasikan berada pada kisaran 378 responden setelah dilakukan koreksi populasi terbatas. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini berhasil mengumpulkan 405 responden, sehingga jumlah tersebut telah melampaui batas minimal yang dipersyaratkan secara statistik. Jumlah sampel yang melebihi batas minimal ini dinilai meningkatkan representativitas data serta memperkuat kekuatan statistik (*statistical power*) dalam analisis korelasi dan mediasi.

Dari total respons yang diterima selama periode pengambilan data, semua data terlebih dahulu menjalani proses penyaringan untuk memastikan kesesuaian dengan kriteria penelitian, yaitu mahasiswa aktif, termasuk dalam kategori Generasi Z, serta pengguna aktif aplikasi TikTok. Respons yang tidak memenuhi kriteria atau terindikasi tidak lengkap akan dieliminasi sebelum tahap analisis. Setelah proses seleksi tersebut, jumlah akhir subjek yang dianalisis tetap sebanyak 398 responden, yang dinilai telah memenuhi standar metodologis penelitian kuantitatif.

Prosedur pengambilan data dimulai dengan penyusunan kuesioner dalam bentuk Google Form yang mencakup lembar persetujuan partisipasi (*informed consent*), petunjuk pengisian, data demografis, serta item-item skala penelitian yang terdiri dari *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM), *Ryff Psychological Well-Being Scale*, dan *Rosenberg Self-Esteem Scale*. Tautan kuesioner kemudian disebarluaskan melalui media komunikasi mahasiswa seperti WhatsApp, Instagram, dan X. Peneliti berperan sebagai pelaksana utama dalam proses distribusi, pemantauan, dan pengumpulan data. Partisipasi dalam penelitian ini bersifat sukarela, anonim, dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Selama pelaksanaan penelitian pada periode Desember 2025 hingga Februari 2026, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, terutama pada tahap awal penyebaran kuesioner yang menunjukkan tingkat respons yang relatif rendah. Selain itu, karena pengisian dilakukan secara daring, peneliti tidak dapat mengontrol secara langsung kondisi lingkungan responden saat mengisi kuesioner, sehingga potensi bias respons tetap mungkin terjadi. Untuk mengatasi kendala tersebut, peneliti melakukan pengingat berkala (*reminder*) serta memperjelas instruksi pengisian agar responden mengisi kuesioner dengan jujur dan sesuai dengan kondisi diri mereka.

Secara keseluruhan, pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan dengan sistematis, memperhatikan aspek etika penelitian, serta memenuhi standar metodologis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel yang cukup untuk mendukung analisis mediasi dalam penelitian ini.

B. Gambaran Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z yang menggunakan aplikasi TikTok. Jumlah responden yang datanya dianalisis dalam penelitian ini mencapai 405 mahasiswa. Untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden, peneliti mengelompokkan data demografis berdasarkan jenis kelamin, usia, dan durasi penggunaan TikTok setiap harinya.

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

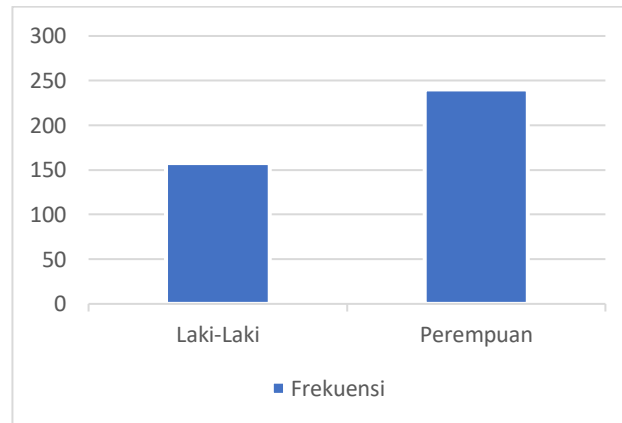
Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	158	39.7%
Perempuan	240	60.3%
Total	398	100%

Gambar 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan tabel dan grafik distribusi jenis kelamin responden, terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah mencapai 240 orang (60,3%), sementara responden laki-laki hanya berjumlah 158 orang (39,7%). Ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan dalam penelitian ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan responden laki-laki.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

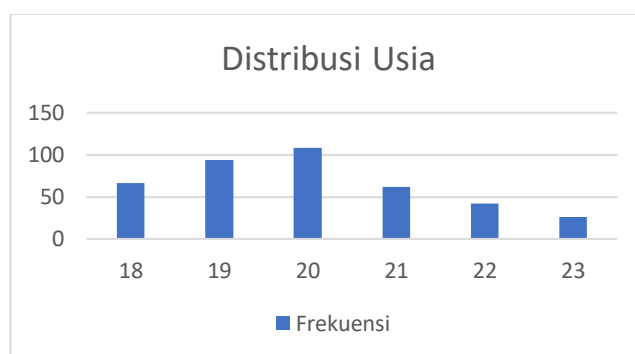
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 tahun	66	16.6%
19 tahun	94	23.6%
20 tahun	108	27.1%

21 tahun	62	15.6%
22 tahun	42	10.6%
23 tahun	26	6.5%
Total	398	100%

Gambar 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan tabel dan grafik distribusi usia responden, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berada dalam rentang usia 18 hingga 23 tahun. Mayoritas responden berusia 20 tahun, dengan jumlah 108 orang (27,1%), diikuti oleh responden berusia 19 tahun sebanyak 94 orang (23,6%), serta responden berusia 18 tahun yang berjumlah 66 orang (16,6%). Selanjutnya, responden berusia 21 tahun tercatat sebanyak 62 orang (15,6%), responden berusia 22 tahun sebanyak 42 orang (10,6%), dan responden berusia 23 tahun sebanyak 26 orang (6,5%).

Distribusi usia ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tahap perkembangan dewasa awal, yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Kelompok usia ini dikenal

cukup aktif dalam menggunakan media sosial, termasuk aplikasi TikTok. Oleh karena itu, karakteristik usia responden dianggap relevan dengan fokus penelitian yang mengkaji hubungan antara *social comparison* dalam penggunaan TikTok, *self-esteem*, dan *psychological well-being* di kalangan mahasiswa Generasi Z.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok

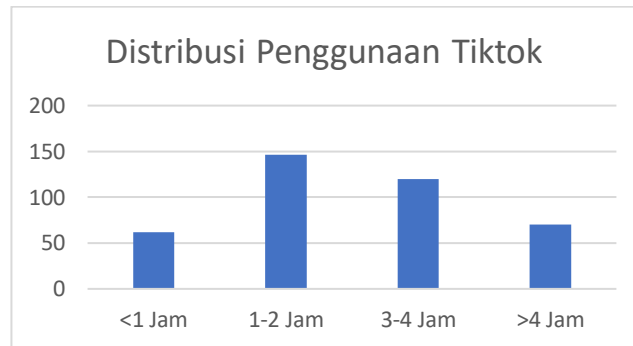
Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok

Intensitas Penggunaan TikTok	Frekuensi	Persentase
< 1 jam	62	15.6%
1 – 2 jam	146	36.7%
3 – 4 jam	120	30.2%
> 4 jam	70	17.5%
Total	398	100%

Gambar 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok



Berdasarkan tabel distribusi intensitas penggunaan TikTok, sebagian besar responden menggunakan aplikasi TikTok antara 1 hingga 2 jam setiap harinya, yaitu sebanyak 146 orang (36,7%). Selanjutnya, terdapat 120 orang (30,2%) responden yang menggunakan TikTok selama 3 hingga 4 jam per hari. Sementara itu, 70 orang (17,5%) responden menggunakan TikTok lebih dari 4 jam dalam sehari, dan 62 orang (15,6%) responden menggunakan TikTok kurang dari 1 jam per hari. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat penggunaan TikTok yang cukup tinggi dalam aktivitas sehari-hari.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 4.4

Analisis Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Social_Comparison</i>	398	33.00	11.00	44.00	33.6156	7.50821
<i>Self_Esteem</i>	398	30.00	10.00	40.00	31.5352	5.88663

Kesejahteraan_Psikologis	398	54.00	18.00	72.00	56.0905	11.22573
Valid N (listwise)	398					

Hasil analisis deskriptif yang disajikan pada Tabel 4.4 memberikan gambaran statistik dasar mengenai ketiga variabel utama penelitian, yaitu *social comparison* (SC), kesejahteraan psikologis (*psychological well-being/PWB*), dan *self-esteem* (SE). Gambaran deskriptif ini menjadi landasan awal dalam memahami kondisi rata-rata responden sebelum dilakukan analisis lanjutan berupa kategorisasi, uji korelasi, dan uji mediasi.

Variabel *social comparison* memperoleh nilai rata-rata empiris (*mean empiris*) sebesar 33,62 dengan standar deviasi sebesar 7,51, nilai minimum 11,00 dan nilai maksimum 44,00 sehingga menghasilkan rentang (*range*) sebesar 33,00. Apabila dibandingkan dengan nilai rata-rata hipotetik variabel ini yang dihitung dari jumlah item dikali titik tengah skala, yaitu sebesar 27,5, maka nilai rata-rata empiris sebesar 33,62 berada di atas rata-rata hipotetik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa secara umum tingkat *social comparison* responden dalam penelitian ini lebih tinggi dari rata-rata teoritis instrumen, yang bermakna bahwa mahasiswa pengguna TikTok dalam sampel penelitian ini cenderung lebih sering melakukan *social comparison* dibandingkan standar rata-rata yang diharapkan dari skala pengukuran yang digunakan. Standar deviasi sebesar 7,51 yang melampaui standar deviasi hipotetik sebesar 5,5 juga menunjukkan adanya keragaman atau variabilitas yang cukup besar di antara responden dalam intensitas perilaku *social comparison* mereka (Azwar, 2021).

Variabel kesejahteraan psikologis memperoleh nilai rata-rata empiris sebesar 56,09 dengan standar deviasi 11,23, nilai minimum 18,00 dan nilai maksimum 72,00 dengan rentang sebesar 54,00. Nilai

rata-rata empiris ini secara signifikan melampaui nilai rata-rata hipotetik sebesar 45,00, yang menunjukkan bahwa kondisi kesejahteraan psikologis responden secara keseluruhan berada pada taraf yang relatif baik atau tinggi dibandingkan standar teoretis instrumen. Kesejahteraan psikologis dalam konteks penelitian ini mengacu pada konsep *psychological well-being* yang dikembangkan oleh Ryff, yang mencakup enam dimensi yaitu penerimaan diri, relasi positif dengan orang lain, otonomi, penguasaan lingkungan, tujuan hidup, dan pertumbuhan pribadi (Ryff dalam Kurniasari & Dewi, 2022). Tingginya nilai rata-rata ini dapat merefleksikan bahwa mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki dukungan lingkungan akademik dan sosial yang cukup kondusif bagi perkembangan psikologis mereka, meskipun secara bersamaan mereka juga terpapar intensitas *social comparison* yang tinggi melalui TikTok.

Variabel *self-esteem* memperoleh nilai rata-rata empiris sebesar 31,54 dengan standar deviasi 5,89, nilai minimum 10,00 dan nilai maksimum 40,00 dengan rentang sebesar 30,00. Nilai rata-rata empiris ini berada di atas nilai rata-rata hipotetik sebesar 25,00, mengindikasikan bahwa secara umum responden memiliki tingkat *self-esteem* yang cenderung tinggi dibandingkan rata-rata teoretis instrumen. *Self-esteem* merujuk pada evaluasi keseluruhan individu terhadap nilai dan kemampuan dirinya, yang menjadi penentu fundamental dalam respons individu terhadap berbagai situasi sosial dan tekanan psikologis (Rosenberg dalam Fadillah & Laksmiwati, 2022). Nilai standar deviasi empiris sebesar 5,89 yang sedikit melampaui standar deviasi hipotetik sebesar 5,00 menandakan adanya variasi yang relatif normal dalam distribusi skor *self-esteem* responden, dengan sebagian kecil yang memiliki harga diri rendah dan sebagian besar yang memiliki tingkat *self-esteem* tinggi hingga sangat tinggi.

2. Kategorisasi

Kategorisasi dilakukan dengan menggunakan norma kelompok berbasis mean dan standar deviasi hipotetik, mengikuti formula: Rendah apabila skor $X < (M-SD)$, Sedang apabila $(M-SD) \leq X \leq (M+SD)$, dan Tinggi apabila $X > (M+SD)$. Pendekatan norma hipotetik dipilih karena lebih bersifat absolut dan tidak bergantung pada karakteristik sampel tertentu, sehingga lebih tepat digunakan untuk memberikan gambaran kondisi variabel yang sesungguhnya pada populasi (Azwar, 2021).

Tabel 4.5

Rumus Kategorisasi Data

Kategori	Rumus
Rendah	$X < M_{hipotetik} - 1 SD_{hipotetik}$
Sedang	$(M_{hipotetik} - 1 SD_{hipotetik}) \leq (M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik})$
Tinggi	$X > M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik}$

Tabel 4.6

Analisis Deskriptif Kategorisasi

VAR	MIN	MAX	TOTAL	MEAN	RANGE	SD
SC	11	44	55	27,5	33	5,5
SE	10	40	50	25	30	5
PWB	18	72	90	45	54	9

a. Kategorisasi Data *Social Comparison*

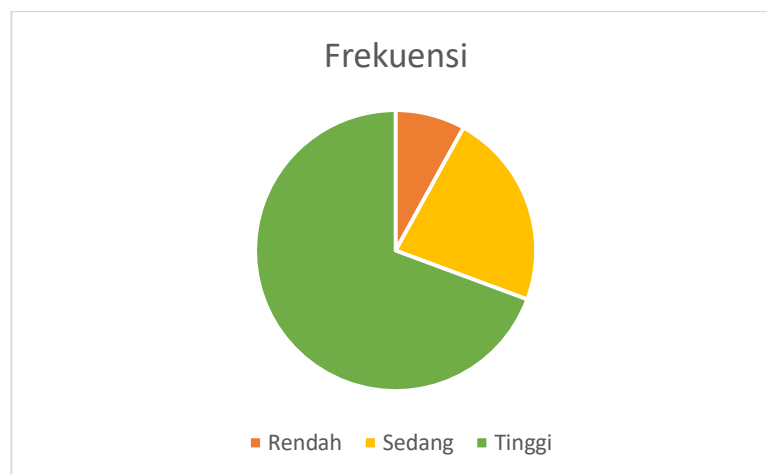
Tabel 4.7

Kategorisasi Data *Social Comparison*

Kategori	Kriteria	Norma	Frekuensi	Presentase
Rendah	$X < 27,5 - 5,5$	< 22	32	8%
Sedang	$27,5 - 5,5 \leq X < 27,5 + 5,5$	$22 - 33$	90	22,6%
Tinggi	$X \geq 27,5 + 5,5$	> 33	276	69,3%
Total			398	100%

Gambar 4.4

Kategorisasi Data *Social Comparison*



Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel 4.7 sekaligus gambar 4.4, distribusi responden pada variabel *social comparison* menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yakni sebanyak 276 orang atau 69,3% dari total sampel, berada pada kategori tinggi. Selanjutnya, 90 orang atau 22,6% berada pada kategori sedang, dan hanya 32 orang atau 8,0% yang termasuk dalam kategori rendah. Dengan demikian, hampir tujuh dari sepuluh

mahasiswa dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai individu yang sering atau intensif melakukan *social comparison* dalam aktivitas penggunaan TikTok mereka sehari-hari.

Tingginya proporsi responden yang berada di kategori *social comparison* tinggi ini dapat dipahami dalam konteks karakteristik ekosistem konten TikTok yang secara algoritmik dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna. Mulyani dan Cahyono (2022) menjelaskan bahwa fitur *For You Page* (FYP) pada TikTok menggunakan sistem rekomendasi berbasis kecerdasan buatan yang secara konsisten menyajikan konten paling viral dan diminati, yang seringkali merupakan konten yang menampilkan standar kecantikan, kemewahan gaya hidup, kesuksesan karier, dan pencapaian sosial yang tidak representatif. Paparan berulang terhadap konten-konten semacam ini memicu proses evaluasi diri secara tidak sadar pada pengguna, di mana individu membandingkan kondisi nyata kehidupannya dengan standar ideal yang ditampilkan oleh orang lain di platform tersebut. Festinger (dalam Puteri & Trihandayani, 2022) dalam teorinya tentang *social comparison* menyatakan bahwa dorongan untuk membandingkan diri dengan orang lain merupakan motivasi dasar manusia yang muncul khususnya ketika terdapat ketidakpastian dalam mengevaluasi kemampuan dan opini diri sendiri, dan media sosial menyediakan arena *social comparison* yang hampir tanpa batas.

Hanya 8,0% responden yang berada pada kategori *social comparison* rendah, sementara sisanya berada pada kategori sedang hingga tinggi. Pola distribusi yang sangat condong ke arah tinggi ini mengindikasikan bahwa TikTok sebagai platform secara inheren memiliki potensi yang besar sebagai pemicu *social comparison* di kalangan mahasiswa Generasi Z, terlepas dari

perbedaan karakteristik individual. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa desain platform media sosial modern, termasuk TikTok, secara struktural mendorong perilaku *social comparison* pada penggunaanya (Annisa & Herdiana, 2023).

b. Kategorisasi Data *Self-Esteem*

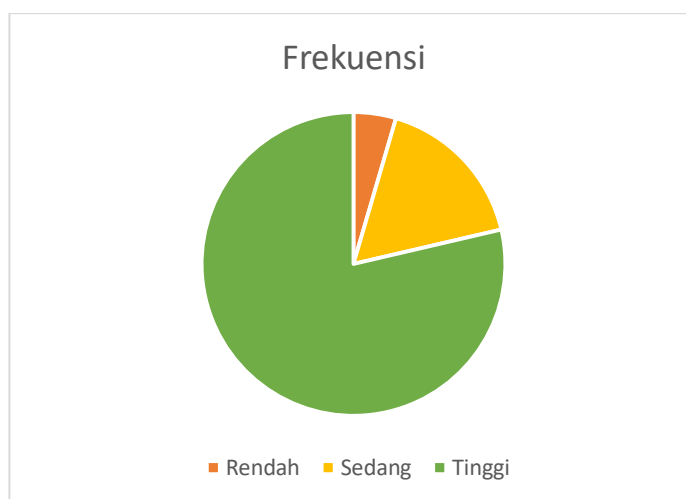
Tabel 4.8

Kategorisasi Data *Self-Esteem*

Kategori	Kriteria	Norma	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 25 - 5$	< 20	18	4,5%
Sedang	$25 - 5 \leq X < 25 + 5$	$20 - 30$	67	16,8%
Tinggi	$X \geq 25 + 5$	> 35	313	78,6%
Total			398	100%

Gambar 4.5

Kategorisasi Data *Self-Esteem*



Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel 4.8 sekaligus gambar 4.5, variabel *self-esteem* menunjukkan distribusi yang sangat condong ke arah kategori tinggi. Sebanyak 313 orang atau

78,6% responden berada pada kategori *self-esteem* tinggi, 67 orang atau 16,8% berada pada kategori sedang, dan hanya 18 orang atau 4,5% yang termasuk dalam kategori rendah. Pola distribusi ini menunjukkan bahwa hampir delapan dari sepuluh mahasiswa dalam penelitian ini memiliki penilaian diri yang positif dan harga diri yang relatif kuat.

Self-esteem yang tinggi pada sebagian besar responden ini memiliki implikasi teoritis yang penting dalam kerangka penelitian. Fadillah dan Laksmiwati (2022) menyatakan bahwa individu dengan *self-esteem* tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memproses informasi sosial secara selektif dan kritis, termasuk dalam menyikapi konten-konten di media sosial yang berpotensi memicu perasaan inferior atau tidak berharga. Mahasiswa dengan harga diri yang kuat cenderung tidak mendefinisikan nilai diri mereka semata-mata berdasarkan perbandingan dengan orang lain, sehingga dampak negatif dari *social comparison* di TikTok dapat dimoderasi secara efektif oleh mekanisme pertahanan psikologis internal ini.

Sebaliknya, kelompok 4,5% responden yang berada pada kategori *self-esteem* rendah merupakan kelompok yang paling rentan terhadap dampak destruktif dari *social comparison* di media sosial. Penelitian Puteri dan Trihandayani (2022) menunjukkan bahwa individu dengan harga diri rendah lebih mudah terinternalisasi standar-standar tidak realistis yang ditampilkan di platform seperti TikTok, sehingga penggunaan yang intens dapat berujung pada perasaan tidak berharga, rendah diri, kecemasan sosial, dan penurunan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan. Dengan demikian, tingginya *self-esteem* pada mayoritas responden dalam penelitian ini menjadi salah satu faktor penjas mengapa kondisi kesejahteraan psikologis mereka juga berada pada kategori

yang tinggi meskipun intensitas *social comparison* mereka juga tinggi.

c. Kategorisasi Data *Psychological Well-Being*

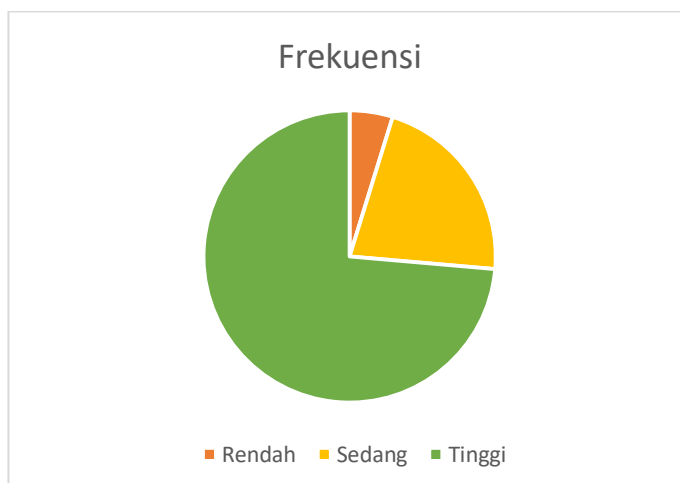
Tabel 4.9

Kategorisasi Data *Psychological Well-Being*

Kategori	Kriteria	Norma	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 45 - 9$	< 34	19	4,8%
Sedang	$45 - 9 \leq X < 45 + 9$	$34 - 54$	86	21,6%
Tinggi	$X \geq 45 + 9$	> 54	293	73,6%
Total			398	100%

Gambar 4.6

Kategorisasi Data Kesejahteraan Psikologis



Hasil kategorisasi kesejahteraan psikologis yang tersaji pada tabel 4.9 sekaligus gambar 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 293 orang atau 73,6%, berada pada kategori tinggi. Sebanyak 86 orang atau 21,6% berada pada kategori sedang, dan hanya 19 orang atau 4,8% yang termasuk dalam kategori rendah. Distribusi ini menggambarkan bahwa

secara umum kondisi kesejahteraan psikologis mahasiswa dalam penelitian ini berada pada taraf yang baik, di mana sebagian besar responden memiliki fungsi psikologis positif yang mencakup aspek penerimaan diri, tujuan hidup yang jelas, kemampuan pertumbuhan personal, dan hubungan interpersonal yang bermakna.

Tingginya persentase responden yang berada dalam kategori kesejahteraan psikologis tinggi dapat dijelaskan melalui beberapa faktor kontekstual. Pertama, lingkungan akademik universitas berbasis nilai keislaman seperti UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menyediakan dukungan spiritual dan komunitas sosial yang kondusif bagi perkembangan psikologis mahasiswanya. Kedua, Kurniasari dan Dewi (2022) menyatakan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas dan orientasi nilai yang kuat cenderung lebih resilien dalam menghadapi tekanan psikologis dari media sosial. Ketiga, tingginya nilai *self-esteem* yang ditemukan secara bersamaan dalam penelitian ini, di mana 78,6% responden berada pada kategori tinggi—memberikan fondasi psikologis yang kuat dalam menjaga kondisi kesejahteraan psikologis meskipun intensitas *social comparison* juga tinggi.

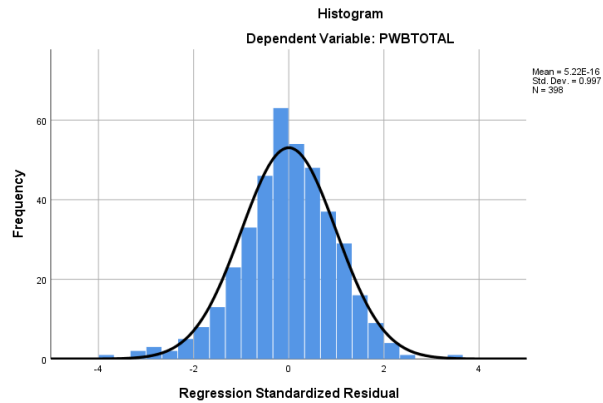
Meskipun demikian, keberadaan 4,8% responden yang berada pada kategori kesejahteraan psikologis rendah dan 21,6% pada kategori sedang tetap perlu mendapat perhatian. Hasanah dan Hidayati (2022) memperingatkan bahwa kondisi psikologis yang berada pada batas rendah-sedang merupakan indikator kerentanan yang perlu diantisipasi, mengingat penggunaan TikTok yang intensif berpotensi memperburuk kondisi ini apabila paparan terhadap *social comparison* yang tidak sehat terus berlanjut tanpa adanya mekanisme regulasi diri yang memadai.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Histogram

Gambar 4.7

Uji Normalitas (Histogram)

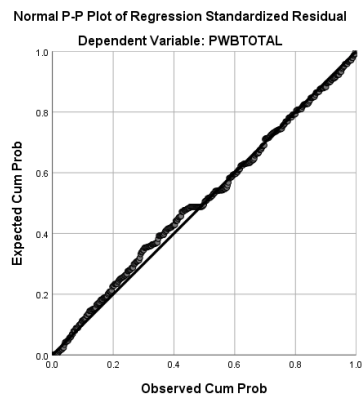


Berdasarkan analisis grafis yang dilakukan, histogram residual terstandarisasi menunjukkan kurva yang menyerupai bentuk lonceng (*bell-shaped curve*) dan terpusat pada nilai nol dengan mean sebesar 5,23E-16 (mendekati nol) serta standar deviasi sebesar 0,997 (mendekati 1). Pola distribusi ini secara visual menunjukkan bahwa residual model terdistribusi mendekati normal (Ghozali, 2021).

b. P-P Plot

Gambar 4.8

Uji Normalitas (P-P Plot)



Sementara itu, hasil Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik sebaran data (*observed cumulative probability*) mengikuti dan bergerak sangat dekat dengan garis diagonal referensi (*expected cumulative probability*) dari sudut kiri bawah ke kanan atas. Kesesuaian antara titik-titik data dengan garis diagonal ini memberikan indikasi visual yang kuat bahwa residual model terdistribusi secara normal (Priyatno, 2022). Tidak ada penyimpangan signifikan dari garis diagonal, sehingga asumsi normalitas secara grafis dapat dinyatakan terpenuhi.

c. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 4.10

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		398
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.52774173
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.024
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan nilai *Test Statistic* sebesar 0,051 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,016. Secara formal, nilai signifikansi ini berada di bawah taraf 0,05 ($p = 0,016 < 0,05$), yang dalam interpretasi konvensional menunjukkan bahwa distribusi residual secara statistik berbeda dari distribusi normal. Namun, perlu dicatat bahwa uji Kolmogorov-Smirnov dikenal sangat

sensitif terhadap ukuran sampel (*sample size sensitivity*): pada ukuran sampel yang besar ($n > 200$), uji ini cenderung menolak hipotesis normalitas bahkan untuk data yang secara praktis mendekati normal, karena perbedaan kecil yang tidak bermakna secara substansial tetap terdeteksi sebagai signifikan secara statistik (Field, 2018; Razali & Wah, 2011).

Dengan jumlah sampel $n = 398$ dalam penelitian ini, kondisi tersebut sangat mungkin terjadi. Oleh karena itu, penilaian normalitas tidak dapat didasarkan semata-mata pada hasil uji K-S, melainkan harus diintegrasikan dengan analisis grafis. Mengacu pada prinsip yang dikemukakan oleh Ghozali (2021), apabila terdapat kontradiksi antara hasil uji statistik dan analisis grafis pada sampel besar, maka analisis grafis, terutama Normal P-P Plot dianggap sebagai indikator yang lebih andal. Dalam penelitian ini, Normal P-P Plot menunjukkan distribusi residual yang sangat mendekati garis diagonal, sehingga asumsi normalitas residual dinyatakan terpenuhi secara praktis dan model regresi layak untuk diinterpretasikan lebih lanjut.

d. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.032	1.809		3.888	.000		
<i>Social Comparison</i>	.488	.065	.326	7.561	.000	.460	2.175

<i>Self-Esteem</i>	1.036	.082	.543	12.588	.000	.460	2.175
--------------------	-------	------	------	--------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

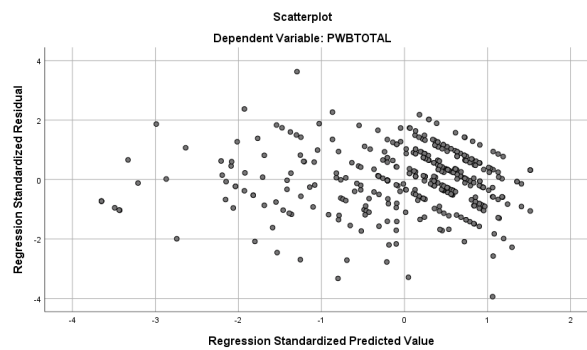
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang tersaji pada Tabel 2, kedua variabel prediktor dalam model, yaitu *social comparison* dan *self-esteem* yang menunjukkan nilai Tolerance yang identik, yaitu sebesar 0,460 dan nilai VIF sebesar 2,175. Nilai Tolerance sebesar 0,460 berada jauh di atas ambang batas 0,10, dan nilai VIF sebesar 2,175 berada jauh di bawah ambang batas 10. Kesamaan nilai Tolerance dan VIF pada kedua prediktor terjadi karena keduanya merupakan satu-satunya pasangan prediktor dalam model, sehingga nilai kolinearitas yang dihitung bersifat simetris.

Nilai VIF sebesar 2,175 dapat diinterpretasikan bahwa variansi dari estimasi koefisien regresi masing-masing prediktor hanya mengalami inflasi sebesar 2,175 kali dibandingkan apabila tidak terdapat korelasi antarprediktor sama sekali. Angka ini tergolong rendah dan masih sangat jauh dari ambang batas kritis. Dengan demikian, tidak terdapat masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model regresi penelitian ini, dan estimasi koefisien regresi dapat dinyatakan stabil serta dapat diandalkan untuk interpretasi lebih lanjut (Ghozali, 2021).

e. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.9

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil Scatterplot yang diperoleh, titik-titik sebaran data terlihat menyebar secara acak (*random*) dan tidak membentuk pola tertentu yang sistematis, seperti pola memusar (*funnel*), pola gelombang, atau pola linear yang jelas. Titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (sumbu residual) dengan relatif merata, dan tidak terkonsentrasi hanya pada satu sisi. Pola sebaran yang acak dan tidak terstruktur ini menunjukkan indikasi kuat bahwa variansi residual bersifat konstan (homoskedastis) di sepanjang rentang nilai prediksi (Ghozali, 2021). Oleh karena itu, asumsi homoskedastisitas dalam model regresi penelitian ini dinyatakan terpenuhi.

Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak dan valid untuk digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis, uji korelasi, maupun analisis mediasi. Estimasi koefisien yang dihasilkan bersifat tidak bias, konsisten, dan efisien (BLUE), sehingga kesimpulan yang diambil dari analisis statistik selanjutnya dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis (Ghozali, 2021).

4. Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* untuk menganalisis arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini. Interpretasi kekuatan korelasi mengacu pada kriteria Guilford (dalam Sugiyono, 2022), di mana nilai $r = 0,00-0,20$ dikategorikan sangat lemah, $r = 0,21-0,40$ lemah, $r = 0,41-0,60$ sedang, $r = 0,61-0,80$ kuat, dan $r = 0,81-1,00$ sangat kuat. Signifikansi korelasi ditentukan berdasarkan nilai $p < 0,01$ yang menunjukkan hubungan yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%.

- a. Korelasi *Social Comparison* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Self-Esteem*

Tabel 4.12

Uji Korelasi *Social Comparison* terhadap Aplikasi Tiktok terhadap *Self-Esteem*

		<i>Social_Comparison</i>	<i>Self_Esteem</i>
<i>Social_Comparison</i>	Pearson Correlation	1	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
<i>Self_Esteem</i>	Pearson Correlation	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi *Pearson* antara variabel *social comparison* dan *self-esteem* yang disajikan pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,735$ dengan

nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Nilai korelasi sebesar 0,735 termasuk dalam kategori kuat berdasarkan kriteria Guilford, dan arah korelasi yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas perilaku *social comparison* yang dilakukan mahasiswa saat menggunakan TikTok, maka semakin tinggi pula tingkat *self-esteem* mereka, begitu pula sebaliknya. Hubungan ini bersifat signifikan secara statistik pada taraf kepercayaan 99%, yang berarti kemungkinan hubungan ini terjadi secara kebetulan sangat kecil.

Arah korelasi positif antara kedua variabel ini memerlukan pemahaman yang lebih mendalam agar tidak terjadi kesalahan interpretasi. Mulyani dan Cahyono (2022) menjelaskan bahwa *social comparison* tidak selalu menghasilkan dampak negatif terhadap harga diri individu. Terdapat dua tipe utama *social comparison*, yaitu *upward comparison* (membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih baik) dan *downward comparison* (membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih rendah). Apabila yang dominan dilakukan oleh responden adalah *downward comparison* atau *inspirational upward comparison* di mana individu menggunakan figur yang lebih sukses sebagai sumber motivasi dan aspirasi, bukan sebagai ukuran kegagalan diri, maka dampaknya terhadap harga diri justru cenderung positif.

Selain itu, penelitian Ramadhani dan Nurdibyanandaru (2022) menemukan bahwa pada kelompok mahasiswa dengan latar belakang akademik yang positif, proses *social comparison* di media sosial justru kerap berfungsi sebagai stimulan untuk peningkatan diri, di mana mahasiswa menggunakan standar pencapaian orang lain sebagai *benchmark* yang mendorong motivasi berprestasi. Dalam konteks demikian, semakin aktif mahasiswa melakukan *social comparison*, semakin termotivasi

pula mereka untuk berkembang dan meningkatkan kualitas diri, yang pada akhirnya berkorelasi dengan peningkatan *self-esteem*. Temuan ini konsisten dengan data kategorisasi yang menunjukkan bahwa meskipun 69,3% responden berada pada kategori *social comparison* tinggi, 78,6% di antaranya juga memiliki *self-esteem* yang tinggi.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Pratiwi dan Ariana (2023) yang dilakukan pada mahasiswa pengguna media sosial di Universitas Airlangga. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa *social comparison* yang bersifat konstruktif, yakni perbandingan yang diorientasikan sebagai motivasi eksternal yang berkorelasi positif dan signifikan dengan peningkatan *self-esteem* ($r = 0,691, p < 0,01$). Sejalan dengan itu, Kurniawati dan Susanto (2023) dalam penelitiannya terhadap pengguna aktif TikTok di kalangan remaja akhir menemukan bahwa individu dengan kecenderungan *downward social comparison* secara konsisten menunjukkan skor harga diri yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang cenderung melakukan *upward comparison* secara maladaptif. Kedua temuan ini memperkuat simpulan bahwa arah dan jenis perbandingan sosial yang dilakukan merupakan faktor penentu utama dalam hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*, sehingga korelasi positif yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dipahami secara teoretis maupun empiris.

b. Korelasi *Self-Esteem* terhadap *Psychological Well-Being*

Tabel 4.13

Uji Korelasi *Self-Esteem* terhadap *Psychological Well-Being*

		<i>Self_Esteem</i>	<i>Psychological Well-Being</i>
<i>Self_Esteem</i>	Pearson Correlation	1	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
<i>Psychological Well-Being</i>	Pearson Correlation	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi *Pearson* antara variabel *self-esteem* dan *psychological well-being* menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,783$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), sebagaimana tersaji pada Tabel 4.9. Nilai korelasi ini merupakan yang tertinggi di antara semua pasangan variabel dalam penelitian ini dan termasuk dalam kategori kuat berdasarkan kriteria Guilford. Arah korelasi yang positif bermakna bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* seorang mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat *psychological well-being*, dan sebaliknya.

Temuan ini sangat konsisten dengan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Fadillah dan Laksmiwati (2022) secara tegas menyatakan bahwa *self-esteem* merupakan prediktor

psikologis yang paling konsisten dan robust terhadap kesejahteraan psikologis individu lintas berbagai konteks dan budaya. Individu dengan harga diri yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menerima diri sendiri secara apa adanya (penerimaan diri), menjalin hubungan interpersonal yang sehat dan bermakna (relasi positif), memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi tantangan (otonomi dan penguasaan lingkungan), memiliki visi dan tujuan hidup yang jelas (tujuan hidup), serta senantiasa terbuka terhadap pengalaman baru yang mendukung perkembangannya (pertumbuhan pribadi). Keenam aspek tersebut merupakan dimensi inti dari konstruk kesejahteraan psikologis model Ryff yang digunakan dalam penelitian ini.

Besarnya nilai korelasi $r = 0,783$ juga menandakan bahwa secara statistik, *self-esteem* mampu menjelaskan sekitar 61,3% variansi dalam kesejahteraan psikologis ($r^2 = 0,613$), yang merupakan proporsi yang sangat besar dalam penelitian psikologi. Dengan demikian, hubungan antara harga diri dan kesejahteraan psikologis bukan sekadar hubungan yang bersifat kebetulan atau marginal, melainkan merupakan keterkaitan yang sangat erat dan fundamental dalam struktur psikologis individu (Annisa & Herdiana, 2023).

Bukti empiris dari konteks Indonesia turut memperkuat temuan ini. Wulandari dan Martani (2023) dalam penelitiannya pada mahasiswa tingkat akhir di Universitas Gadjah Mada menemukan korelasi positif yang sangat kuat antara *self-esteem* dan *psychological well-being* ($r = 0,762$, $p < 0,01$), dengan dimensi penerimaan diri dan pertumbuhan pribadi sebagai aspek kesejahteraan psikologis yang paling kuat diprediksi oleh tingkat harga diri. Hasil senada juga diperoleh oleh Hidayah dan Rahardjo (2022) yang meneliti mahasiswa perantau di Kota Malang, di mana

individu dengan *self-esteem* tinggi terbukti memiliki kemampuan adaptasi psikologis yang lebih baik sehingga secara signifikan memperoleh skor *psychological well-being* yang lebih tinggi ($r = 0,748, p < 0,01$). Kedua penelitian tersebut mengonfirmasi bahwa peran sentral harga diri dalam membentuk kesejahteraan psikologis merupakan fenomena yang konsisten ditemukan pada populasi mahasiswa Indonesia, terlepas dari latar belakang institusi maupun karakteristik demografis yang beragam.

c. Korelasi *Social Comparison* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Psychological well-being*

Tabel 4.14

Uji Korelasi *Social Comparison* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Psychological Well-Being*

		<i>Social_Comparison</i>	<i>Psychological Well-Being</i>
<i>Social_Comparison</i>	Pearson Correlation	1	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
<i>Psychological Well-Being</i>	Pearson Correlation	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi *Pearson* antara variabel *social comparison* dan *psychological well-being* menunjukkan nilai

koefisien korelasi sebesar $r = 0,725$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), sebagaimana tersaji pada Tabel 4.10. Nilai korelasi ini termasuk kategori kuat dengan arah positif, yang berarti terdapat hubungan searah antara intensitas *social comparison* dan tingkat *psychological well-being* responden: semakin tinggi tingkat *social comparison* di TikTok, semakin tinggi pula *psychological well-being* mahasiswa.

Hubungan positif antara *social comparison* dan kesejahteraan psikologis ini secara superfisial tampak bertentangan dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya yang melaporkan arah negatif. Namun, Dewi dan Savira (2022) mengingatkan bahwa arah dan besaran dampak *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis sangat bergantung pada konteks budaya, karakteristik sampel, jenis konten yang dikonsumsi, serta orientasi dalam melakukan perbandingan. Dalam penelitian ini, kemungkinan besar responden yang memiliki *self-esteem* tinggi—yang menjadi mayoritas dalam sampel—memiliki pola *social comparison* yang lebih bersifat konstruktif dan motivasional. Nilai korelasi $r = 0,725$ ini menjelaskan sekitar 52,6% variansi dalam kesejahteraan psikologis ($r^2 = 0,526$), namun perlu dicatat bahwa korelasi ini merupakan hubungan bivariat yang belum memperhitungkan peran variabel mediator, sehingga perlu diinterpretasikan lebih lanjut melalui analisis mediasi pada subbab berikutnya.

Penelitian dari konteks Indonesia juga memberikan dukungan empiris terhadap temuan ini. Anggraeni dan Mastuti (2023) yang meneliti mahasiswa pengguna aktif TikTok di Surabaya menemukan korelasi positif signifikan antara frekuensi *social comparison* di media sosial dan skor *psychological well-being* pada kelompok dengan *self-esteem* di atas rata-rata ($r =$

0,703, $p < 0,01$), dan mengidentifikasi bahwa jenis konten inspirasional serta edukatif yang banyak dikonsumsi responden menjadi moderator penting yang mengubah *social comparison* dari potensi ancaman menjadi sumber motivasi. Sementara itu, Fitriani dan Permatasari (2022) dalam studi mereka terhadap mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi di Jawa Tengah menemukan bahwa *social comparison* yang dilakukan secara adaptif, yaitu dengan menjadikan orang lain sebagai referensi positif tanpa merendahkan diri sendiri yang berkorelasi dengan dimensi *personal growth* dan *purpose in life* yang merupakan komponen kunci kesejahteraan psikologis model Ryff. Kedua penelitian ini secara konsisten menegaskan bahwa hubungan antara *social comparison* dan *psychological well-being* pada populasi mahasiswa Indonesia tidak bersifat inheren negatif, melainkan sangat ditentukan oleh pola dan orientasi perbandingan yang dilakukan individu.

5. Hasil Uji Mediasi

Uji mediasi dalam penelitian ini dilakukan menggunakan PROCESS Macro untuk SPSS versi 4.2 yang dikembangkan oleh Hayes (2022), dengan mengacu pada Model 4 yang merupakan model mediasi sederhana (*simple mediation*). Dalam model ini, variabel bebas (X) adalah *social comparison* (SC), variabel mediator (M) adalah *self-esteem* (SE), dan variabel terikat (Y) adalah kesejahteraan psikologis (PWB). Pengujian menggunakan metode *bootstrapping* dengan 5.000 replikasi sampel pada taraf kepercayaan 95%. Metode *bootstrapping* dipilih karena tidak mensyaratkan distribusi normal pada efek tidak langsung, sehingga memberikan estimasi yang lebih akurat dan robust dibandingkan metode konvensional seperti uji Sobel (Wahyuni & Prasetyo, 2022).

Analisis mediasi mencakup tiga jalur utama yang akan diinterpretasikan secara terpisah: (a) pengaruh SC terhadap SE sebagai mediator, (b) pengaruh SC dan SE secara bersama-sama terhadap PWB,

serta (c) ringkasan efek total, efek langsung, dan efek tidak langsung yang menentukan jenis mediasi yang terjadi.

a. Jalur A : Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Self-Esteem*

Tabel 4.15

Jalur A : Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Self-Esteem*

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,735	,540	15,975	465,151	1,000	396,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	12,165	,920	13,220	,000	10,356	13,974
<i>Social Comparison</i>	,576	,027	21,567	,000	,524	,629

Standardized coefficients	
	coeff
<i>Social Comparison</i>	,735

Hasil analisis jalur a yang disajikan pada Tabel 4.11 dan 4.12 menunjukkan bahwa *social comparison* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *self-esteem* ($b = 0,576$; $SE = 0,027$; $t = 21,567$; $p = 0,000$). Nilai koefisien tidak terstandar sebesar 0,576 bermakna bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor *social comparison* diikuti oleh peningkatan sebesar 0,576 satuan pada skor *self-esteem*, dengan asumsi variabel lain dikendalikan. Koefisien standar (β) sebesar 0,735 menunjukkan besarnya kontribusi relatif SC terhadap SE dalam satuan yang dapat dibandingkan.

Model regresi pada jalur ini memiliki nilai $R^2 = 0,540$, yang berarti variabel *social comparison* mampu menjelaskan sebesar 54,0% variansi pada variabel *self-esteem*, sementara 46,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model. Nilai $F = 465,151$ dengan $p = 0,000$ mengkonfirmasi bahwa model regresi ini signifikan secara statistik. Rentang *confidence interval* 95% untuk koefisien SC berada antara 0,524 dan 0,629 dan tidak mencakup nilai nol, yang semakin memperkuat signifikansi jalur ini. Temuan pada jalur a ini konsisten dengan penjelasan bahwa *social comparison* dalam konteks TikTok yang dilakukan oleh mahasiswa dengan latar belakang *self-esteem* yang cenderung tinggi lebih berfungsi sebagai mekanisme motivasional yang pada akhirnya berkontribusi pada penguatan harga diri, bukan sebaliknya (Ramadhani & Nurdibyanandaru, 2022).

- b. Jalur b dan c': Pengaruh *Self-Esteem* dan *Social Comparison* terhadap *Psychological Well-Being*

Tabel 4.16

Jalur b dan c': Pengaruh *Self-Esteem* dan *Social Comparison* terhadap *Psychological Well-Being*

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,814	,662	42,827	386,577	2,000	395,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	7,032	1,809	3,888	,000	3,476	10,588
<i>Social Comparison</i>	,488	,065	7,561	,000	,361	,615
<i>Self-Esteem</i>	1,036	,082	12,588	,000	,874	1,198

Standardized coefficients	
	coeff
<i>Social Comparison</i>	,326
<i>Self-Esteem</i>	,543

Hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4.13 dan 4.14 mencakup dua jalur sekaligus. Pertama, jalur b menunjukkan pengaruh *self-esteem* terhadap kesejahteraan psikologis dengan koefisien $b = 1,036$; $SE = 0,082$; $t = 12,588$; $p = 0,000$ dan koefisien standar $\beta = 0,543$. Nilai koefisien tidak terstandar yang melampaui 1,00 ini menunjukkan pengaruh yang sangat besar: setiap peningkatan satu satuan pada skor *self-esteem* diikuti oleh peningkatan lebih dari satu satuan (1,036) pada skor kesejahteraan psikologis. Koefisien standar SE ($\beta = 0,543$) lebih besar dibandingkan koefisien standar SC ($\beta = 0,326$) dalam model yang sama, yang mengkonfirmasi bahwa *self-esteem* merupakan prediktor yang lebih kuat terhadap kesejahteraan psikologis dibandingkan *social comparison* itu sendiri.

Kedua, jalur c' merupakan efek langsung *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis setelah variabel mediator *self-esteem* dimasukkan ke dalam model. Nilai koefisien menurun secara substansial dari total effect $c = 1,085$ menjadi $c' = 0,488$ (penurunan sebesar $\pm 55\%$), namun tetap signifikan secara statistik ($p = 0,000$). Penurunan yang signifikan pada koefisien SC namun tetap bermakna ini merupakan indikasi klasik terjadinya mediasi parsial (*partial mediation*), di mana *self-esteem* menyerap sebagian—namun tidak seluruh—pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis (Baron & Kenny dalam Wahyuni & Prasetyo, 2022).

Model regresi gabungan ini memiliki nilai $R^2 = 0,662$, artinya kombinasi variabel SC dan SE secara bersama-sama mampu menjelaskan 66,2% variansi kesejahteraan psikologis. Peningkatan nilai R^2 dari 0,526 (model dengan SC saja/*total effect*) menjadi 0,662 (model dengan SC dan SE) sebesar 13,6% menunjukkan kontribusi tambahan yang signifikan dari variabel *self-esteem* sebagai mediator dalam menjelaskan variansi kesejahteraan psikologis. Seluruh rentang *confidence interval* untuk kedua prediktor tidak mencakup nilai nol, mengkonfirmasi signifikansi statistik dari kedua jalur tersebut.

c. *Total Effect*: Pengaruh Total *Social Comparison* terhadap *Psychological Well-Being*

Tabel 4.17

Total Effect: Pengaruh Total Social Comparison terhadap Psychological Well-Being

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,725	,526	59,857	439,811	1,000	396,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	19,632	1,781	11,022	,000	16,130	23,134
<i>Social Comparison</i>	1,085	,052	20,972	,000	,983	1,186

Standardized coefficients	
	coeff
<i>Social Comparison</i>	,725

Total effect menggambarkan keseluruhan pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis sebelum variabel mediator *self-esteem* dimasukkan ke dalam model. Berdasarkan Tabel 4.15 dan 4.16, pengaruh total SC terhadap PWB adalah sebesar $b = 1,085$ ($SE = 0,052$; $t = 20,972$; $p = 0,000$; $\beta = 0,725$). Angka ini merupakan penjumlahan dari efek langsung (c') sebesar 0,488 dan efek tidak langsung melalui SE sebesar 0,597, sehingga $1,085 = 0,488 + 0,597$. Besarnya koefisien total effect ini mengkonfirmasi bahwa secara keseluruhan, intensitas *social comparison* di TikTok memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kondisi kesejahteraan psikologis mahasiswa.

d. Efek Tidak Langsung (*Indirect Effect*) dan Simpulan Mediasi

Tabel 4.18

Efek Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

<i>Total effect of X on Y</i>						
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c_cs
1,085	,052	20,972	,000	,983	1,186	,725

<i>Direct effect of X on Y</i>						
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_cs
,488	,065	7,561	,000	,361	,615	,326

<i>Indirect effect(s) of X on Y</i>				
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
<i>Self-Esteem</i>	,597	,006	,467	,730

<i>Completely standardized indirect effect(s) of X on Y</i>				
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI

<i>Self-Esteem</i>	,399	,040	,319	,478
--------------------	------	------	------	------

Hasil analisis efek tidak langsung (*indirect effect*) yang disajikan pada tabel diatas merupakan temuan inti dari penelitian ini. Efek tidak langsung dari *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis yang dimediasi oleh *self-esteem* diperoleh melalui perhitungan perkalian jalur a dan jalur b ($a \times b = 0,576 \times 1,036 \approx 0,597$). Berdasarkan analisis *bootstrapping* dengan 5.000 replikasi, nilai efek tidak langsung ini adalah sebesar 0,597 dengan Boot SE = 0,066, dan rentang *confidence interval* 95% berada antara BootLLCI = 0,467 dan BootULCI = 0,730.

Syarat utama signifikansi efek mediasi menggunakan metode *bootstrapping* adalah bahwa nilai nol (0) tidak boleh terdapat di dalam rentang *confidence interval* (Hayes, 2022). Karena rentang CI 95% yang diperoleh (0,467 – 0,730) sepenuhnya berada di atas nol dan tidak mencakup nilai nol, maka dapat disimpulkan secara tegas bahwa efek mediasi *self-esteem* dalam hubungan antara *social comparison* dan kesejahteraan psikologis adalah signifikan secara statistik.

Nilai *completely standardized indirect effect* sebesar 0,399 menunjukkan besaran efek mediasi dalam satuan standar yang dapat dibandingkan antarvariabel. Proporsi mediasi yang dihitung dari perbandingan efek tidak langsung terhadap total effect ($0,597 / 1,085 \times 100\%$) adalah sebesar 55,02%, yang bermakna bahwa lebih dari separuh pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis bekerja melalui jalur tidak langsung, yaitu dengan terlebih dahulu membentuk atau memengaruhi tingkat *self-esteem* mahasiswa. Sementara itu, efek langsung yang tersisa sebesar 44,98% ($c' = 0,488, p = 0,000$) menunjukkan bahwa *social comparison* juga memiliki jalur pengaruh langsung yang

signifikan terhadap kesejahteraan psikologis tanpa melalui mediasi *self-esteem*.

Berdasarkan kerangka teoritis Baron dan Kenny serta panduan Hayes (2022), kondisi di mana efek tidak langsung signifikan dan efek langsung tetap signifikan dikategorikan sebagai *partial mediation* (mediasi parsial). Dengan demikian, *self-esteem* terbukti berperan sebagai mediator parsial yang signifikan dalam hubungan antara *social comparison* dan kesejahteraan psikologis pada mahasiswa pengguna TikTok. Temuan ini bermakna bahwa pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga bekerja secara tidak langsung melalui mekanisme psikologis berupa pembentukan harga diri. TikTok memengaruhi kondisi psikologis mahasiswa melalui dua jalur secara simultan: jalur langsung yang merespons konten secara afektif dan kognitif segera, serta jalur tidak langsung yang terlebih dahulu memodifikasi evaluasi diri mahasiswa tentang harga dirinya (Wahyuni & Prasetyo, 2022).

Maharani dan Savira (2023) menjelaskan bahwa mekanisme mediasi *self-esteem* ini bekerja melalui proses internalisasi evaluasi sosial: ketika mahasiswa melakukan *social comparison* di TikTok dan menggunakan hasilnya sebagai sumber informasi positif tentang posisi sosial mereka—misalnya melalui *downward comparison* atau *inspirational comparison*—proses tersebut secara bertahap meningkatkan evaluasi diri positif (*self-esteem*) yang kemudian menjadi fondasi bagi kondisi kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Sebaliknya, apabila *social comparison* yang dilakukan bersifat destruktif dan memperburuk harga diri, jalur yang sama akan bekerja dalam arah yang berlawanan dan berpotensi menurunkan kesejahteraan

psikologis. Dengan demikian, kualitas *social comparison*—bukan sekadar intensitasnya—merupakan determinan kritis yang menentukan arah pengaruh mediasi ini.

D. Analisis Hubungan Hipotesis

H1 : Hubungan *Social Comparison* terhadap *Self-Esteem* pada Mahasiswa Generasi Z Pengguna TikTok

Hipotesis pertama dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok terhadap *self-esteem* mahasiswa Gen-Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = 0,735$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat, positif, dan signifikan antara *social comparison* dan harga diri, sehingga hipotesis pertama dapat diterima.

Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas *social comparison* yang dilakukan mahasiswa saat menggunakan TikTok, semakin tinggi pula tingkat *self-esteem* mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Nurdibyanandaru (2022) yang menemukan bahwa pada kelompok mahasiswa dengan lingkungan akademik yang positif, proses *social comparison* di media sosial cenderung berfungsi sebagai mekanisme peningkatan diri (*self-improvement*), di mana individu menggunakan standar pencapaian orang lain sebagai acuan yang memotivasi mereka untuk berkembang. Dalam kondisi ini, semakin aktif individu melakukan *social comparison* semakin terdorong mereka untuk mengevaluasi dan memperkuat kapasitas diri, yang pada akhirnya berkorelasi dengan peningkatan *self-esteem*.

Mulyani dan Cahyono (2022) menjelaskan bahwa dampak *social comparison* terhadap *self-esteem* tidak bersifat tunggal, melainkan sangat tergantung pada jenis perbandingan yang dilakukan. *Upward comparison* yang bersifat inspiratif, di mana individu melihat sosok yang lebih sukses sebagai sumber aspirasi dan bukan sebagai ukuran kegagalan, justru dapat meningkatkan motivasi dan *self-esteem*. Sebaliknya, *downward comparison* yang dilakukan untuk mengonfirmasi superioritas diri juga berkontribusi pada peningkatan *self-esteem* secara sementara. Dalam konteks penelitian ini, mayoritas responden yang memiliki *self-esteem* tinggi (78,6%) kemungkinan besar didominasi oleh pola *social comparison* yang bersifat konstruktif dan adaptif tersebut.

Temuan ini juga dapat dipahami dalam konteks karakteristik algoritmik TikTok yang secara konsisten menyajikan konten melalui fitur *For You Page (FYP)*. Annisa dan Herdiana (2023) menyatakan bahwa keterpaparan terhadap konten yang beragam di TikTok tidak selalu menghasilkan *social comparison* yang merusak. Bagi sebagian pengguna dengan kematangan psikologis yang memadai, paparan tersebut justru memperluas perspektif dan memperkuat keyakinan akan kemampuan diri. Kondisi ini konsisten dengan profil responden dalam penelitian ini yang merupakan mahasiswa aktif dengan latar belakang pendidikan dan nilai keislaman yang memberikan fondasi psikologis yang cukup kuat untuk memproses konten media sosial secara adaptif.

H2 : Hubungan *Self-Esteem* terhadap *psychological well-being* pada Mahasiswa Generasi Z Pengguna TikTok

Hipotesis kedua menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Hasil analisis korelasi memperlihatkan nilai $r = 0,783$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang merupakan nilai korelasi tertinggi

di antara semua pasangan variabel dalam penelitian ini. Hubungan ini dikategorikan sebagai kuat dan positif menurut kriteria Guilford, serta menjelaskan 61,3% variansi *psychological well-being* ($r^2 = 0,613$). Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima.

Kontribusi *self-esteem* dalam menjelaskan variansi *psychological well-being* ini sejalan dengan posisi teoritis *self-esteem* sebagai salah satu prediktor psikologis yang paling mendasar. Fadillah dan Laksmiwati (2022) dengan tegas menyatakan bahwa *self-esteem* adalah prediktor yang paling konsisten dan kuat terhadap *psychological well-being* di berbagai konteks dan budaya. Individu yang memiliki harga diri tinggi cenderung lebih mampu menerima diri mereka secara positif (*self acceptance*), membangun hubungan interpersonal yang bermakna (*positive relation*), berfungsi secara mandiri (*autonomy*), menguasai lingkungan mereka secara efektif (*environmental mastery*), memiliki tujuan hidup yang jelas (*purpose in life*), serta terbuka terhadap pengalaman yang mendukung perkembangan pribadi mereka (*personal growth*). Keenam dimensi ini merupakan inti dari konstruk model *psychological well-being* Ryff yang digunakan dalam penelitian ini (Ryff dalam Kurniasari & Dewi, 2022).

Temuan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Hidayati (2022), yang menunjukkan bahwa *self-esteem* secara konsisten merupakan variabel psikologis yang paling berpengaruh terhadap kesejahteraan mahasiswa di era digital, di mana tekanan sosial dari media sosial semakin meningkat. Mahasiswa yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung lebih mampu dalam mengatur emosi negatif yang muncul akibat paparan konten media sosial, sehingga kesejahteraan psikologis mereka tetap terjaga meskipun penggunaan *platform* seperti TikTok sangat intens. Di sisi lain, rendahnya *self-esteem* pada sebagian kecil responden (4,5%) menjadi faktor kerentanan yang dapat memperburuk kesejahteraan psikologis, terutama ketika mereka

menghadapi tekanan *social comparison* yang tinggi di media sosial (Puteri & Trihandayani, 2022).

Dari sudut pandang pengembangan intervensi, tingginya hubungan antara *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis ini menunjukkan bahwa program peningkatan kesejahteraan mahasiswa akan jauh lebih efektif jika menargetkan penguatan harga diri sebagai variabel utama. Annisa dan Herdiana (2023) merekomendasikan pendekatan yang berbasis pelatihan *self-compassion* dan *cognitive restructuring* sebagai strategi yang terbukti efektif dalam membangun *self-esteem* yang stabil, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan.

H3 : Peran Mediasi *Self-Esteem* dalam Hubungan antara *Social Comparison* dan *Psychological Well-Being*

Hipotesis ketiga mengemukakan bahwa *self-esteem* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di aplikasi TikTok dan *psychological well-being* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil analisis mediasi menggunakan PROCESS Macro Hayes Model 4 dengan metode bootstrapping sebanyak 5.000 replikasi menunjukkan bahwa efek tidak langsung (*indirect effect*) *social comparison* terhadap *psychological well-being* melalui *self-esteem* adalah sebesar 0,597 dengan *confidence interval* 95% antara 0,467 hingga 0,730. Karena rentang *confidence interval* tidak mencakup nilai nol, efek mediasi ini dinyatakan signifikan secara statistik (Hayes, 2022), sehingga hipotesis ketiga diterima.

Efek langsung (*direct effect*) *social comparison* terhadap *psychological well-being* setelah mempertimbangkan *self-esteem* sebagai mediator tetap signifikan dengan nilai $c' = 0,488$ ($p = 0,000$), menurun dari *total effect* $c = 1,085$. Penurunan koefisien yang signifikan namun tidak menjadi nol ini mengindikasikan bahwa jenis mediasi yang terjadi adalah

mediasi parsial (*partial mediation*), sesuai dengan kerangka yang ditetapkan oleh Baron dan Kenny (dalam Wahyuni & Prasetyo, 2022). Proporsi mediasi yang diperoleh adalah sebesar 55,02%, yang menunjukkan bahwa lebih dari separuh pengaruh total *social comparison* terhadap *psychological well-being* terjadi melalui jalur tidak langsung, yaitu dengan terlebih dahulu memengaruhi tingkat *self-esteem* mahasiswa.

Mekanisme mediasi parsial ini dapat dipahami melalui dua jalur yang beroperasi secara bersamaan. Jalur tidak langsung (55,02%) menunjukkan bahwa *social comparison* di TikTok awalnya memengaruhi evaluasi diri mahasiswa dalam bentuk peningkatan atau penurunan *self-esteem*, yang kemudian secara bertahap membentuk kondisi kesejahteraan psikologis mereka. Maharani dan Savira (2023) menjelaskan proses ini sebagai internalisasi evaluasi sosial: ketika mahasiswa melakukan *social comparison* yang bersifat konstruktif dan menggunakannya sebagai referensi positif untuk pengembangan diri, proses tersebut secara sistematis meningkatkan *self-esteem* yang selanjutnya memperkuat fondasi *psychological well-being*. Di sisi lain, jalur langsung yang tersisa (44,98%) menunjukkan bahwa *social comparison* juga memengaruhi *psychological well-being* melalui mekanisme psikologis lain di luar *self-esteem*, seperti regulasi emosi, afek positif, atau stimulasi motivasi yang dihasilkan secara langsung dari proses *social comparison* (Wahyuni & Prasetyo, 2022).

Temuan mediasi parsial ini menegaskan bahwa harga diri merupakan sumber daya psikologis (*psychological resource*) yang memiliki peran penting dalam memediasi dampak lingkungan digital terhadap kesejahteraan individu. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hasanah dan Hidayati (2022) yang menemukan pola serupa dalam konteks penggunaan media sosial secara umum, serta dengan penelitian Maharani dan Savira (2023) yang secara khusus mengkaji peran *self-esteem* sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di TikTok dan

kesejahteraan psikologis pada mahasiswa. Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menunjukkan bahwa *self-esteem* tidak hanya berfungsi sebagai prediktor langsung kesejahteraan psikologis, tetapi juga sebagai penyangga psikologis (*psychological buffer*) yang memoderasi bagaimana pengaruh lingkungan sosial digital diinternalisasi dan ditransformasikan menjadi kondisi psikologis individu.

Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis mahasiswa Generasi Z dalam penggunaan TikTok, penting untuk mengutamakan penguatan *self-esteem* sebagai fokus intervensi. Program yang menekankan pada pembangunan *self-esteem* yang kokoh dan berlandaskan nilai-nilai internal, bukan hanya sekadar validasi dari media sosial yang dapat menjadi pendekatan efektif dan berkelanjutan. Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, mengintegrasikan nilai-nilai keislaman seperti *muhasabah* (introspeksi diri), *qanaah* (rasa cukup), dan *tawadhu'* (kerendahan hati yang sehat) dalam program pengembangan diri mahasiswa bisa menjadi cara yang kontekstual dan sesuai dengan karakteristik budaya serta spiritual mahasiswa (Annisa & Herdiana, 2023).

E. Pembahasan

1. Hubungan antara *Social Comparison* pada Aplikasi TikTok terhadap *Self-Esteem* Mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil uji korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan nilai $r = 0,735$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat, positif, dan signifikan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dan *self-esteem* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* di TikTok dan *self-esteem* mahasiswa diterima. Data kategorisasi turut memperkuat gambaran ini: meskipun 69,3% responden

berada pada kategori *social comparison* tinggi, sebanyak 78,6% responden secara bersamaan memiliki *self-esteem* yang tinggi pula. Pola distribusi yang searah ini menjadi titik tolak penting untuk memahami mengapa korelasi yang ditemukan memiliki arah positif.

Temuan arah korelasi yang positif ini secara superfisial tampak bertentangan dengan sejumlah penelitian yang melaporkan hubungan negatif antara *social comparison* dan *self-esteem* dalam konteks media sosial. Untuk memahami temuan ini secara tepat, perlu merujuk pada kerangka teoritis yang lebih komprehensif. Festinger (1954) dalam *Social Comparison Theory*-nya menjelaskan bahwa *social comparison* pada dasarnya merupakan proses evaluasi diri yang tidak bersifat *inherently negatif*, melainkan dapat menghasilkan dampak yang sangat bervariasi tergantung pada tipe dan orientasi perbandingan yang dilakukan. Terdapat dua jalur utama *social comparison* yang memiliki implikasi berbeda terhadap harga diri: *upward comparison* yang bersifat inspirasional dapat meningkatkan motivasi dan *self-esteem* apabila target pembandingan dipandang sebagai aspirasi yang dapat dicapai, sedangkan *downward comparison* dapat memberikan rasa superioritas relatif yang juga berkontribusi pada peningkatan harga diri sementara (Mulyani & Cahyono, 2022).

Argumentasi ini mendapat dukungan empiris dari profil demografis subjek penelitian ini. Mayoritas responden adalah mahasiswa aktif berusia 19–20 tahun yang sedang berada pada fase *emerging adulthood* yakni suatu periode perkembangan yang menurut Arnett (2014) ditandai oleh eksplorasi identitas yang aktif dan pencarian referensi sosial untuk mengonstruksi konsep diri. Pada fase ini, mahasiswa yang memiliki fondasi psikologis yang cukup matang, termasuk yang telah menginternalisasi nilai-nilai keislaman dari lingkungan kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang cenderung memproses informasi dari media sosial secara lebih selektif dan adaptif. Ramadhani dan Nurdibyanandaru (2022) menemukan bahwa pada kelompok mahasiswa

dengan lingkungan akademik yang positif, *social comparison* di media sosial lebih berfungsi sebagai mekanisme *self-improvement*, di mana mahasiswa menggunakan standar pencapaian orang lain sebagai *benchmark* yang mendorong motivasi berprestasi daripada sebagai konfirmasi inferioritas diri.

Faktor demografis lain yang perlu dipertimbangkan adalah dominasi responden perempuan (60,3%). Dewi dan Savira (2022) menemukan bahwa perempuan memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam melakukan *social comparison* di media sosial, namun arah dampaknya sangat bergantung pada jenis konten yang dikonsumsi dan orientasi perbandingan yang dilakukan. Bagi kelompok yang memiliki *self-esteem* yang sudah relatif tinggi, sebagaimana yang tergambar dari profil responden penelitian ini dimana paparan konten TikTok yang menampilkan prestasi, kreativitas, dan pencapaian justru dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi yang memperkuat harga diri. Annisa dan Herdiana (2023) menambahkan bahwa karakteristik konten TikTok yang lebih beragam dan dinamis dibandingkan Instagram yang mencakup konten edukatif, hiburan, dan inspiratif sehingga menciptakan pengalaman *social comparison* yang lebih bervariasi dan tidak semata-mata berorientasi pada standar kecantikan atau status sosial.

Meski demikian, penting untuk mengemukakan argumentasi kritis terhadap temuan ini. Korelasi positif yang ditemukan tidak dapat diinterpretasikan secara universal sebagai bukti bahwa *social comparison* di TikTok selalu berdampak positif terhadap *self-esteem*. Hasil analisis yang bersifat agregat ini menyembunyikan heterogenitas yang terdapat dalam sampel: kelompok 4,5% responden dengan *self-esteem* rendah kemungkinan besar mengalami pola hubungan yang berbeda, di mana *social comparison* yang intens justru mengikis harga diri mereka. Puteri dan Trihandayani (2022) memperingatkan bahwa individu dengan *pre-existing low self-esteem* jauh lebih rentan terhadap dampak negatif dari *upward comparison* di media sosial, karena mereka cenderung

menginternalisasi standar tidak realistis sebagai konfirmasi inferioritas diri. Keterbatasan analisis korelasional yang tidak mampu menangkap heterogenitas pola hubungan ini perlu diakui, dan penelitian lanjutan yang menggunakan pendekatan moderasi untuk menguji bagaimana tingkat *self-esteem* awal memoderasi hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* sangat diperlukan.

2. Hubungan antara *Self-Esteem* terhadap Kesejahteraan Psikologis Mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = 0,783$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang merupakan nilai korelasi tertinggi di antara seluruh pasangan variabel dalam penelitian ini. Nilai ini termasuk dalam kategori kuat berdasarkan kriteria Guilford (dalam Sugiyono, 2022) dan menjelaskan sekitar 61,3% variansi kesejahteraan psikologis ($r^2 = 0,613$). Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis diterima. Temuan ini menempatkan *self-esteem* sebagai prediktor psikologis yang paling kuat dalam penelitian ini, bahkan melebihi kontribusi *social comparison* secara langsung terhadap kesejahteraan psikologis.

Besarnya kontribusi *self-esteem* dalam menjelaskan variansi kesejahteraan psikologis ini dapat dipahami melalui keterkaitan konseptual yang erat antara keduanya. Ryff (1989) dalam model *psychological well-being*-nya mengidentifikasi penerimaan diri (*self-acceptance*) sebagai salah satu dari enam dimensi inti kesejahteraan psikologis. Secara konseptual, penerimaan diri dan *self-esteem* sama-sama mencerminkan evaluasi positif individu terhadap dirinya sendiri, sehingga secara teoritis keduanya saling terkait sangat erat. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi memiliki kapasitas psikologis yang lebih besar untuk: menerima diri secara apa adanya (*self-acceptance*), menjalin hubungan interpersonal yang bermakna dan autentik tanpa didorong rasa takut akan penolakan (*positive relations with others*), berfungsi secara mandiri

berdasarkan standar internal (*autonomy*), mengelola tantangan lingkungan secara efektif (*environmental mastery*), menetapkan tujuan hidup yang bermakna (*purpose in life*), dan terbuka terhadap pengalaman yang mendukung perkembangan (*personal growth*). Keenam dimensi ini secara kolektif membentuk konstruk *psychological well-being* yang diukur dalam penelitian ini (Fadillah & Laksmiwati, 2022).

Temuan ini juga sangat konsisten dengan argumen Orth et al. (2012) yang berdasarkan studi longitudinal menemukan bahwa *self-esteem* secara signifikan memprediksi kepuasan hidup, kualitas hubungan interpersonal, dan kesehatan bahkan setelah mengontrol berbagai variabel demografis. Ini mengkonfirmasi bahwa hubungan antara *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis bukan sekadar korelatif, melainkan mencerminkan keterkaitan yang lebih fundamental dalam struktur psikologis individu. Fadillah dan Laksmiwati (2022) dalam penelitian mereka pada mahasiswa Indonesia menemukan korelasi yang sangat kuat ($r = 0,647$, $p < 0,001$), sedangkan penelitian ini menemukan nilai yang lebih besar ($r = 0,783$), yang kemungkinan mencerminkan karakteristik sampel yang berbeda, di mana konteks UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai institusi berbasis nilai keislaman menyediakan fondasi psikologis unik yang memperkuat hubungan antara harga diri dan kesejahteraan.

Argumentasi kritis yang perlu dikemukakan berkaitan dengan sifat kausalitas dalam hubungan ini. Meskipun penelitian ini memosisikan *self-esteem* sebagai prediktor kesejahteraan psikologis, penelitian longitudinal seperti yang dilakukan Orth et al. (2012) menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat resiprokal (*reciprocal causation*): *self-esteem* memprediksi peningkatan *well-being*, namun kondisi *well-being* yang baik juga memberikan umpan balik positif yang memperkuat *self-esteem* dari waktu ke waktu. Keterbatasan desain penelitian *cross-sectional* yang digunakan dalam studi ini tidak memungkinkan penentuan arah kausalitas secara definitif, sehingga interpretasi harus dibatasi pada sifat hubungan

korelatif yang konsisten dan kuat. Penelitian longitudinal pada populasi mahasiswa Generasi Z Indonesia di masa mendatang sangat diperlukan untuk mengklarifikasi mekanisme kausal yang mendasari temuan ini.

Dari perspektif pengembangan intervensi, besarnya hubungan antara *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis yang ditemukan memiliki implikasi praktis yang sangat signifikan. Program peningkatan kesejahteraan psikologis mahasiswa akan jauh lebih efektif apabila menargetkan penguatan harga diri sebagai variabel kunci, alih-alih mencoba memengaruhi kesejahteraan psikologis secara langsung. Hasanah dan Hidayati (2022) merekomendasikan pendekatan berbasis *self-compassion training* dan *cognitive restructuring* sebagai strategi yang terbukti efektif. Dalam konteks UIN Malang, pendekatan ini dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai keislaman seperti *muhasabah* (introspeksi diri) dan *qanaah* (rasa cukup) yang secara inheren mendorong evaluasi diri berbasis standar spiritual internal, bukan *social comparison* eksternal (Annisa & Herdiana, 2023).

3. Peran Mediasi *Self-Esteem* dalam Hubungan antara *Social Comparison* pada Aplikasi TikTok terhadap Kesejahteraan Psikologis Mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil analisis mediasi menggunakan PROCESS Macro Hayes (2022) Model 4 dengan metode *bootstrapping* 5.000 replikasi menunjukkan efek tidak langsung (*indirect effect*) sebesar 0,597 dengan *bootstrapping confidence interval* 95% antara 0,467 dan 0,730. Karena rentang *confidence interval* tidak mencakup nilai nol, efek mediasi *self-esteem* dinyatakan signifikan secara statistik (Hayes, 2022). Efek langsung (*direct effect*) *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis setelah memasukkan *self-esteem* sebagai mediator tetap signifikan dengan $c' = 0,488$ ($p = 0,000$), turun dari total effect $c = 1,085$. Proporsi mediasi sebesar 55,02% menunjukkan bahwa lebih dari separuh pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis bekerja melalui jalur tidak

langsung melalui *self-esteem*. Kondisi ini, di mana efek tidak langsung signifikan dan efek langsung tetap signifikan dan juga diklasifikasikan sebagai *partial mediation* (mediasi parsial), sesuai kerangka Baron dan Kenny (dalam Wahyuni & Prasetyo, 2022). Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Temuan mediasi parsial ini merupakan kontribusi teoritis paling substansial dari penelitian ini karena mengungkap mekanisme psikologis yang menjelaskan bagaimana dan mengapa *social comparison* di TikTok berdampak pada kesejahteraan psikologis mahasiswa. Maharani dan Savira (2023) dalam penelitian serupa pada pengguna TikTok menjelaskan mekanisme ini sebagai proses internalisasi evaluasi sosial yang berlangsung dalam dua tahap: pertama, *social comparison* yang dilakukan di TikTok terlebih dahulu memodifikasi struktur evaluasi diri individu (*self-esteem*), baik ke arah yang lebih positif apabila perbandingan bersifat inspirasional, maupun ke arah yang lebih negatif apabila bersifat kontrastif. Kedua, perubahan pada *self-esteem* ini kemudian secara bertahap memengaruhi berbagai dimensi fungsi psikologis yang secara kolektif membentuk kondisi kesejahteraan psikologis individu. Dengan kata lain, TikTok tidak langsung mengubah kondisi psikologis mahasiswa, melainkan terlebih dahulu membentuk ulang cara mereka memandang nilai dan *self-esteem* diri sendiri.

Efek langsung yang tersisa sebesar 44,98% mengisyaratkan adanya mekanisme psikologis lain di luar *self-esteem* yang turut menghubungkan *social comparison* dengan kesejahteraan psikologis secara langsung. Beberapa kemungkinan mekanisme ini antara lain: (1) regulasi emosi yang dipicu langsung oleh konten TikTok, di mana konten yang menghibur atau menginspirasi menghasilkan afek positif segera tanpa harus melalui modifikasi *self-esteem* terlebih dahulu; (2) rasa keterhubungan sosial (*sense of belonging*) yang dirasakan melalui partisipasi dalam komunitas dan tren TikTok, yang langsung berkontribusi pada dimensi relasi positif dalam kesejahteraan psikologis; serta (3)

stimulasi kognitif dan kreativitas dari konten edukatif TikTok yang secara langsung mendukung dimensi pertumbuhan pribadi (Wahyuni & Prasetyo, 2022). Identifikasi mekanisme-mekanisme alternatif ini memperkuat argumen bahwa *social comparison* di TikTok memiliki dampak yang lebih kompleks dan multidimensional daripada yang dapat dijelaskan oleh satu variabel mediator tunggal.

Dari perspektif karakteristik subjek, temuan mediasi parsial ini juga dapat diinterpretasikan melalui lensa konteks institusional. Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki akses terhadap kerangka evaluasi diri alternatif yang tidak sepenuhnya bergantung pada *social comparison*. Nilai-nilai keislaman yang diinternalisasi melalui kurikulum dan kehidupan kampus, seperti konsep *karamah insaniyyah* (martabat kemanusiaan yang diberikan Allah), *tawadhu'* (kerendahan hati yang sehat), dan *muhasabah* (introspeksi berbasis standar spiritual) dapat menyediakan fondasi evaluasi diri yang tidak bergantung pada validasi eksternal dari media sosial (Fauziah, 2022; Repi, 2019). Ketersediaan kerangka evaluasi diri ganda ini horizontal melalui *social comparison* dan vertikal melalui standar spiritual, kemungkinan menjadi salah satu penjelasan mengapa proporsi mediasi *self-esteem* dalam penelitian ini (55,02%) tidak lebih besar, karena sebagian pengaruh *social comparison* terhadap *well-being* diproses melalui mekanisme spiritual-nilai yang tidak sepenuhnya tertangkap oleh konstruk *self-esteem* dalam pengukuran psikometrik konvensional.

Temuan mediasi parsial ini memiliki implikasi metodologis yang penting. Penggunaan metode *bootstrapping* dalam penelitian ini, alih-alih uji Sobel konvensional dapat memberikan estimasi yang lebih akurat dan *robust* karena tidak mensyaratkan asumsi normalitas pada distribusi efek tidak langsung (Preacher & Hayes, 2008). Hal ini menjadi keunggulan metodologis penelitian ini dibandingkan studi-studi terdahulu yang menggunakan pendekatan Baron dan Kenny (1986) secara konvensional, yang dikenal kurang sensitif dalam mendeteksi efek mediasi parsial.

Meskipun demikian, keterbatasan desain penelitian *cross-sectional* tetap perlu diakui: inferensi kausal tidak dapat ditarik langsung dari temuan ini, dan model mediasi yang diuji mengasumsikan urutan temporal *social comparison*, *self-esteem* dan *psychological well-being* yang belum dapat diverifikasi tanpa desain longitudinal. Penelitian eksperimental atau longitudinal di masa mendatang yang secara langsung mengukur perubahan *self-esteem* akibat manipulasi *social comparison* sangat diperlukan untuk mengkonfirmasi arah kausalitas dalam model mediasi ini.

Secara keseluruhan, ketiga temuan penelitian ini membentuk gambaran yang koheren dan bernuansa tentang dinamika psikologis mahasiswa Generasi Z UIN Malang dalam konteks penggunaan TikTok. *Social comparison* yang dilakukan pada intensitas tinggi tidak menghasilkan dampak psikologis yang semata-mata negatif; sebaliknya, dengan dimediasi oleh *self-esteem* yang secara umum tinggi dalam sampel ini, proses *social comparison* justru berkorelasi positif dengan kondisi kesejahteraan psikologis yang baik. Temuan ini memberikan perspektif yang lebih kontekstual dan bernuansa terhadap diskursus tentang dampak media sosial terhadap kesehatan mental, yang tidak dapat digeneralisasi secara universal tanpa mempertimbangkan karakteristik sampel, konteks budaya, spiritual, kualitas orientasi *social comparison*, dan peran variabel psikologis mediator seperti *self-esteem* (Dewi & Savira, 2022; Maharani & Savira, 2023).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Kesimpulan disusun berdasarkan penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis kerja yang diajukan.

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dengan *self-esteem* mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ($r = 0,735$; $p < 0,01$). Hubungan yang termasuk dalam kategori kuat ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas *social comparison* yang dilakukan mahasiswa saat menggunakan TikTok, semakin tinggi pula tingkat *self-esteem* mereka. Arah hubungan yang positif ini mencerminkan bahwa dalam konteks sampel penelitian ini adalah mahasiswa dengan latar belakang akademik dan nilai keislaman yang kuat sehingga proses *social comparison* di TikTok lebih banyak berfungsi sebagai mekanisme motivasional yang memperkuat evaluasi diri, bukan melemahkannya. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ($r = 0,783$; $p < 0,01$). Nilai korelasi ini merupakan yang tertinggi di antara seluruh pasangan variabel dalam penelitian ini dan mampu menjelaskan sekitar 61,3% variansi kesejahteraan psikologis ($r^2 = 0,613$). Temuan ini menegaskan bahwa *self-esteem* merupakan prediktor psikologis yang paling kuat dan paling konsisten terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa, sejalan dengan enam dimensi *psychological well-being* model Ryff (1989). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dengan kesejahteraan psikologis mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ($r = 0,725$; $p < 0,01$). Hubungan ini tergolong kuat dan menjelaskan sekitar 52,6% variansi kesejahteraan psikologis ($r^2 = 0,526$). Arah hubungan positif ini menunjukkan bahwa dalam konteks sampel penelitian ini, intensitas *social comparison* di TikTok berkorelasi searah dengan kondisi kesejahteraan psikologis mahasiswa, yang diperkuat oleh profil *self-esteem* yang dominan tinggi dalam sampel.
4. *Self-esteem* terbukti berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*) yang signifikan dalam hubungan antara *social comparison* pada aplikasi TikTok dengan kesejahteraan psikologis mahasiswa Generasi Z UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Efek tidak langsung (*indirect effect*) sebesar 0,597 dengan *bootstrapping confidence interval* 95% antara 0,467 dan 0,730 (tidak mencakup nilai nol) mengkonfirmasi signifikansi statistik mediasi ini (Hayes, 2022). Proporsi mediasi sebesar 55,02% menunjukkan bahwa lebih dari separuh pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis bekerja melalui jalur tidak langsung, yaitu dengan terlebih dahulu memodifikasi tingkat *self-esteem* mahasiswa. Efek langsung yang tersisa sebesar 44,98% ($c' = 0,488$; $p = 0,000$) menunjukkan bahwa *social comparison* juga memiliki jalur pengaruh langsung yang signifikan terhadap kesejahteraan psikologis. Kondisi ini mengklasifikasikan mediasi sebagai parsial, bukan penuh, sesuai kerangka Baron dan Kenny (dalam Wahyuni & Prasetyo, 2022). Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *self-esteem* merupakan mekanisme psikologis yang krusial dalam menjelaskan bagaimana *social comparison* di TikTok berdampak pada kesejahteraan psikologis mahasiswa Generasi Z. Temuan mediasi parsial mengindikasikan bahwa TikTok memengaruhi kondisi psikologis

mahasiswa melalui dua jalur secara simultan: jalur tidak langsung yang bekerja melalui modifikasi *self-esteem*, dan jalur langsung melalui mekanisme psikologis lain seperti regulasi emosi dan stimulasi motivasi (Maharani & Savira, 2023).

B. Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan penelitian ini, berikut disajikan saran-saran yang bersifat operasional dan terperinci, ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan, serta rekomendasi untuk pengembangan penelitian serupa di masa mendatang.

1. Saran bagi Mahasiswa

Mahasiswa Generasi Z pengguna TikTok disarankan untuk meningkatkan kesadaran diri (*self-awareness*) terhadap pola *social comparison* yang mereka lakukan dalam aktivitas bermedia sosial. Kualitas *social comparison* apakah bersifat inspirasional atau kontradiktif, jauh lebih menentukan dampak psikologisnya dibandingkan sekadar intensitas penggunaan *platform*. Mahasiswa perlu belajar mengidentifikasi ketika proses *social comparison* yang dilakukan mulai memunculkan perasaan inferioritas, ketidakpuasan diri, atau kecemasan, dan secara aktif mengatur respons kognitif serta emosional terhadap konten TikTok yang dikonsumsi (Mulyani & Cahyono, 2022).

Selain itu, mahasiswa disarankan untuk memperkuat fondasi *self-esteem* melalui sumber-sumber internal yang lebih stabil dan tidak bergantung pada validasi digital, seperti pencapaian akademik nyata, pengembangan kompetensi, keterlibatan aktif dalam kegiatan organisasi kampus, serta penghayatan nilai-nilai keislaman. Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara khusus dapat memanfaatkan praktik spiritual seperti *muhasabah* (introspeksi diri

berbasis nilai agama) dan *qonaah* (rasa syukur dan kecukupan) sebagai kerangka evaluasi diri yang lebih kokoh dan resilient terhadap tekanan *social comparison* di media sosial (Repi, 2019; Fauziah, 2022).

2. Saran bagi Institusi dan Layanan Kesehatan Mental Kampus

Pihak universitas, khususnya unit layanan bimbingan dan konseling serta layanan kampus sejenisnya, disarankan untuk merancang program intervensi yang secara spesifik menargetkan penguatan *self-esteem* mahasiswa sebagai strategi utama peningkatan kesejahteraan psikologis. Mengacu pada temuan proporsi mediasi sebesar 55,02%, intervensi yang berfokus pada *self-esteem* akan memberikan dampak berlipat, tidak hanya meningkatkan *self-esteem* secara langsung, tetapi sekaligus memitigasi dampak negatif *social comparison* di TikTok terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa secara lebih efisien (Hasanah & Hidayati, 2022).

Program intervensi yang direkomendasikan mencakup: (1) pelatihan *self-compassion* dan *cognitive restructuring* yang membantu mahasiswa mengenali dan merespons secara adaptif konten media sosial yang memicu *social comparison* negatif; (2) program literasi digital yang mengajarkan mahasiswa cara mengonsumsi konten TikTok secara kritis, selektif, dan sehat, termasuk pemahaman tentang bagaimana algoritma *For You Page* membentuk ekosistem konten yang tidak representatif; (3) program pengembangan identitas diri berbasis nilai keislaman yang mengintegrasikan konsep *karamah insaniyyah* dan *tawadhu'* sebagai fondasi *self-esteem* yang tidak bergantung pada standar sosial eksternal (Annisa & Herdiana, 2023).

3. Saran bagi Dosen Pembimbing Akademik dan Konselor

Dosen pembimbing akademik dan konselor kampus disarankan untuk meningkatkan kepekaan terhadap tanda-tanda penurunan *self-esteem* dan kesejahteraan psikologis yang berkaitan dengan

penggunaan media sosial pada mahasiswa bimbingannya. Kelompok 4,5% mahasiswa dengan *self-esteem* rendah yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan kelompok yang paling rentan terhadap dampak negatif *social comparison* di TikTok dan memerlukan pendampingan yang lebih intensif dan berbasis bukti. Pendekatan konseling yang menggabungkan teknik *cognitive-behavioral* dengan nilai-nilai keislaman dinilai paling kontekstual dan efektif untuk populasi mahasiswa UIN (Fauziah, 2022).

Selain itu, dosen pembimbing akademik dapat memanfaatkan pertemuan bimbingan sebagai ruang untuk membahas secara terbuka dampak penggunaan media sosial terhadap motivasi belajar dan kesejahteraan psikologis mahasiswa, serta memberikan edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat dan konstruktif. Pemahaman tentang mekanisme *social comparison*, *self-esteem*, dan kesejahteraan psikologis memungkinkan pendampingan yang lebih terarah dan berbasis bukti (Ramadhani & Nurdibyanandaru, 2022).

4. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan metodologis yang membuka peluang bagi penelitian lanjutan yang lebih komprehensif. Pertama, desain penelitian *cross-sectional* yang digunakan tidak memungkinkan inferensi kausal yang definitif. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain *longitudinal* atau eksperimental untuk mengonfirmasi arah kausalitas dalam model mediasi *social comparison*, *self-esteem* dan *psychological well-being*, khususnya untuk menguji apakah perubahan *self-esteem* yang diinduksi oleh manipulasi *social comparison* secara langsung mengubah kondisi kesejahteraan psikologis.

Kedua, penelitian ini hanya menguji satu variabel mediator. Mengacu pada temuan bahwa efek langsung (44,98%) tetap signifikan

setelah dimediasi *self-esteem*, terdapat mekanisme psikologis lain yang belum tertangkap. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model mediasi ganda (*multiple mediation*) yang menyertakan variabel mediator tambahan seperti regulasi emosi, *self-compassion*, atau internalisasi nilai religius, guna memberikan gambaran mekanisme yang lebih komprehensif.

Ketiga, penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang membatasi generalisasi pada populasi di luar UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih beragam secara institusional yang mencakup perguruan tinggi umum, swasta, dan berbasis keislaman guna untuk menguji apakah temuan ini bersifat kontekstual atau dapat digeneralisasi secara lebih luas. Perbandingan antar-institusi akan sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi peran moderasi dari faktor lingkungan akademik dan nilai kelembagaan terhadap hubungan antarvariabel yang diteliti.

Keempat, penelitian selanjutnya disarankan untuk memeriksa peran variabel moderator dalam model ini, khususnya jenis dan orientasi *social comparison* (*upward* vs. *downward*; inspirasional vs. kontradiktif) sebagai moderator yang dapat menjelaskan heterogenitas dampak *social comparison* terhadap *self-esteem* yang tidak tertangkap dalam analisis korelatif agregat. Penggunaan instrumen yang mengukur secara terpisah orientasi *upward* dan *downward comparison* akan memberikan nuansa yang lebih kaya dalam memahami dinamika psikologis penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa.

Kelima, penelitian ini tidak secara eksplisit mengukur konten spesifik TikTok yang dikonsumsi responden. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih terperinci dalam mengklasifikasikan jenis konten yang dikonsumsi, seperti konten gaya hidup, prestasi akademik, kecantikan, atau konten

edukatif dan menganalisis bagaimana masing-masing kategori konten berkontribusi secara berbeda terhadap proses *social comparison* dan dampaknya pada *self-esteem* serta kesejahteraan psikologis. Pendekatan semacam ini akan memberikan landasan yang lebih kuat bagi pengembangan intervensi literasi digital yang lebih spesifik dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N., & Herdiana, I. (2023). Hubungan antara social comparison dan self-esteem pada pengguna media sosial di kalangan mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*, 21(1), 45–58. <https://doi.org/10.7454/jps.2023.004>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016a). The interplay between social comparison and social media: Mechanisms, consequences, and interventions. *Current Opinion in Psychology*, 9(1), 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.014>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016b). The interplay between social comparison orientation and Facebook use: Towards a person \times situation model. *Computers in Human Behavior*, 59, 421–427. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.002>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2020). The interplay between social comparison and social media use: Toward an integrative framework of social media effects. *European Psychologist*, 25(4), 241–255. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000442>
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Ary, D., Jacobs, L. C., Sorensen, C., & Razavieh, A. (2010). *Introduction to research in education* (8th ed.). Wadsworth, Cengage Learning.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2025). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2025*. APJII.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi ke-3). Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2023). *Kota Malang dalam angka 2023*. BPS Kota Malang.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, *4*(1), 1–44. <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>
- Branden, N. (1994). *The six pillars of self-esteem*. Bantam Books.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *102*(1), 3–21. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.09.007>
- Cantika, D., Anggraini, A., & Sartika, D. (2024). Membangun harga diri: Upaya penguatan pendidikan karakter remaja dalam perspektif Islam. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*, *2*(2), 422–436. <https://doi.org/10.57254/ijedr.v2i2.2569>
- 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), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-based survey design: The use of a midpoint on the Likert scale. *Performance Improvement*, *56*(10), 15–23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.

- Dewi, R. A., & Savira, S. I. (2022). Social comparison di media sosial dan dampaknya terhadap psychological well-being remaja. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 12(2), 112–127. <https://doi.org/10.26740/jppt.v12n2.p112-127>
- Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253–260. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0307-6>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys. *Internet Research*, 28(4), 854–887. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2018-0089>
- Fadillah, A. N., & Laksmiwati, H. (2022). Hubungan self-esteem dengan psychological well-being pada mahasiswa. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3), 78–92. <https://doi.org/10.26740/character.v9n3.p78-92>
- Fauziah, N. (2022). Religiusitas, tekanan sosial, dan kesejahteraan psikologis mahasiswa perguruan tinggi Islam. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 45–58.
- Fauziah, R. (2022). Tantangan kesejahteraan psikologis mahasiswa di era digital: Perspektif religius dan sosial. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 5(1), 44–58. <https://doi.org/10.18326/jpi.v5i1.44-58>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). Sage Publications.
- Formaningrum, A. F., & Saniatuzzulfa, R. (2025). Hubungan antara psychological well-being dan rasa syukur dengan kesepian mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.

- Friska, F., Arni, A., & Riyadi, I. (2025). Pengaruh intensitas konten TikTok terhadap kesehatan mental mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO)*, 7(2), 77–88. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jko/article/view/19371/9675>
- Gerber, J. P., Wheeler, L., & Suls, J. (2018). A social comparison theory meta-analysis 60+ years on. *Psychological Bulletin*, 144(2), 177–197. <https://doi.org/10.1037/bul0000127>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Harsoyo, T. T., & Suyasa, P. T. Y. S. (2024). Hubungan antara self-esteem dengan dimensi subjective well-being (studi pada mahasiswa di Jakarta). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 4508–4517. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i6.16690>
- Haryanto, T., & Prasetyo, B. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa Gen Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 7(2), 123–138. <https://doi.org/10.21009/jkms.072.123>
- Hasanah, U., & Hidayati, F. (2022). Peran self-esteem sebagai mediator antara social media use dan psychological well-being pada mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 10(1), 33–47. <https://doi.org/10.22219/jipt.v10i1.19564>

- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (3rd ed.). Guilford Press.
- Hidayat, N. (2021). Social comparison dalam perspektif Islam: Antara syukur dan hasad. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 4(2), 103–115. <https://doi.org/10.24014/jpib.v4i2.15789>
- Jan, M., Soomro, S., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329–341. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Keyes, C. L. M. (2002). The mental health continuum: From languishing to flourishing in life. *Journal of Health and Social Behavior*, 43(2), 207–222. <https://doi.org/10.2307/3090197>
- Keyes, C. L. M. (2007). Promoting and protecting mental health as flourishing. *American Psychologist*, 62(2), 95–108. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.62.2.95>
- Kulas, J. T., Stachowski, A. A., & Haynes, B. A. (2008). Middle response functioning in Likert-responses to personality items. *Journal of Business and Psychology*, 22(3), 251–259. <https://doi.org/10.1007/s10869-008-9064-2>
- Kurniasari, E., & Dewi, D. K. (2022). Psychological well-being mahasiswa ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial TikTok. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.26740/jpp.v13n1.p1-15>
- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 1–62. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)

- Lee, S. Y., & Chae, Y. G. (2022). Exploring the role of social comparison in social media use and well-being. *Computers in Human Behavior, 134*, 107329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107329>
- Maharani, O. D., & Savira, S. I. (2023). Hubungan antara social comparison di TikTok dan psychological well-being dengan self-esteem sebagai mediator pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Undip, 22*(2), 100–116. <https://doi.org/10.14710/jpu.22.2.100-116>
- Maroqi, M. K. (2019). Uji validitas konstruk Rosenberg Self-Esteem Scale dengan analisis faktor konfirmatori pada remaja Jawa. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, 4*(2), 157–172. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v4i2.3701>
- Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem* (3rd ed.). Springer.
- Mulyani, S., & Cahyono, R. (2022). Pengaruh social comparison di media sosial terhadap harga diri dan kesejahteraan psikologis remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia, 11*(2), 200–215. <https://doi.org/10.30996/jpi.v11i2.6723>
- Muslih, M. (2022). Islamic concept of happiness and life satisfaction: A spiritual and psychological approach. *Indonesian Journal of Islamic Psychology, 4*(2), 89–102. <https://doi.org/10.21043/ijip.v4i2.12651>
- Nabila, R., & Ismail, F. (2025). TikTok's impact on Generation Z's mental health and social relationships. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/394583047>
- Nurhayati, D., & Lestari, A. (2023). Hubungan stres akademik dan kesejahteraan psikologis pada mahasiswa akhir di masa digitalisasi pembelajaran. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling, 15*(2), 78–90. <https://doi.org/10.24036/jppk.v15i2.548>
- Orth, U., Robins, R. W., & Widaman, K. F. (2012). Life-span development of self-esteem and its effects on important life outcomes. *Journal of*

- Personality and Social Psychology*, 102(6), 1271–1288.
<https://doi.org/10.1037/a0025558>
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (2024). *Profil perguruan tinggi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Panjaitan, M. E., & Rahmasari, D. (2021). Hubungan antara social comparison dengan subjective well-being pada mahasiswi psikologi UNESA pengguna Instagram. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 189–202. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i5.41318>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in simple and multiple mediation models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Priyatno, D. (2022). *Panduan praktis olah data menggunakan SPSS*. Andi Publisher.
- Putera, R. (2023). Karakteristik dan perilaku digital Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 15(1), 20–34. <https://doi.org/10.31294/jkti.v15i1.xxx>
- Puteri, D. A., & Trihandayani, D. (2022). Dampak social comparison pada pengguna TikTok terhadap body image dan self-esteem mahasiswi. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 11(1), 55–68. <https://doi.org/10.20473/jpkk.v11i1.xxx>
- Putri, N. A., Pratama, R., & Hidayat, M. (2021). Social media usage and psychological well-being among Indonesian students. *Indonesian Journal of Psychology*, 38(2), 145–160.
- Rahman, F. (2018). *Major themes of the Qur'an* (2nd ed.). University of Chicago Press.

- Rahmawati, D., & Amalia, R. (2022). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap stres, kecemasan, dan kesejahteraan psikologis mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 10(2), 89–102. <https://doi.org/10.22219/jipt.v10i2.xxx>
- Rahmawati, D., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap kesejahteraan psikologis remaja. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 8(2), 102–115.
- Rahmawati, N., & Amalia, D. (2022). Dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 123–135.
- Ramadhani, T. N., & Nurdibyanandaru, D. (2022). Pengaruh social media use terhadap self-esteem dan psychological well-being pada remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 8(2), 87–99. <https://doi.org/10.26858/jppk.v8i2.29175>
- Ramdhani, N., Djunaidi, A., & Salsabila, S. (2019). Psychological well-being pada mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 46(3), 201–214.
- Razali, N. M., & Wah, Y. B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21–33.
- Repi, A. L. D. R. (2019). Self-esteem menurut perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(1), 43–58. <https://doi.org/10.29080/jpp.v10i1.215>
- Riyadi, A. (2019). Spiritualitas dan kesejahteraan psikologis: Telaah integratif psikologi Islam. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, 16(2), 112–123.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of*

Psychology, 52(1), 141–166.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>

Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill Education.

Sari, N. P. (2022). Hubungan antara perbandingan sosial di media sosial dan kepuasan hidup pada mahasiswa. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Pendidikan*, 11(1), 56–65.

Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in the making*. Routledge.

Setyawati, A. (2021). Hubungan penggunaan media sosial dan perbandingan sosial terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 18(2), 101–115.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.

Sunardy, G. N., Abidin, F. A., & Qodariah, L. (2023). Adolescents' psychological well-being: Adaptation and validation of the BSPWB-A in Indonesia. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan Indonesia*, 12(1), 77–89.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

- Wahyuni, S., & Prasetyo, A. (2022). Analisis mediasi dengan metode bootstrapping PROCESS Hayes: Panduan aplikatif untuk penelitian psikologi. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 6(2), 112–124. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v6i2.xxx>
- Wang, J. L., Wang, H. Z., Gaskin, J., & Wang, L. H. (2015). The role of stress and motivation in problematic smartphone use among college students. *Computers in Human Behavior*, 53, 181–188. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.051>
- Wang, J. L., Gaskin, J., Rost, D. H., & Gentile, D. A. (2017). The reciprocal relationship between passive social networking site (SNS) usage and users' subjective well-being. *Social Science Computer Review*, 36(4), 511–522. <https://doi.org/10.1177/0894439317721981>
- Wardani, D. S., & Wulandari, R. (2021). Perkembangan identitas diri dan psychological well-being pada dewasa awal Generasi Z. *Jurnal Ilmu Psikologi Terapan*, 9(2), 44–58. <https://doi.org/10.22219/jipt.v9i2.xxx>
- 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>
- Yang, C. (2021). TikTok use and its impact on well-being: An investigation into social comparison orientation and self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 119, 106714. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106714>
- Yang, C. C. (2021). Instagram use, social comparison, and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 120, 106923. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106923>
- Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (2021). Social media social comparison and identity distress at the college transition. *Journal of Adolescence*, 92, 49–61. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2021.08.003>

- Yang, S. (2021). TikTok and social comparison among adolescents. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65(2), 203–225. <https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1951808>
- Yulianto, I. A., & Virlia, S. (2023). Pengaruh social comparison dan adiksi TikTok terhadap self-esteem pada remaja. *Jurnal Diversita*, 9(2), 228–238. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i2.9365>
- Yusuf, A. M., & Prihatiningsih, W. (2021). Penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa dan pengaruhnya terhadap konsep diri. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i1.xxx>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Social Comparison

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fakultas :

Program Studi :

Semester Durasi Penggunaan Tiktok :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering membandingkan keadaan orang yang saya cintai (pacar, anggota keluarga, dll) dengan keadaan orang lain.				
2.	Saya selalu menaruh banyak perhatian pada cara saya melakukan sesuatu dibandingkan dengan cara orang lain melakukan sesuatu.				
3.	Jika saya ingin mengetahui seberapa baik saya telah melakukan sesuatu, saya membandingkan apa yang telah saya lakukan dengan apa yang telah dilakukan orang lain.				

4.	Saya sering membandingkan kinerja sosial saya (misalnya keterampilan sosial, popularitas) dengan orang lain.				
5.	Saya bukan tipe orang yang sering membandingkan diri saya dengan orang lain				
6.	Saya sering membandingkan diri saya dengan orang lain dalam hal apa yang telah saya capai dalam hidup.				
7.	Saya sering berbicara dengan orang lain tentang pendapat dan pengalaman satu sama lain.				
8.	Saya sering mencoba mencari tahu pendapat orang lain yang menghadapi masalah serupa dengan saya.				
9.	Saya selalu bertanya-tanya apa yang akan dilakukan orang lain dalam situasi serupa.				
10.	Jika saya ingin mempelajari lebih lanjut tentang sesuatu, saya mencoba mencari tahu pendapat orang lain tentang hal tersebut.				
11.	Saya tidak pernah menganggap situasi hidup saya berhubungan dengan situasi kehidupan orang lain.				

Lampiran 2. Skala Kesejahteraan Psikologis

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fakultas :

Program Studi :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya.				
2.	Terkadang saya merasa sebagai orang yang sama sekali tidak baik.				
3.	Saya merasa banyak memiliki kelebihan dalam diri saya.				
4.	Saya mampu berbuat sebaik orang lain pada umumnya.				
5.	Tidak banyak yang bisa saya banggakan pada diri saya.				
6.	Saya sangat merasa tidak berguna sama sekali.				
7.	Saya merasa bahwa diri saya cukup berharga, setidaknya sama dengan orang lain.				
8.	Saya berharap bisa lebih menghargai diri sendiri.				
9.	Secara keseluruhan saya mengakui bahwa saya adalah orang yang gagal.				
10.	Saya bersikap positif terhadap diri sendiri.				

11.	Saya menyukai sebagian besar bagian dari kepribadian saya.				
12.	Ketika saya melihat perjalanan hidup saya, saya merasa puas dengan bagaimana semuanya berjalan sejauh ini.				
13.	Beberapa orang menjalani hidup tanpa tujuan, tetapi saya bukan salah satu dari mereka.				
14.	Tuntutan kehidupan sehari-hari sering membuat saya merasa tertekan.				
15.	Dalam banyak hal, saya merasa kecewa dengan pencapaian saya dalam hidup.				
16.	Menjaga hubungan dekat telah menjadi sesuatu yang sulit dan membuat frustrasi bagi saya.				
17.	Saya menjalani hidup sehari-hari tanpa terlalu memikirkan masa depan.				
18.	Secara umum, saya merasa saya mengendalikan situasi di mana saya hidup.				

Lampiran 3. Skala Kesejahteraan Psikologis

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fakultas :

Program Studi :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Saya pandai mengelola tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.				
2.	Terkadang saya merasa seolah-olah saya sudah melakukan semua yang bisa dilakukan dalam hidup.				
3.	Bagi saya, hidup adalah proses pembelajaran, perubahan, dan pertumbuhan yang berkelanjutan.				
4.	Saya pikir penting untuk memiliki pengalaman baru yang menantang cara berpikir saya tentang diri sendiri dan dunia.				
5.	Orang-orang akan menggambarkan saya sebagai orang yang suka memberi, bersedia berbagi waktu dengan orang lain.				
6.	Saya sudah lama menyerah untuk mencoba membuat perbaikan atau perubahan besar dalam hidup saya.				
7.	Saya cenderung dipengaruhi oleh orang-orang dengan pendapat yang kuat.				
8.	Saya belum pernah mengalami banyak hubungan yang hangat dan penuh kepercayaan dengan orang lain.				
9.	Saya percaya pada pendapat saya sendiri, meskipun berbeda dengan cara berpikir kebanyakan orang.				

10.	Saya menilai diri sendiri berdasarkan apa yang saya anggap penting, bukan berdasarkan nilai-nilai yang dianggap penting oleh orang lain.				
-----	--	--	--	--	--

Lampiran 4. Skoring Skala Social Comparison

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	17
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	26
4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	29
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	15
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	14
4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	17
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	2	4	2	3	1	1	2	4	4	3	28
1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	14
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	14
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	4	4	3	4	4	1	3	4	4	38
1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	21
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	19
3	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2	21
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	34
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	15
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	18
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
2	3	1	3	2	3	1	3	3	1	3	25
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	25
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	15
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	18
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	19
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	2	4	2	3	2	4	2	2	4	2	30
2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	40
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
1	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	17
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	1	4	1	3	1	4	1	1	4	1	24

3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	29
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	26
1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	38
1	4	3	4	1	4	3	4	4	3	4	35
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
1	4	3	4	1	4	3	4	4	3	4	35
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	27
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	38
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	37
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35

4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	2	32
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	3	1	3	4	3	1	3	3	1	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	38
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	21
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	26

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	26
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	29
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	18
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	28
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	29
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	4	2	4	3	4	2	4	4	2	4	36

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	2	32
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	17
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33

3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	25
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	26
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	1	2	1	4	1	2	1	1	2	1	20
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
2	4	1	4	2	4	1	4	4	1	4	31
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
3	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	18
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	32

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	38
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	41
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	40
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	41
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	40
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	40
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	41
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	41
3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	36

Lampiran 5. Skala Self-Esteem

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
1	4	1	2	1	4	1	1	4	1	20
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	23
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	24
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	26
2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31

3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	15
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	25
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
3	2	3	3	1	2	3	1	2	3	23
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
1	3	4	2	3	3	4	3	3	4	30
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	31
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	34
1	1	3	3	1	1	3	1	1	3	18
3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	25
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	26
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	30
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
1	1	1	1	1	2	1	4	4	1	17
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	1	3	3	4	1	3	4	1	3	26
1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	18
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38

4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	29
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	2	1	3	2	2	1	2	2	1	18
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	2	4	4	2	2	4	2	2	4	30
3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	27
2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	15
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	26
3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	24
2	2	3	4	1	2	3	1	2	3	23
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	21
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	22
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	24
4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	29
3	2	4	2	2	2	4	2	2	4	27
3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	26
3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	26

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	4	2	4	2	4	2	2	4	2	30
3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	27
3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	13
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	24
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
4	3	2	4	3	3	2	3	3	2	29
1	2	3	4	2	2	3	2	2	3	24
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	4	4	3	2	4	3	2	4	30
1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	31
4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	33
2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	27
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
2	1	4	3	4	1	4	4	1	4	28
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	1	4	4	1	4	4	33
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	24
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	2	4	2	3	2	4	3	2	4	29
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32

3	3	4	4	2	3	4	2	3	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	31
4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	29
2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	18
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
4	3	3	2	1	3	3	1	3	3	26
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	4	2	4	2	4	2	2	4	2	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	4	4	3	1	4	4	1	4	4	33
4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	32
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	32
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
4	1	3	3	3	1	3	3	1	3	25
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
2	4	2	3	2	4	2	2	4	2	27
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	37
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
1	2	4	1	2	2	4	2	2	4	24
4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	35
4	4	2	2	3	4	2	3	4	2	30
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	26

4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	4	3	4	2	4	4	2	4	33
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
4	2	4	4	2	2	4	2	2	4	30
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	26
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	2	3	3	4	2	3	4	2	3	29
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32

3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	35
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
3	2	3	1	1	2	3	1	2	3	21
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36

4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	32
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	34
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	32
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	4	2	2	4	4	2	4	4	2	31
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
3	2	4	4	2	2	4	2	2	4	29
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	29
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	36
3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	34
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
4	2	4	4	3	2	4	3	2	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	31
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	1	4	3	1	4	3	29
3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	4	4	3	2	4	3	2	4	31
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	2	3	4	2	2	3	2	2	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	23
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	25
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	33
1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	12
1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	13
2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	17
1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	15

2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	15
1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	13
2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	14

Lampiran 6. Skoring Skala Kesejahteraan Psikologis

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	45
2	4	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	4	1	37
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	41
2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	26
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	45
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	45
1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	26
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	41
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	46
4	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	30
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	50
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	64
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	50
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72

3	4	1	3	3	4	1	3	3	4	1	3	3	4	1	3	4	1	49
4	2	1	2	4	2	1	2	4	2	1	2	4	2	1	2	2	1	39
1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	27
3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	3	2	1	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	54
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	40
3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	55
2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	2	49
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	64
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	2	2	48
1	1	1	3	1	3	1	3	3	1	1	3	1	1	1	2	2	1	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59

3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	26
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	3	49
2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
2	1	2	3	2	1	2	3	2	1	2	3	2	1	2	3	1	2	35
2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	64
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	53
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	53
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	40
3	4	1	1	3	4	1	1	3	4	1	1	3	4	1	1	4	1	41
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	27
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	45

3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	54
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	46
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	45
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	54
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	45
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	1	2	35
1	1	3	3	1	1	3	3	1	1	3	3	1	1	3	3	1	3	36
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	3	1	2	3	3	1	2	3	3	1	2	3	3	1	2	3	1	40
4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	53
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	45
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	53
2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	32
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	3	59
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68

4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	55
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	53
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	3	2	41
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	54
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	3	2	57
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	60
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58

4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	4	50
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	31
2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	3	55
2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	44
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	54
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	3	49
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	60
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64

4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	54
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	50
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	46
3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	54
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	49
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	1	2	4	3	1	2	4	3	1	2	4	3	1	2	4	1	2	43
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	64
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	60
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62

3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	2	3	41
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	50
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	60
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	49

4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	32
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	54
4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	53
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	58
3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	2	58
4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	53
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63

4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	62
3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	53
3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	49
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	59
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	41
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
2	4	1	3	2	4	1	3	2	4	1	3	2	4	1	3	4	1	45
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	49
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	3	55
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	2	2	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	1	2	31
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	64
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	63

3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	63
2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	59
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	40
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	50
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	68
2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	27
1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	26
1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	28
2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	27
1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	26
2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	27
1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	26

Lampiran 7. Validitas Skala Social Comparison

		Correlations											
		SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7	SC8	SC9	SC10	SC11	SCTOT
SC1	Pearson Correlation	1	.428**	.362**	.428**	.998**	.429**	.370**	.425**	.414**	.362**	.418**	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC2	Pearson Correlation	.428**	1	.523**	1.000**	.425**	.998**	.529**	.982**	.984**	.523**	.991**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC3	Pearson Correlation	.362**	.523**	1	.523**	.367**	.516**	.981**	.506**	.520**	1.000**	.520**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC4	Pearson Correlation	.428**	1.000**	.523**	1	.425**	.998**	.529**	.982**	.984**	.523**	.991**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC5	Pearson Correlation	.998**	.425**	.367**	.425**	1	.423**	.364**	.422**	.419**	.367**	.419**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC6	Pearson Correlation	.429**	.998**	.516**	.998**	.423**	1	.533**	.981**	.975**	.516**	.986**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC7	Pearson Correlation	.370**	.529**	.981**	.529**	.364**	.533**	1	.516**	.511**	.981**	.522**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC8	Pearson Correlation	.425**	.982**	.506**	.982**	.422**	.981**	.516**	1	.984**	.506**	.980**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC9	Pearson Correlation	.414**	.984**	.520**	.984**	.419**	.975**	.511**	.984**	1	.520**	.996**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC10	Pearson Correlation	.362**	.523**	1.000**	.523**	.367**	.516**	.981**	.506**	.520**	1	.520**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SC11	Pearson Correlation	.418**	.991**	.520**	.991**	.419**	.986**	.522**	.980**	.996**	.520**	1	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SCTOT	Pearson Correlation	.620**	.930**	.750**	.930**	.619**	.927**	.752**	.919**	.921**	.750**	.925**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8. Validitas Skala Self-Esteem

		Correlations										
		SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	SE6	SE7	SE8	SE9	SE10	SETOT
SE1	Pearson Correlation	1	.398**	.501**	.430**	.449**	.389**	.504**	.428**	.375**	.504**	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE2	Pearson Correlation	.398**	1	.384**	.413**	.493**	.996**	.378**	.474**	.983**	.387**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE3	Pearson Correlation	.501**	.384**	1	.451**	.491**	.379**	.989**	.465**	.360**	.998**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE4	Pearson Correlation	.430**	.413**	.451**	1	.463**	.416**	.431**	.429**	.389**	.441**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE5	Pearson Correlation	.449**	.493**	.491**	.463**	1	.489**	.490**	.981**	.473**	.490**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE6	Pearson Correlation	.389**	.996**	.379**	.416**	.489**	1	.369**	.478**	.990**	.378**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE7	Pearson Correlation	.504**	.378**	.989**	.431**	.490**	.369**	1	.468**	.354**	.991**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE8	Pearson Correlation	.428**	.474**	.465**	.429**	.981**	.478**	.468**	1	.488**	.468**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE9	Pearson Correlation	.375**	.983**	.360**	.389**	.473**	.990**	.354**	.488**	1	.363**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SE10	Pearson Correlation	.504**	.387**	.998**	.441**	.490**	.378**	.991**	.468**	.363**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SETOT	Pearson Correlation	.656**	.793**	.786**	.640**	.776**	.791**	.780**	.758**	.776**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 9. Validitas Skala Kesejahteraan Psikologis

		Correlations																		
		PWB1	PWB2	PWB3	PWB4	PWB5	PWB6	PWB7	PWB8	PWB9	PWB10	PWB11	PWB12	PWB13	PWB14	PWB15	PWB16	PWB17	PWB18	PWB19
PWB1	Pearson Correlation	1	.444**	.479**	.392**	1.000**	.434**	.482**	.398**	.992**	.447**	.474**	.383**	.992**	.439**	.474**	.391**	.434**	.474**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB2	Pearson Correlation	.444**	1	.533**	.468**	.444**	.990**	.533**	.469**	.431**	.998**	.532**	.468**	.443**	.998**	.532**	.475**	.996**	.532**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB3	Pearson Correlation	.479**	.533**	1	.510**	.479**	.521**	.998**	.511**	.467**	.532**	.998**	.510**	.478**	.532**	.998**	.517**	.528**	.998**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB4	Pearson Correlation	.392**	.468**	.510**	1	.392**	.475**	.514**	.998**	.394**	.472**	.505**	.991**	.382**	.463**	.505**	.989**	.465**	.505**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB5	Pearson Correlation	1.000**	.444**	.479**	.392**	1	.434**	.482**	.388**	.992**	.447**	.474**	.383**	.992**	.439**	.474**	.391**	.434**	.474**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB6	Pearson Correlation	.434**	.990**	.521**	.475**	.434**	1	.525**	.471**	.437**	.992**	.516**	.466**	.426**	.985**	.516**	.465**	.990**	.516**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB7	Pearson Correlation	.482**	.533**	.998**	.514**	.482**	.525**	1	.511**	.470**	.535**	.993**	.506**	.474**	.528**	.993**	.513**	.524**	.993**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB8	Pearson Correlation	.388**	.469**	.511**	.998**	.388**	.471**	.511**	1	.390**	.469**	.510**	.998**	.387**	.468**	.510**	.995**	.470**	.510**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB9	Pearson Correlation	.992**	.431**	.467**	.394**	.992**	.437**	.470**	.390**	1	.434**	.462**	.385**	.984**	.426**	.462**	.384**	.428**	.462**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB10	Pearson Correlation	.447**	.998**	.532**	.472**	.447**	.535**	.469**	.434**	.470**	1	.527**	.463**	.438**	.992**	.527**	.471**	.991**	.527**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB11	Pearson Correlation	.474**	.532**	.998**	.505**	.474**	.516**	.993**	.510**	.462**	.527**	1	.513**	.481**	.535**	1.000**	.520**	.530**	1.000**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB12	Pearson Correlation	.383**	.468**	.510**	.991**	.383**	.466**	.506**	.998**	.385**	.463**	.513**	1	.390**	.471**	.513**	.998**	.473**	.513**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB13	Pearson Correlation	.992**	.443**	.478**	.382**	.992**	.426**	.474**	.387**	.984**	.438**	.481**	.390**	1	.446**	.481**	.398**	.440**	.481**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB14	Pearson Correlation	.439**	.998**	.532**	.463**	.439**	.985**	.528**	.468**	.426**	.992**	.535**	.471**	.446**	1	.535**	.478**	.998**	.535**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB15	Pearson Correlation	.474**	.532**	.998**	.505**	.474**	.516**	.993**	.510**	.462**	.527**	1.000**	.513**	.481**	.535**	1	.520**	.530**	1.000**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB16	Pearson Correlation	.391**	.475**	.517**	.989**	.391**	.465**	.513**	.995**	.384**	.471**	.520**	.998**	.398**	.478**	.520**	1	.476**	.520**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB17	Pearson Correlation	.434**	.998**	.528**	.465**	.434**	.990**	.524**	.470**	.428**	.991**	.530**	.473**	.440**	.998**	.530**	.476**	1	.530**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB18	Pearson Correlation	.474**	.532**	.998**	.505**	.474**	.516**	.993**	.510**	.462**	.527**	1.000**	.513**	.481**	.535**	1.000**	.520**	.530**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
PWB19	Pearson Correlation	.723**	.808**	.834**	.732**	.723**	.799**	.832**	.734**	.714**	.807**	.832**	.732**	.723**	.807**	.832**	.738**	.805**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 10. Reliabilitas Skala Social Comparison

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	11

Lampiran 11. Reliabilitas Skala Self-Esteem

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	10

Lampiran 12. Reliabilitas Skala Kesejahteraan Psikologis

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	18

Lampiran 13. Analisis Data

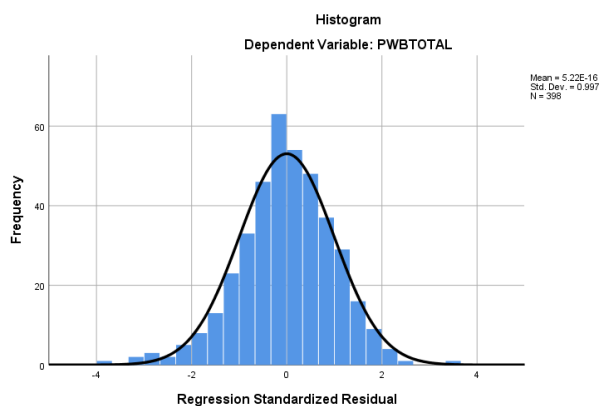
1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

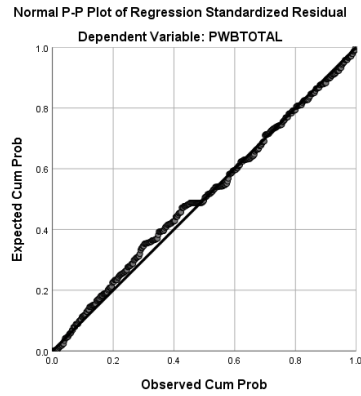
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SCTOT	398	33.00	11.00	44.00	33.6156	7.50821
PWBTOT	398	54.00	18.00	72.00	56.0905	11.22573
SETOT	398	30.00	10.00	40.00	31.5352	5.88663
Valid N (listwise)	398					

2. Uji Normalitas

a. Histogram



b. P-P Plot



c. One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		398
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.52774173
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.024
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

3. Uji Multikolinearitas

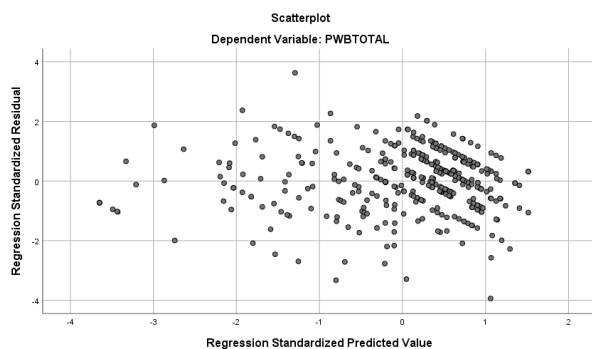
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.032	1.809		3.888	.000		
	<i>Social Comparison</i>	.488	.065	.326	7.561	.000	.460	2.175
	<i>Self-Esteem</i>	1.036	.082	.543	12.588	.000	.460	2.175

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

4. Uji Heteroskedastisitas



5. Uji Korelasi

a. Korelasi *Social Comparison* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Self-Esteem*

Uji Korelasi

	<i>Social_Comparison</i>	<i>Self_Esteem</i>
<i>Social_Comparison</i> Pearson Correlation	1	.735**
Sig. (2-tailed)		.000
N	398	398

<i>Self_Esteem</i>	Pearson Correlation	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Korelasi *Self-Esteem* terhadap *Psychological Well-Being*

Uji Korelasi

		<i>Self_Esteem</i>	<i>Psychological Well-Being</i>
<i>Self_Esteem</i>	Pearson Correlation	1	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
<i>Psychological Well-Being</i>	Pearson Correlation	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Korelasi *Social Comparison* pada Aplikasi Tiktok terhadap *Psychological Well-Being*

Uji Korelasi

		<i>Social_Comparison</i>	<i>Psychological Well-Being</i>
<i>Social_Comparison</i>	Pearson Correlation	1	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
<i>Psychological Well-Being</i>	Pearson Correlation	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Uji Mediasi

a. Jalur A : Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Self-Esteem*

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,735	,540	15,975	465,151	1,000	396,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	7,032	1,809	3,888	,000	3,476	10,588
<i>Social Comparison</i>	,488	,065	7,561	,000	,361	,615
<i>Self-Esteem</i>	1,036	,082	12,588	,000	,874	1,198

Standardized coefficients	
	coeff

<i>Social Comparison</i>	,326
<i>Self-Esteem</i>	,543

b. Jalur b dan c': Pengaruh *Self-Esteem* dan *Social Comparison* terhadap *Psychological Well-Being*

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,725	,526	59,857	439,811	1,000	396,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	19,632	1,781	11,022	,000	16,130	23,134
<i>Social Comparison</i>	1,085	,052	20,972	,000	,983	1,186

Standardized coefficients	
	coeff
<i>Social Comparison</i>	,725

c. *Total Effect* : Pengaruh Total *Social Comparison* terhadap *Psychological Well-Being*

Model Summary						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,725	,526	59,857	439,811	1,000	396,000	,000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	19,632	1,781	11,022	,000	16,130	23,134
<i>Social Comparison</i>	1,085	,052	20,972	,000	,983	1,186

Standardized coefficients	
	coeff
<i>Social Comparison</i>	,725

d. Efek Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

<i>Total effect of X on Y</i>						
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_cs
1,085	,052	20,972	,000	,983	1,186	,725

<i>Direct effect of X on Y</i>						
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_cs
,488	,065	7,561	,000	,361	,615	,326

<i>Indirect effect(s) of X on Y</i>				
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
<i>Self-Esteem</i>	,597	,006	,467	,730

<i>Completely standardized indirect effect(s) of X on Y</i>				
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
<i>Self-Esteem</i>	,399	,040	,319	,478