

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Media sosial yang semakin berkembang kini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Pengguna semakin aktif berbagi pemikiran dan pengalaman pribadi, serta mencari validasi dari orang lain melalui platform tersebut. Dilansir dari WeAreSocial 2024 jumlah penduduk di Indonesia mencapai 278,7 juta jiwa, dan telah beredar kartu internet 353,3 juta. Menurut Kataboks.katadata.co.id adanya peningkatan jumlah pengguna media sosial tahun 2024 ke 2025 sebesar 4 juta, dari 139 juta menjadi 143 juta pengguna, menunjukkan pertumbuhan sebesar 2,9% dalam satu tahun.

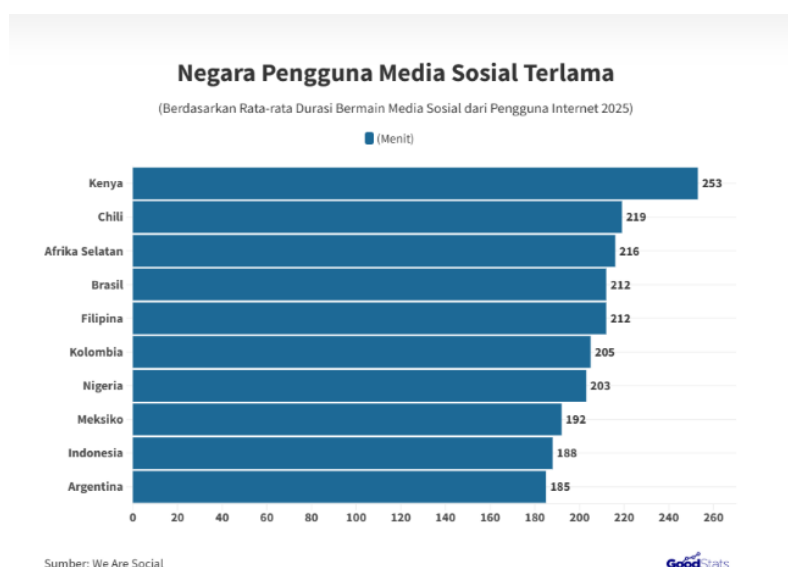
Menurut laporan dari DataReportal, penggunaan media sosial di Indonesia masih didominasi oleh kelompok usia muda dan dewasa awal. Mereka adalah generasi yang paling aktif dan terhubung dengan dunia digital. Data menunjukkan bahwa kelompok usia 25–34 tahun merupakan pengguna terbanyak, yaitu sebesar 16,6%. Tepat di bawahnya, kelompok usia 18–24 tahun menempati posisi kedua dengan persentase 15,4%. Sementara itu, kelompok usia 35–44 tahun menyumbang 14% dari total pengguna, menunjukkan masih cukup aktifnya kelompok usia produktif dalam menggunakan media sosial. Namun, tren penggunaan cenderung menurun seiring bertambahnya usia. Kelompok usia 45–54 tahun hanya menyumbang 7,3%, usia 55–64 tahun sebesar 2,9%, dan yang paling sedikit berasal dari kelompok usia lanjut (65 tahun ke atas) dengan hanya 0,9%.

Menariknya, kelompok remaja usia 13–17 tahun juga turut berkontribusi sebanyak 5,3%. Dari data ini bisa disimpulkan bahwa kelompok usia 18–24 tahun merupakan pengguna media sosial terbesar kedua, menegaskan betapa eratnya keterikatan generasi muda Indonesia dengan platform digital dalam keseharian mereka. Kelompok rentang usia tersebut masuk ke dalam generasi Z yang lahir antara tahun 1998 hingga 2010 (Kristyowati, 2021), termasuk salah satu kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial di Indonesia.

Generasi Z, yang dikenal dengan kemampuannya beradaptasi dengan teknologi, memiliki keunggulan berupa pemikiran kreatif. Generasi Z ini juga memiliki kelebihan yang lain seperti *multitasking*, inovatif, berpikir kritis, kolaborasi (sesama generasi Z lebih menyukai untuk berkerja sama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya), dan audio-visual (generasi ini lebih menikmati video, gambar, foto). Generasi Z juga memiliki kelemahan, mereka juga cenderung mudah menyerah dan merasa sakit hati ketika menghadapi masalah (Kasali, 2018). Generasi ini tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang memudahkan akses informasi dan barang, namun juga membawa tuntutan yang besar. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi serba cepat, sehingga terbentuk kebiasaan untuk memperoleh sesuatu secara instan. Kebiasaan instan ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, seperti kemudahan mengakses informasi, melakukan transaksi online, mendapatkan hiburan, hingga membangun interaksi sosial melalui media digital.

Kebiasaan instan ini sering kali membuat mereka merasa tidak sabar menghadapi tantangan, sehingga cenderung menghindari atau melarikan diri dari masalah. Salah satu dampak besar dari perkembangan teknologi tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial, yang tidak hanya memudahkan komunikasi, tetapi juga berperan besar dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta kondisi psikologis individu, termasuk dalam hal bagaimana mereka mengevaluasi kebahagiaan dan kepuasan hidup mereka, atau yang dikenal dengan kesejahteraan subjektif.

We Are Social (2025) mengungkapkan bahwa Indonesia menempati posisi kesembilan di dunia dalam hal rata-rata durasi penggunaan media sosial. Masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam 8 menit setiap harinya hanya untuk berselancar di berbagai platform media sosial. Angka ini mencerminkan tingginya intensitas keterlibatan pengguna di Indonesia dalam aktivitas digital sehari-hari. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial sudah menjadi bagian yang sangat melekat dalam kehidupan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung aktif dan adaptif terhadap teknologi.



Gambar 1.1 Tabel Negara Pengguna Media Sosial Terlama Menurut We Are Social

Hasil penelitian dari Triastuti et al., (2025) dari 110 responden terdapat 62 responden atau 56,4% menunjukkan bahwa tingkat stres pada Generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh penggunaan media sosial, di mana banyak responden menganggap media sosial sebagai sumber ancaman yang dapat memicu kecemasan dan stress. Menurut Wijaya (2017 dalam Manita et al., 2019) terdapat peranan negatif dan signifikan *Subjective Well-being* (SWB) terhadap stres, Jika tingkat kesejahteraan subjektif (*subjective well-being*/SWB) seseorang tinggi, maka tingkat stresnya cenderung rendah. Sebaliknya, jika SWB rendah, maka kemungkinan stres yang dirasakan akan lebih tinggi. Tingginya intensitas penggunaan media sosial ini berpotensi mempengaruhi berbagai aspek psikologis, salah satunya adalah kesejahteraan subjektif atau *subjective well-being* (SWB).

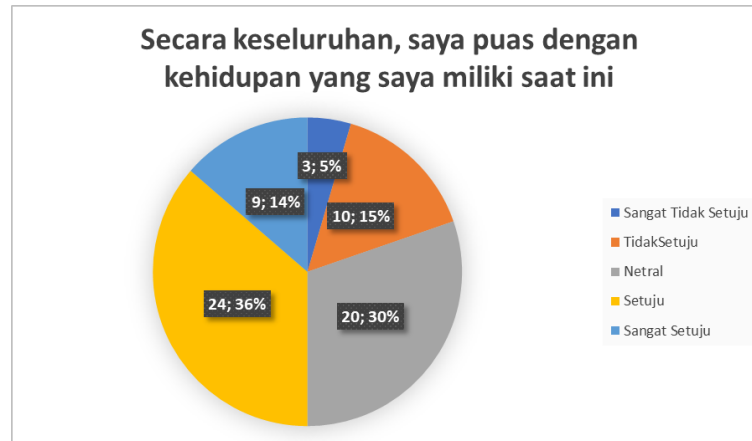
Menurut Faiza & Maryam (2024) penggunaan media sosial yang berlebihan dapat membuat Generasi Z lebih rentan mengalami kecemasan sosial, yang pada akhirnya bisa menurunkan tingkat kesejahteraan subjektif (SWB) mereka. Menurut Indrawati (2021), terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat *subjective well-being* seseorang. Semakin sering seseorang menggunakan Instagram, terutama secara intens tanpa kontrol, semakin besar kemungkinan tingkat kesejahteraan subjektifnya menurun. *Subjective well-being* (SWB) sendiri merujuk pada

bagaimana individu mengevaluasi kehidupannya secara keseluruhan, mencakup kepuasan hidup serta intensitas emosi positif dan negatif yang dialami. Aktivitas di media sosial seperti membandingkan diri dengan orang lain, mencari validasi sosial, hingga membagikan pengalaman pribadi dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri dan kualitas hidupnya. Pada Generasi Z yang sangat akrab dengan media sosial, pola-pola penggunaan seperti ini berpotensi lebih besar memengaruhi kondisi psikologis mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak penggunaan media sosial terhadap *subjective well-being* agar generasi ini lebih sadar dalam mengelola eksistensi digitalnya secara sehat., berhubungan dengan tingkat kesejahteraan subjektif yang mereka rasakan. Diener et al. (2015, dalam Wardah & Jannah, 2023) menyatakan bahwa kesejahteraan subjektif merupakan hasil dari penilaian individu terhadap kehidupannya, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, salah satunya adalah interaksi sosial yang mereka lakukan.

Saat ini, media sosial menjadi salah satu cara untuk berinteraksi dengan orang lain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2023), media sosial dijelaskan sebagai platform online yang memungkinkan penggunaanya untuk berkomunikasi, berbagi, dan membuat konten yang bisa dilihat oleh orang lain. Menurut Kamil dan Tanno (2022), informasi yang dibagikan lewat media sosial disebarkan secara langsung, tanpa harus melalui perantara seperti media tradisional. Penyebaran informasi ini dapat menjadi sumber perbandingan sosial yang tidak sehat, yang seringkali mengarah pada perasaan kurang puas terhadap diri sendiri.

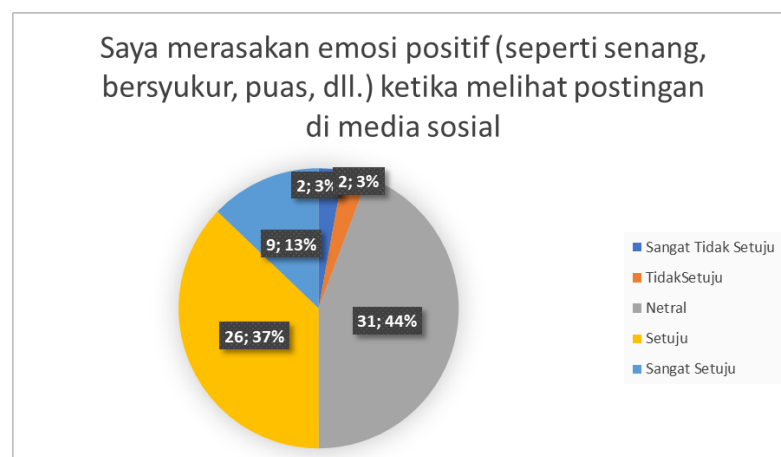
Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Panjaitan & Rahmasari (2021) yang menemukan adanya hubungan negatif antara *social comparison* dan *subjective well-being*. Dengan tingginya dominasi penggunaan media sosial oleh Generasi Z, fenomena ini menjadi faktor baru yang mempengaruhi kesejahteraan subjektif mereka. Jika *subjective well-being* pada seseorang dapat dikatakan baik memiliki risiko lebih rendah terhadap penyakit kronis dan tingkat kematian yang lebih rendah. Hal ini disebabkan oleh pengaruh SWB terhadap proses fisiologis, perilaku kesehatan yang baik, dan hubungan sosial yang memuaskan. Jika *subjective well-*

*being* pada seseorang tersebut buruk maka cenderung mengalami stres kronis, depresi, dan gangguan kesehatan mental lainnya.



Gambar 1.2 *Pie Chart Preliminary Research Aspek Kepuasan Hidup*

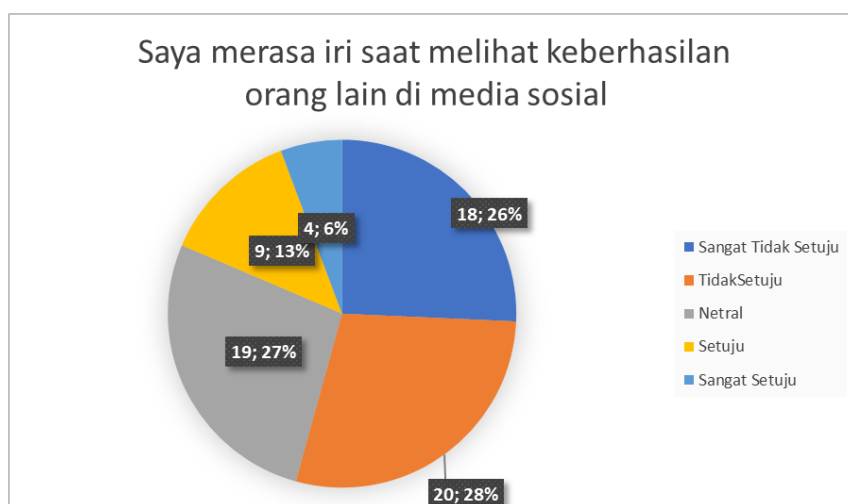
Berdasarkan data dari gambar 1.2 dapat diketahui bahwa pada aspek kepuasan hidup terdapat 24 dari 70 responden yang merasa puas dengan kehidupan yang dimiliki saat ini, dan terdapat 9 dari 70 responden merasa sangat puas dengan kehidupan yang dimiliki saat ini. Terdapat 20 dari 70 responden yang memilih netral, hal ini dapat diartikan kadang-kadang responden tidak setuju dan kadang-kadang setuju atas pernyataan tersebut. Namun, terdapat juga 10 dari 70 responden yang tidak puas dengan kehidupan yang dimiliki saat ini, dan 3 dari 70 responden merasa sangat tidak puas dengan kehidupan yang dimiliki saat ini.



Gambar 1.3 *Pie Chart Preliminary Research Aspek Afeksi Positif*

Berdasarkan data dari gambar 1.3 dapat diketahui bahwa pada aspek afeksi positif, terdapat 26 dari 70 responden yang setuju dapat merasakan emosi positif ketika melihat postingan di media sosial, dan terdapat 9 dari 70 responden yang sangat setuju dapat merasakan emosi ketika melihat postingan di media sosial. Terdapat 31 dari 70 responden yang memilih untuk netral, netral dapat diartikan bahwa terkadang merasakan emosi positif dan terkadang tidak merasakan emosi positif. Namun, terdapat juga 2 dari 70 responden yang tidak setuju dapat merasakan emosi positif saat melihat postingan di media sosial, dan 2 dari 70 responden yang sangat tidak setuju dapat merasakan emosi positif ketika melihat postingan di media sosial.

Menurut Apriansyah (2020), mahasiswa sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan, terutama saat merasa bosan, baik di dalam maupun di luar kampus. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata penggunaan media sosial digunakan responden untuk sarana hiburan saja.



Gambar 1.4 *Pie Chart Preliminary Research Aspek Afeksi Negatif*

Berdasarkan data dari gambar 1.4 dapat diketahui bahwa pada aspek afeksi negatif, terdapat 9 dari 70 responden yang setuju iri saat melihat keberhasilan orang lain di media sosial, dan terdapat 4 dari 70 responden yang sangat setuju iri saat melihat keberhasilan orang lain di media sosial. Terdapat 19 dari 70 responden yang

memilih netral, dapat diartikan bahwa 19 responden tersebut kadang-kadang merasakan emosi negatif tetapi juga kadang-kadang tidak merasakan emosi negatif. Namun, terdapat juga 20 dari 70 responden yang tidak setuju iri saat melihat keberhasilan orang lain di media sosial, dan terdapat 18 dari 70 responden yang sangat tidak setuju iri saat melihat keberhasilan orang lain di media sosial. Data pada aspek ini juga mendukung pada aspek sebelumnya dimana pada aspek negatif responden mendominasi pada jawaban tidak setuju, sehingga dapat diartikan bahwa responden merasakan emosi positif.

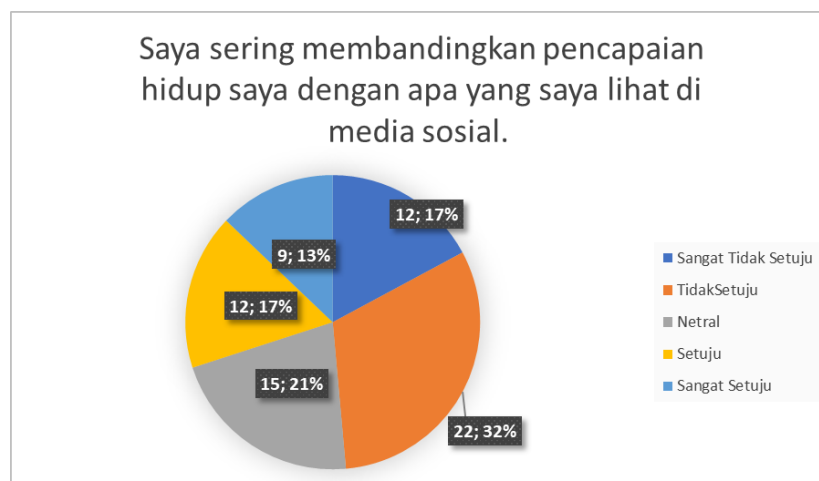
Dari ketiga aspek di atas dapat dikatakan tingkat kesejahteraan subjektif pada generasi Z yang telah ditemukan dapat dikatakan cukup baik, hal ini dipengaruhi oleh bagaimana individu tersebut menggunakan media sosial dengan intensitas waktu yang cukup. Menurut Wu et al., (2023) penggunaan media sosial memiliki efek langsung yang positif terhadap kesejahteraan subjektif (SWB). Artinya, semakin sering seseorang menggunakan media sosial, semakin tinggi pula tingkat kebahagiaan yang dirasakannya secara langsung.

Temuan ini menjadi relevan ketika dikaitkan dengan karakteristik psikologis Generasi Z yang berada pada fase remaja akhir hingga dewasa awal. Pada fase perkembangan ini, individu masih berada dalam proses pembentukan identitas diri dan evaluasi diri, sehingga kondisi *subjective well-being* (SWB), khususnya aspek afektif, cenderung bersifat fluktuatif. Meskipun sebagian besar responden menunjukkan tingkat afeksi negatif yang relatif rendah, keberadaan responden yang masih merasakan iri atau ketidaknyamanan menunjukkan bahwa pengalaman emosional Generasi Z pengguna media sosial tidak sepenuhnya stabil dan dapat berubah bergantung pada situasi serta paparan konten yang mereka terima.

Secara teoretis, *subjective well-being* memiliki dua komponen utama, yaitu komponen kognitif yang relatif lebih stabil dalam jangka panjang dan komponen afektif yang lebih sensitif terhadap pengalaman sehari-hari serta *stressor* lingkungan (Diener et al., 2010). Pada kelompok Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, perubahan kondisi afektif ini berpotensi berkaitan dengan proses evaluasi diri yang muncul ketika individu terpapar pencapaian, gaya hidup, atau keberhasilan orang lain secara berulang. Oleh karena itu, meskipun

afeksi negatif tidak mendominasi pada sebagian besar responden, kemunculan emosi seperti iri dapat menjadi indikator awal adanya proses *social comparison*.

Dengan demikian, kondisi afeksi negatif yang relatif rendah namun tetap muncul pada sebagian responden dapat menjadi pengantar untuk memahami bagaimana kecenderungan *social comparison* hadir dalam kehidupan Generasi Z pengguna media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa *social comparison* tidak selalu berdampak langsung pada penurunan kesejahteraan afektif, tetapi dapat muncul secara lebih halus dan situasional, sebagaimana akan dibahas lebih lanjut pada bagian *preliminary research* terkait aspek *social comparison*.



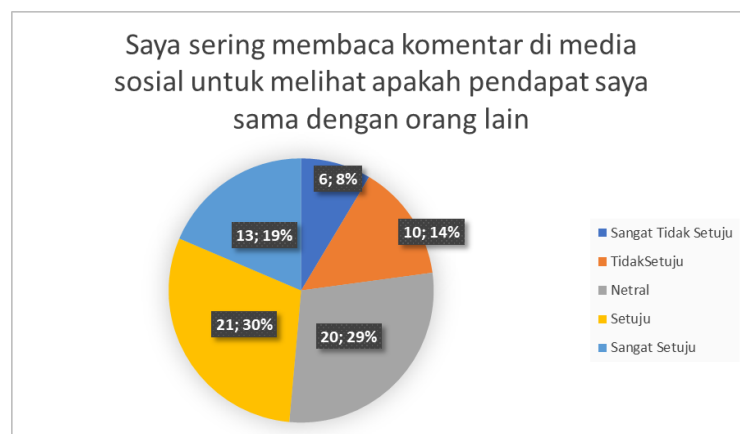
Gambar 1.5 Pie Chart Preliminary Research Aspek Kemampuan

Berdasarkan data dari gambar 1.5 dapat diketahui bahwa pada aspek kemampuan, terdapat 12 dari 70 responden yang sering membandingkan pencapaian hidup diri sendiri terhadap orang lain, dan terdapat 9 dari 70 responden yang sangat setuju sering membandingkan pencapaian hidup diri sendiri terhadap orang lain. Terdapat 15 dari 70 responden yang memilih jawaban netral, dapat diartikan bahwa kadang-kadang responden sering membandingkan pencapaian hidupnya dengan pencapaian hidup orang lain, tetapi kadang-kadang juga tidak sering membandingkan pencapaian hidupnya dengan pencapaian hidup orang lain. Namun, terdapat juga 22 dari 70 responden yang tidak setuju membandingkan



pencapaian hidup dirinya terhadap orang lain, dan terdapat 12 dari 70 yang sangat tidak setuju membandingkan pencapaian hidup dirinya terhadap orang lain.

Berdasarkan respons dari responden pada aspek kemampuan, dapat diketahui bahwa respons dari informan didominasi dengan jawaban tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden dapat dikatakan tidak membandingkan pencapaian ataupun prestasi dari orang lain ke diri mereka sendiri. Dapat dikatakan juga bahwa responden lebih cenderung bersyukur atas pencapaian yang telah mereka capai.



Gambar 1.6 *Pie Chart Preliminary Research Aspek Pendapat*

Berdasarkan data dari gambar 1.6 dapat diketahui bahwa pada aspek pendapat, terdapat 21 dari 70 responden setuju sering membaca komentar di media sosial untuk melihat apakah pendapatnya sama dengan orang lain, dan terdapat 13 dari 70 responden sangat setuju sering membaca komentar di media sosial untuk sering melihat apakah pendapatnya sama dengan orang lain. Terdapat 20 dari 70 responden yang memilih jawaban netral, netral dapat diartikan bahwa responden kadang-kadang merasa sering membaca komentar di media sosial untuk melihat pendapatnya sama dengan orang lain, namun kadang-kadang juga merasa tidak sering membaca komentar di media sosial untuk melihat Lalu terdapat juga 10 dari 70 responden tidak setuju untuk sering melihat apakah pendapatnya sama dengan orang lain, dan terdapat 6 dari 70 responden yang sangat tidak setuju untuk sering melihat apakah pendapatnya sama dengan orang lain.

Pada *Preliminary Research* terdapat aitem pertanyaan “Ketika anda membandingkan diri anda terhadap orang lain apakah anda menjadi termotivasi atau tidak? Berikan alasannya!” Ada 35 dari 70 responden memberikan alasan dan diantaranya 5 membuat diri mereka tertekan. Terdapat 30 responden menjawab:

- |  |         |
|--|---------|
| “Menjadi termotivasi untuk menjadi yg lebih baik”          | - A, 21 |
| “Ya termotivasi untuk improving diri”                      | - K, 18 |
| “iya, karena merasa kalau org lain bisa kenapa saya tidak” | - F, 21 |

Dalam teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger (1954, dalam Hasnawi & Aviani, 2020), dijelaskan bahwa individu secara alami membandingkan dirinya dengan orang lain di sekitarnya sebagai cara untuk mengevaluasi diri. Generasi Z yang sangat akrab dengan media sosial cenderung mudah melakukan perbandingan ini, bahkan sering kali secara tidak sadar. Ketika melihat pengalaman hidup orang lain yang tampak lebih baik di media sosial, individu bisa merasa bahwa dirinya tidak cukup baik atau tidak mampu mencapai hal serupa. Perbandingan diri sendiri dengan orang lain yang dilakukan terus-menerus dapat mengakibatkan *subjective well-being* yang cukup rendah, hal ini dapat memicu penyakit-penyakit mental seperti depresi. Menemukan bahwa aktivitas membandingkan diri dengan orang lain di media sosial, khususnya Instagram, memiliki keterkaitan yang cukup kuat dalam kategori sedang dengan munculnya gejala depresi pada kalangan mahasiswa. Artinya, semakin sering seseorang melakukan *social comparison* melalui platform tersebut, semakin besar kemungkinan ia mengalami tekanan psikologis atau perasaan tidak berdaya yang mengarah pada gejala depresi.

Menurut Auliannisa & Hatta, (2022) menemukan bahwa aktivitas membandingkan diri dengan orang lain di media sosial, khususnya Instagram, memiliki keterkaitan yang cukup kuat dalam kategori sedang dengan munculnya gejala depresi pada kalangan mahasiswa. Artinya, semakin sering seseorang melakukan *social comparison* melalui platform tersebut, semakin besar

kemungkinan ia mengalami tekanan psikologis atau perasaan tidak berdaya yang mengarah pada gejala depresi.

Menurut McComb, Vanman, dan Tobin (2023), ditemukan bahwa paparan terhadap konten media sosial yang menampilkan figur-figur dengan kehidupan yang tampak lebih ideal (seperti keberhasilan, penampilan menarik, atau status sosial tinggi) dapat berdampak negatif terhadap evaluasi diri dan kondisi emosional individu. Hal ini membuat seseorang akan membandingkan dirinya dengan orang lain. Festinger (1954, dalam Intan Dinata & Pratama, 2022) perbandingan sosial terbagi menjadi dua jenis, yaitu membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih baik (*upward comparison*), dan membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih rendah (*downward comparison*) dari diri sendiri. Dalam fenomena yang terjadi generasi Z adalah *upward social comparison* melalui media sosial berkontribusi pada penurunan harga diri, munculnya perasaan iri, serta ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Efek negatif ini cenderung lebih kuat apabila aspek yang dibandingkan merupakan hal yang dianggap penting oleh individu, misalnya terkait penampilan atau pencapaian hidup. Penemuan ini menandakan bahwa penggunaan media sosial yang mendorong perbandingan sosial ke atas berpotensi menurunkan *subjective well-being*, terutama jika tidak disertai dengan kemampuan mengelola emosi atau strategi coping yang adaptif. Menurut (Enim, 2024) terdapat lebih dari 50% dari 200 responden memiliki tingkat *subjective well-being* tingkat sedang dan melakukan *social comparison* tingkat sedang.

Berdasarkan data *preliminary research*, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* yang dilakukan oleh Generasi Z lebih mendominasi di aspek pendapat, responden juga memiliki kepuasan hidup yang cukup baik dan menjadikan pencapaian hidup seseorang menjadi motivasi dirinya agar terpicu menjadi seseorang tersebut. Nugraha & Hasanah, Ima Fitri (2023) menemukan mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram, kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain (*social comparison*) berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan subjektif (*subjective well-being*) mereka. Namun, arah pengaruhnya cenderung negatif, yang berarti semakin sering individu terlibat dalam perbandingan sosial di

media sosial, semakin rentan mereka mengalami penurunan perasaan bahagia dan kepuasan hidup.

Perbedaan data penelitian sebelumnya dengan data temuan pada penelitian ini dapat ditemukan sebuah perbedaan yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu rasa harga diri, ciri kepribadian, dukungan dari lingkungan sosial, serta karakteristik demografis (jenis kelamin, usia, status pernikahan, tingkat pendapatan, latar belakang pendidikan, dan jenis pekerjaan).

Mengingat adanya perbedaan temuan antara penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya, maka diperlukan penelitian lanjutan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara *social comparison* dan *subjective well-being* pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana hubungan antara kecenderungan melakukan *social comparison* dengan tingkat *subjective well-being* pada individu yang tergolong dalam Generasi Z. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keterkaitan antara variabel *social comparison* (X) dan *subjective well-being* (Y), khususnya dalam konteks penggunaan media sosial.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian pada:

- a. *Social comparison* dibatasi pada individu pengguna aktif sosial media.
- b. Partisipan dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berusia 18-27 tahun.
- c. Penelitian ini berfokus kepada uji hubungan (penelitian korelasional) antara *social comparison* sosial yang didapatkan oleh subjek dengan *subjective well-being* yang dimiliki subjek.
- d. Penelitian ini menggunakan 2 alat ukur untuk mengukur tingkat *subjective well-being* responden.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini :

- a. "Apakah ada hubungan antara *social comparison* dengan kepuasan hidup pada generasi Z pengguna aktif media sosial?"
- b. "Apakah ada hubungan antara *social comparison* dengan afeksi positif dan negatif pada generasi Z pengguna aktif media sosial?"

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui :

- a. ada tidaknya hubungan antara *social comparison* terhadap kepuasan hidup pada generasi Z pengguna aktif media sosial."
- b. Ada tidaknya hubungan antara *social comparison* terhadap afeksi positif dan negatif pada generasi Z pengguna aktif media sosial.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan dan penguatan landasan teoritis di bidang ilmu psikologi, khususnya dalam ranah *Psikologi Klinis* yang berkaitan dengan teori *subjective well-being* pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, serta hubungannya dengan kecenderungan melakukan *social comparison*. Selain itu, temuan dari studi ini juga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dalam bidang *Psikologi Sosial*, terutama dalam memahami dinamika sosial yang memengaruhi kesejahteraan individu di era digital.

##### 1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi generasi Z pengguna aktif media sosial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wasasan bagi individu yang pengguna aktif media sosial dan secara sadar melakukan perbandingan diri dapat menyadari hal yang telah dilakukan dapat berdampak pada *subjective well-being* individu. Selain itu, diharapkan juga individu dapat mendapat wawasan bahwa *subjective well-being*.

- b. Bagi orang tua generasi Z

Hasil dari penelitian ini diharapkan membantu orang tua memahami risiko psikologis media sosial terkait hubungan *social comparison* dengan *subjective well-being* pada generasi Z yang pengguna aktif media sosial.