

HUBUNGAN ANTARA *SELF-WORTH*, *SELF-COMPASSION* DENGAN *SUBJECTIVE WELL-BEING* PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

Sekar Aprilia Imaniar¹, Wiwien Dinar Pratisti²
f100190236@student.ums.ac.id¹, wdp206@ums.ac.id²
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta¹²

Abstrak

Mahasiswa berada dalam fase mengoptimalkan potensi dan berusaha melakukan pencapaian untuk mencapai kebahagiaan dan kepuasan dalam hidup. Penggunaan Instagram pada mahasiswa dapat memengaruhi *Subjective Well-Being*. Faktor yang memengaruhi *Subjective Well-Being* diantaranya penilaian diri (*Self-Worth*) dan belas kasih diri (*Self-Compassion*). Tujuan penelitian ini adalah menguji apakah *Self-Worth* dan *Self-Compassion* berperan pada *Subjective Well-Being* dikalangan mahasiswa pengguna Instagram. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif korelasional, dengan teknik analisis uji regresi linier berganda. Sampel penelitian ini mahasiswa pengguna instagram berjumlah 200 orang yang berstatus mahasiswa aktif, berkuliah di PTN maupun PTS, dan dijaring secara *Purposive Sampling* menggunakan skala *Subjective Well-Being*, *Self-Worth*, dan *Self-Compassion*. Hasil uji regresi linier berganda ditemukan hasil korelasi sebesar 0,667 dengan nilai F sebesar 79,140 dan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Disimpulkan bahwa hipotesis mayor dapat diterima. Hasil hipotesis minor pertama terhadap variabel *Self-Worth* dengan *Subjective Well-Being* ditemukan adanya hubungan positif yang signifikan, ditunjukkan dari nilai korelasi (r) = 0,627 dengan sig 0,000. Hasil hipotesis minor kedua terhadap variabel *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* ditemukan adanya hubungan positif yang signifikan, dapat dilihat dari nilai korelasi (r) = 0,053 dengan sig 0,000. Hal ini menunjukkan kedua hipotesis minor diterima. *Subjective Well-Being* dan *Self-Worth* tergolong tinggi, sedangkan *Self-Compassion* tergolong sangat tinggi. Sumbangan efektif variabel, *Self-Worth*, *Self-Compassion* terhadap *Subjective Well-Being* sebesar 44,6%, *Self-Worth* memiliki peran sangat besar sejumlah 41,8 %, dan sumbangan *Self-Compassion* sejumlah 2,8%. Artinya variabel *Self-Worth*, *Self-Compassion* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Kata kunci: *Subjective Well-Being*, *Self-Worth*, *Self-Compassion*, mahasiswa

Abstract

Students are in a phase of optimizing their potential and trying to make achievements to achieve happiness and satisfaction in life. The use of Instagram by students can affect *Subjective Well-Being*. Factors that influence *Subjective Well-Being* include self-worth (*Self-Worth*) and self-compassion (*Self-Compassion*). The purpose of this study was to test whether *Self-Worth* and *Self-Compassion* play a role in *Subjective Well-Being* among Instagram-using students. The sample of this research is 200 Instagram user students who are active students, enrolled in PTN and PTS, and were selected by purposive sampling using *Subjective Well-Being*, *Self-Worth* and *Self-Compassion* scales. The results of the multiple linear regression test in this study found a correlation of 0,667 with an F value of 79,140 and a significance level of 0,000 ($p < 0,01$). It is concluded that the major hypothesis can be accepted. The results of the first minor hypothesis on *Self-Worth* and *Subjective Well-Being*, variables found a significant positive relationship, shown from the correlation value (r) = 0.627 with sig 0,000. The results of the second minor hypothesis on the *Self-Compassion* variable with *Subjective Well-Being* found a significant positive relationship, it can be seen from the correlation value (r) = 0,053 with sig 0,000. This shows that both minor hypotheses are accepted. *Subjective Well-Being* and *Self-Worth* are classified as high, while *Self-Compassion* is classified as very high. The effective contribution of the variable *Self-Worth*, *Self-Compassion* to *Subjective Well-Being* is 44,6%, *Self-Worth* has a very large role of 41,8%, and *Self-Compassion* contribution is 2,8%. This means that the variables *Self-Worth*, *Self-Compassion* simultaneously have a significant effect on *Subjective Well-Being* for students who use Instagram.

Keywords: *Subjective Well-Being*, *Self-Worth*, *Self-Compassion*, student

1. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan perangkat komunikasi yang dimanfaatkan seseorang dalam melakukan hubungan sosial. Bersama dengan maju pesatnya teknologi komunikasi, penggunaan media sosial juga semakin meningkat (Yulia, 2018). Berdasarkan hasil survei APJII, pengguna internet di Indonesia tahun 2020 sejumlah 196,7 juta pengguna, lalu tahun 2021 sejumlah 210 juta pengguna, dan tahun 2022-2023 sejumlah 215,63 juta pengguna. Dari data tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia selama tiga tahun terakhir. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data dari Kompas.com, Instagram menduduki peringkat kedua sebesar 86,5 persen sebagai aplikasi kedua terbanyak yang digunakan di Indonesia. Berdasarkan data lembaga analisis Internasional sosial media Napoleon Cat per Oktober 2022 jumlah pengguna Instagram paling banyak berada di usia 18-24 tahun sekitar 33 juta dalam pada usia tersebut mayoritas merupakan seorang mahasiswa. Penggunaan Instagram pada mahasiswa tentunya memiliki motif. Berdasarkan penelitian Nurfalah (2021) motif penggunaan Instagram pada mahasiswa sebagai berikut: 1) Hiburan 2) Sebagai sahabat 3) Memenuhi keingintahuan 4) Pelarian 5) Kebahagiaan 6) Relasi Sosial 7) Bersantai 8) Mendapatkan Informasi 9) Menganalisis isi media.

Mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram, tentunya memperoleh berbagai informasi dari melihat postingan yang ada di Instagram. Informasi yang diperoleh dari Instagram secara terus menerus dapat membentuk opini di kalangan mahasiswa (Purbohastuti, 2019). Opini tersebut berpengaruh pada *Subjective Well-Being* mahasiswa. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Rahman (2021) bahwa penggunaan media sosial Instagram juga mempunyai hubungan keterkaitan dengan kesejahteraan subjektif pada penggunanya. Ketika unggahan foto atau video tersebut mendapat likes yang banyak dan mendapatkan *comment* yang baik, maka akan meningkatkan *Subjective Well-Being* pengguna. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mutiara (2018) bahwa jumlah *likes* dan *comment* pada unggahan foto mampu meningkatkan kesejahteraan seseorang daripada foto yang cenderung memiliki *likes* dan *comment* yang sedikit. Selain pengaruh positif di atas, ternyata juga ditemukan pengaruh negatif penggunaan Instagram terhadap *Subjective Well-Being* seperti yang ditemukan dalam studi pendahuluan terdahulu terhadap mahasiswa Psikologi UNESA. Dengan membagikan *google form* kepada 26 narasumber mahasiswi Psikologi UNESA pengguna Instagram yang berumur sekitar 18 – 19 tahun (Panjaitan & Rahmasari, 2021). Ditemukan bahwa adanya pengaruh pada mahasiswi Psikologi UNESA yang bermain Instagram yaitu memiliki rasa percaya diri yang rendah (53,8%), adanya rasa ketidakpuasan dalam kehidupannya (30,8%) dan merasa cemas (26,9%). Berdasarkan survei terhadap 10 mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2017 ditemukan 80% mahasiswa merasa iri, dan stress saat terus-menerus memakai Instagram (Mutiara, 2018). Pada penelitian terhadap mahasiswa pengguna Instagram di FISIP UNS ditemukan 15 mahasiswa (19%) memiliki kecemasan yang tinggi (Zaida & Anggraeni, 2019). *Subjective Well-Being* yang rendah

membuat mahasiswa melewati fase perkembangan dengan kurang baik. *Subjective Well-Being* yang rendah membuat psikis mahasiswa terganggu ditandai dengan stress yang mengakibatkan terganggunya akademik. Untuk itu membutuhkan aspek *Self-Worth* dan *Self-Compassion*. Konsep penilaian diri (*Self-Worth*) dan konsep belas kasih diri (*Self-Compassion*) memiliki persamaan yaitu dapat menghasilkan emosi positif (Repi, 2019). Berdasarkan pemaparan di atas, terlihat adanya kesenjangan pada penelitian terdahulu yaitu tingkat perbedaan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti tentang *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Subjective Well-Being atau kesejahteraan individu dalam lingkup psikologis adalah penilaian seseorang terhadap kehidupannya secara menyeluruh (Diener, 2009). Penilaian kognitif berdasarkan kepuasan terhadap kehidupannya, sedangkan penilaian afektif berdasarkan perasaan (Gumala, 2018). *Subjective Well-Being* adalah kepuasan seseorang pada kehidupannya yang dipadukan oleh emosi positif dan emosi negatif yang relatif (Ramadhan, 2022). *Subjective Well-Being* yaitu penilaian individu secara keseluruhan terhadap kehidupannya dengan menerapkan standar atau kriteria (Rulangi et al., 2021). Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Subjective Well-Being* yaitu kepuasan dan ketentraman serta kenyamanan yang dirasakan individu sebagai hasil evaluasi kognitif dan afektif.

Diener et al. (2002) menyatakan bahwa *Subjective Well-Being* meliputi aspek kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif. Kepuasan hidup termasuk komponen kognitif, sedangkan afek positif, dan afek negatif termasuk komponen afektif. Komponen kognitif merupakan penilaian kognitif dari kepuasan kehidupan seseorang (Schimmack, 2008). Kepuasan hidup yaitu bagaimana persepsi individu tentang kehidupannya dengan membandingkan pada standar atau kriteria yang ditentukan. Komponen afektif menggambarkan afeksi bahagia (afek positif) dan afeksi tidak bahagia (afek negatif) yang dirasakan seseorang dalam kehidupannya (Schimmack, 2008). Afek positif yaitu mengutarakan suasana hati dan emosi positif pada kehidupannya sebagai ungkapan jika hidupnya sesuai apa yang diinginkan. Emosi-emosi seperti, kesenangan, bersungguh-sungguh, bergairah, dan semangat, mempunyai ambisi yang besar, atensi, afektif, dan giat ketika mengerjakan sesuatu. Afek negatif yaitu bagaimana emosi negatif yang diakibatkan peristiwa yang terjadi pada kehidupannya. Emosi negatif seperti sedih, merana, frustrasi.

Ada dua faktor yang berpengaruh terhadap *Subjective Well-Being* seseorang Diener (2009). 1) Kepuasan subjektif dinilai secara subjektif oleh seseorang. Kepuasan seseorang pada dirinya, ketika seseorang mempunyai harga diri supaya dapat merasakan puas dengan hidupnya. Hal ini memiliki korelasi tertinggi dengan kepuasan. 2) Faktor demografi, terdiri dari a) Usia, memiliki hubungan positif dengan kepuasan individu. Hal ini ditunjukkan dalam sebuah studi yang menjelaskan bahwa seseorang yang berada pada usia muda cenderung lebih bahagia dibandingkan seseorang yang usainya lebih tua (Kuhlen dalam Diener, 2009). b) Gender, pada saat ini perempuan sering mengungkapkan tentang afek

negatif yang dirasakan, walaupun perempuan juga memperoleh kesenangan yang lebih dibandingkan laki-laki. c) Pengangguran, (Bradburn dalam Diener, 2009) menyatakan jika seseorang tidak memiliki pekerjaan dapat mengontrol ketentraman hidup laki-laki dan perempuan. d) Tujuan hidup yaitu seseorang merasa senang dan bahagia saat dia mampu meraih tujuan atau pencapaian yang dianggap tinggi. e) Kualitas relasi sosial. Kualitas relasi sosial dianggap baik saat seseorang dapat menjalin relasi yang baik dengan sebagian besar orang yang dikenalnya.

Self-Compassion adalah kemampuan seseorang memberikan hal baik dan kepedulian pada dirinya saat menghadapi rintangan, konflik, dan penderitaan dalam hidup serta dapat menafsirkan bahwa segala rintangan, konflik, dan penderitaan pada kehidupan sebagai perjalanan hidup seorang manusia (Neff, 2008). *Self-Compassion* adalah proses seseorang memberikan pemahaman baik terhadap peristiwa menyedihkan dan menyakitkan yang terjadi pada dirinya dan memahami jika hal tersebut merupakan pengalaman hidup manusia (Hasmarlin & Hirmaningsih, 2019). *Self-Compassion* merupakan kemampuan seseorang dalam memahami perasaan dan penerimaan dirinya dengan baik, secara emosional dan kognitif ketika menghadapi peristiwa yang tidak menyenangkan (Germer, 2009). Kesimpulan dari definisi diatas, *Self-Compassion* adalah kemampuan seseorang menerima dan memperlakukan diri dengan baik ketika mengalami penderitaan, dan menganggap hal tersebut sebagai hal normal yang dialami manusia.

Neff (2008) mengemukakan terdapat tiga aspek *Self-Compassion*. 1) *Self Kindness vs Self Judgement*, seseorang yang memiliki *Self-Kindness* terbiasa dengan afirmasi positif seperti penerimaan bahwa dirinya berhak memperoleh kebahagiaan, cinta, kasih sayang, dan kenyamanan walaupun keadaan sedang tidak baik (Setyoningsih, 2018). *Self-Judgment* merupakan lawan dari *Self Kindness*. Seseorang yang lebih kuat *Self-Judgement* dibandingkan *Self-Kindness* tidak menerima perasaan, pikiran, dan perilaku dari individu itu sendiri. 2) *Common Humanity vs Isolation*. *Common Humanity* merupakan bagian ketika seseorang berpikir bahwa penderitaan dan kegagalan merupakan hal lazim yang dialami manusia. *Isolation* berlawanan dengan *Common Humanity*. Pada kondisi *Isolation* seseorang berpikir bahwa penderitaan dan kegagalan yang terjadi pada dirinya merupakan peristiwa yang terjadi hanya kepadanya. Hal ini dapat menyebabkan orang menyalahkan diri sendiri atas penderitaan yang terjadi. 3) *Mindfulness vs Overconfidence*. *Mindfulness* merupakan pemahaman diri yang memiliki sikap kesadaran penuh terhadap situasi yang hal ini sebagai bentuk kemampuan dari individu dalam menyinkronkan pikiran dengan keadaan yang tidak sesuai dengan keinginan. *Over Identification* adalah sikap seseorang yang cenderung tidak dapat mengendalikan emosi.

Kristen Neff dalam (Hidayati, 2015) berpendapat faktor yang mempengaruhi *Self-Compassion* ada tiga. 1) Jenis kelamin, penelitian Neff mendapatkan hasil bahwa dibandingkan dengan laki-laki, *Self-Compassion* perempuan lebih rendah. Hal tersebut diakibatkan perempuan cenderung banyak memberikan komentar, menyalahkan dirinya, dan merasa sendirian saat sedang kesulitan, sering

memikirkan penyesalan di masa lampau, dan mudah terbawa pada emosi negatif. 2) Usia, memiliki asosiasi yang relevan dengan *Self-Compassion* (Neff, 2003). 3) Kepribadian *The Big Five Personality*, adalah dimensi dari kepribadian bertujuan untuk mengetahui kepribadian seseorang. Allport dan Odbert dapat menemukan 18.000 istilah yang diaplikasikan untuk membedakan kepribadian antar individu.

Self-Worth adalah keyakinan mendasar seseorang bahwa dirinya berharga dan berarti (Rogers, 1959). *Self-Worth* diartikan sebagai tingkat evaluasi seseorang tentang seberapa berharga dirinya *Self-Worth* merupakan keadaan seseorang yang menyadari bahwa ia berhak untuk bahagia (Anthoneta & Pa, 2017). Dapat ditarik kesimpulan, *Self-Worth* merupakan penilaian dan keyakinan seseorang terhadap diri sendiri bahwa dirinya berharga dan berhak untuk bahagia. *Self-Worth* yang dikemukakan oleh Crocker et al, (2003) disusun berdasarkan tujuh komponen seperti kompetensi, penampilan, pengakuan dari orang lain, kompetisi, dukungan keluarga, cinta Tuhan, dan kebajikan. 1) Kompetensi, Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri berasal dari evaluasi kompetensi akademik seseorang. 2) Penampilan, pada saat ini seseorang cenderung menilai seseorang berdasarkan penampilan fisik (Crocker et al, 2003). 3) Kompetisi, ketika seseorang mampu mengalahkan orang lain dalam suatu persaingan, hal tersebut bagi sebagian orang dapat meningkatkan *Self-Worth* (Crocker et al, 2003). 4) Pengakuan dari orang lain, persepsi orang lain terhadap diri seseorang menjadi hal penting dalam pembentukan harga diri (Crocker et al, 2003). 5) Dukungan keluarga, kasih sayang yang didapatkan dari anggota keluarga memiliki keterkaitan dengan *Self-Worth*. 6) Cinta Tuhan, agama mempunyai pengaruh positif terhadap *Self-Worth* melalui keyakinan bahwa setiap manusia dicintai, dihargai di mata Tuhan (Crocker et al, 2003) 7) Kebajikan, ketaatan pada aturan dan norma yang berlaku, menjadikan seseorang dianggap memiliki kepribadian yang baik, bermoral, dan berharga (Crocker et al, 2003).

Anthoneta & Pa, (2017) berpendapat faktor-faktor yang mempengaruhi (*Self-Worth*) seseorang ada tiga. 1) Konsep diri yaitu orang sering memandang bahwa konsep diri berdasarkan bukan proses. Apabila mengalami kegagalan maka, konsep dirinya hilang. Padahal konsep diri terbentuk berdasarkan proses yang dialami bukan dari faktor keturunan, berhasil atau gagalnya seseorang melakukan sesuatu. 2) Faktor keluarga, menjadi salah satu faktor yang mempunyai pengaruh pada perkembangan kepercayaan diri seperti adanya kedekatan dengan orang tua, saudara kandung, dan kerabat. 3) Faktor lingkungan, yaitu seorang remaja lebih sering mengevaluasi dirinya berlandaskan perkataan orang lain, kelompok atau lingkungannya.

Teori *bottom-up* menjadi salah satu landasan teori dalam *Subjective Well-Being* (Diener, 2009). Teori *bottom-up* beranggapan bahwa penilaian kepuasan hidup dilakukan berdasarkan penilaian kepuasan pada domain kehidupan (Afridah et al., 2022). Teori ini berpandangan agar kita melakukan penilaian kesejahteraan secara menyeluruh pada domain kehidupan, kemudian menggabungkan beragam kepuasan menjadi totalitas kesejahteraan (Hartono et al., 2021). Dasar argumen dari teori *bottom-up* yaitu pemenuhan kebutuhan dasar mampu meningkatkan kepuasan pada domain kehidupan serta memberikan dampak pada kepuasan hidup secara keseluruhan (Harahap, 2016). Adanya *Self-Worth* dan *Self-Compassion* dapat meningkatkan kepuasan tersebut. Konsep penilaian diri (*Self-Worth*) dan konsep *Self-Compassion* memiliki persamaan yaitu dapat menghasilkan emosi positif (Repi, 2019). Ketika seseorang merasa puas dan bahagia dalam berbagai aspek kehidupan, hal ini dapat memengaruhi penilaian positif seseorang terhadap *Self-Worth*. Namun, apabila kepuasan dalam domain kehidupan tidak terpenuhi karena mengalami kegagalan maka dapat menurunkan kesejahteraan subjektif. Dalam situasi ini, *Self-Compassion* dapat membantu mengatasi kesulitan emosional dan memulihkan diri akibat kepuasan dalam domain kehidupan yang tidak terpenuhi, sehingga mampu meningkatkan *Subjective Well-Being*. Seseorang yang bisa menghargai dirinya, dan menerima segala peristiwa dalam hidupnya secara positif maka merasa lebih mudah puas terhadap kehidupannya, jarang marah, jarang kesal atau kecewa, lebih banyak merasa bahagia, aman, nyaman, tentram dan damai.

Berdasarkan pemaparan di atas rumusan masalah penelitian ini adalah: Adakah hubungan antara variabel *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being*? Tujuan yang ingin dilakukan peneliti yaitu untuk menguji hubungan antara *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis yaitu hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam ilmu psikologi terutama disiplin psikologi positif sehingga dapat dijadikan sumber pengetahuan untuk penelitian berikutnya. Manfaat praktis bagi mahasiswa yaitu dapat memberikan informasi bahwa penggunaan media sosial Instagram mampu mempengaruhi *Subjective Well-Being* seseorang. Manfaat praktis bagi peneliti yaitu dapat memberikan data empiris tentang hubungan *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada penggunaan Instagram. Hipotesis mayor dalam penelitian ini yaitu ada hubungan antara *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram. Hipotesis Minor pertama yaitu ada hubungan positif antara *Self-Worth* dengan *Subjective Well-Being*. Hipotesis minor kedua yaitu ada hubungan positif antara *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being*.

2. METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif korelasional yang mendeskripsikan tentang keterkaitan antar variabel. Pendekatan ini peneliti gunakan karena ingin menguji hubungan antara *Self- Worth*, dan *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being*. Variabel independen penelitian ini yaitu *Self- Worth* (X1) dan *Self-Compassion* (X2). Variabel dependen penelitian ini adalah *Subjective Well Being* (Y). Populasi yang peneliti gunakan adalah mahasiswa aktif S1 tahun angkatan 2018-2022, dan pengguna Instagram usia 18-24 tahun. Berdasarkan data lembaga analisis Internasional sosial media Napoleon Cat per Oktober 2022 jumlah pengguna Instagram usia 18-24 tahun sekitar 33 juta. Pengambilan sampel dilandaskan pada teori Arikunto, yang mengatakan apabila total populasi di atas 100 maka pengambilan sampel mengambil 10-25% dari populasi (Arikunto, 2013). Jika populasi dalam suatu penelitian sangat besar, maka peneliti dapat mengurangi persentasenya (Azwar, 2010). Sampel yang peneliti gunakan yaitu mahasiswa pengguna Instagram yang berjumlah 200 orang. Teknik sampel menerapkan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilaksanakan secara terencana disesuaikan dengan persyaratan yang telah ditentukan (Gilbert, 2009). Alasan teknik ini digunakan dalam penelitian karena kriteria subjek sudah ditentukan peneliti untuk memudahkan proses analisis data. Kriteria subjek: 1) Mahasiswa/i aktif S1 yang berkuliah di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) atau Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Indonesia. 2) Mahasiswa/i pengguna Instagram. 3) Angkatan tahun 2018-2022.

Metode pengumpulan data dengan skala Likert. Pengambilan data yang dilakukan peneliti dengan *google form* yang kemudian disebarluaskan secara online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Peneliti melakukan penyebaran data dari tanggal 18 Maret 2023 sampai dengan 25 Maret 2023, dalam kurun waktu tersebut diperoleh 300 responden. Sejumlah 100 responden digunakan untuk *try out* dan 200 responden digunakan untuk penelitian. Aitem terdiri dari empat pilihan jawaban seperti: Sangat Setuju (S), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skoring dari angka 1-4.

Subjective Well-Being diukur dengan skala Afek Positif dan Afek Negatif atau *Positive Affect and Negative Affect Scale* (PANAS) dan *Satisfaction with Life Scale*. Skala yang peneliti gunakan telah dimodifikasi dari skala sebelumnya dari (Afriza & Area, 2020). Skala ini berdasarkan teori (Diener et al., 2002) memiliki aspek yaitu kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif. Skala *Subjective Well-Being* terdiri dari 38 aitem terdiri dari 23 aitem favourable dan 15 aitem unfavourable. Pengukuran *Self-Worth* menggunakan *Contingencies of Self-Worth Scale* yang diadaptasi dari penelitian Crocker (2003), yang peneliti terjemahkan dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Skala ini disusun berdasarkan tujuh komponen seperti akademik, penampilan, pengakuan dari orang lain, kompetisi, dukungan keluarga, cinta Tuhan, dan kebajikan. Skala *Self-Worth* terdiri dari 35 aitem meliputi 28 aitem favourable dan 7 aitem unfavourable. Pada variabel *Self-Compassion*, peneliti menggunakan *Self-Compassion Scale* berdasarkan teori Neff (2003) dari penelitian Anggriani (2021). Skala terdiri dari aspek *Self-Kindness vs Self-*

Judgement, Common Humanity vs Isolation, Mindfulness vs Overconfidence. Skala *Self-Worth* terdiri dari 26 aitem meliputi 14 aitem *favourable* dan 12 aitem *unfavourable*.

Untuk menguji validitas pada kuesioner, peneliti menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment*. Uji validitas dilakukan guna menghitung koefisien korelasi antara responden pada butir pernyataan dengan skor tes. Dengan jumlah responden *tryout* sebanyak 100 orang, diperoleh nilai *r* tabel (korelasi *product moment table*) sebesar 0,195. Aitem dikatakan valid apabila nilai *r* hitung > *r* tabel. Menghitung validitas menggunakan SPSS versi 16. Pada uji validitas skala *Subjective Well-Being*, *Self-Worth*, dan *Self-Compassion* semua aitem dinyatakan valid karena setiap aitem memiliki *r* hitung > *r* tabel. Uji reliabilitas merujuk terhadap keterpercayaan konsistensi hasil pengukuran, yang memiliki arti seberapa tinggi kecermatan dalam berkali-kali pengukuran (Azwar, 2012). Suatu aitem dapat dikatakan reliabel apabila Cronbach Alpha $\geq 0,06$ (Ardista, 2021). Pada uji reliabilitas pada skala *Subjective Well-Being* diperoleh *Cronbach Alpha* sebesar 0,901, skala *Self-Worth* sebesar 0,891, dan skala *Self-Compassion* sebesar 0,898.

Untuk analisis data peneliti menerapkan analisis regresi linier berganda, untuk menganalisis dan mengetahui adanya keterkaitan tiap variabel. Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara variabel *Self-Worth*, *Self-Compassion*, dan *Subjective Well-Being*. Penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda, maka juga dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas (Mardiatmoko, 2020). Selain itu juga dilakukan uji linieritas untuk menguji ada tidaknya hubungan yang linear secara signifikan pada dua variabel (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020). Selain itu juga dilakukan uji hipotesis menggunakan *independent sample t-test*, untuk menguji ada tidaknya perbedaan pada dua kelompok sampel penelitian (Kesuma, 2012). Penelitian ini juga menguji ada tidaknya perbedaan *Subjective Well-Being*, *Self-Worth*, *Self-Compassion* pada mahasiswa pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Data diolah menggunakan SPSS 16.0 *for window*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Pada penelitian hubungan antara *Self-Worth*, dan *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada Mahasiswa Pengguna Instagram menggunakan 200 responden mahasiswa yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Peneliti melakukan penyebaran data dari tanggal 18 Maret 2023 sampai dengan 25 Maret 2023, dalam kurun waktu tersebut diperoleh 300 responden. Sejumlah 100 responden digunakan untuk *try out* dan 200 responden digunakan untuk penelitian.

Pada penelitian ini menerapkan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas. Pada uji normalitas menggunakan uji normalitas residual *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan perhitungan uji normalitas dengan *One Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh Asymp. Sig. (2-tailed) $0,831 > 0,05$ memiliki arti bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Sehingga data normalitas pada penelitian ini bisa dipertanggungjawabkan. Pada uji linieritas

diperoleh nilai *Deviation from Linearity Sig.* antara variabel *Subjective Well Being* dengan *Self-Worth* diperoleh hasil $0,286 > 0,05$. Dikatakan terjadi hubungan yang linier apabila *Deviation from Linearity Sig* pada linear $> 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan, bahwa *Subjective Well-Being* dengan *Self-Worth* terdapat hubungan linier secara signifikan. Kemudian pada nilai *Deviation from Linearity Sig.* antara variabel *Subjective Well-Being* dengan *Self-Compassion* diperoleh hasil $0,250 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Subjective Well-Being* dengan *Self-Compassion* terdapat hubungan linier secara signifikan. Kemudian pada uji multikolinieritas pada variabel *Self-Worth* dan *Self-Compassion* memiliki nilai Tolerance 0,442, yang berarti nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF sejumlah 2,261 yang berarti nilai VIF $< 10,0$. Kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa pada setiap variabel tidak terjadi multikolinieritas. Pada uji heteroskedastitas, menggunakan scatterplot. Pada grafik scatterplot, tidak memiliki pola dan titik-titik menyebar di antara diatas dan di bawah angka 0. Disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.

Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk meneliti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila skor Sig. $< 0,05$ maka hipotesis dapat diterima dan menunjukkan ada hubungan pada tiap variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada variabel *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* mahasiswa pengguna Instagram ditemukan hasil korelasi sebesar 0,667, taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) dan nilai F 79.140. Artinya, ada hubungan positif antara *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* mahasiswa pengguna Instagram. Hipotesis minor pertama penelitian ini diterima, dibuktikan dari hasil nilai $r = 0,667$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) Artinya, ada hubungan yang positif antara *Self-Worth* dengan *Subjective Well-Being* mahasiswa pengguna Instagram. Pada hipotesis minor kedua juga diterima, dibuktikan dari hasil nilai $r = 0,521$ dan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Artinya, ada hubungan positif antara *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* mahasiswa pengguna Instagram.

Sumbangan efektif dilakukan guna melihat besarnya sumbangan efektif pada tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil diatas diketahui bahwa sumbangan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat pada penelitian ini sebesar 44,6%, dengan sumbangan *Self-Worth* sejumlah 41,8 % dan sumbangan *Self-Compassion* sejumlah 2,8%. Terdapat sisa 55,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dihitung oleh peneliti. Berlandaskan hasil analisis dan pembahasan didapati bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini sebesar 44,6%, dengan sumbangan *Self-Worth* sejumlah 41,8 % dan sumbangan *Self-Compassion* sejumlah 2,8%. *Self-Worth* memberi sumbangan efektif yang cukup besar terhadap *Subjective Well-Being* penilaian subjektif merupakan bagian penting dalam *Subjective Well-Being*. Hal ini didukung dengan pernyataan Diener (2009) tentang *Subjective Well-Being* mempunyai tiga komponen penting, yaitu evaluasi subjektif dari pengalaman-hidup seseorang, evaluasi tidak adanya faktor negatif, dan evaluasi kepuasan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil uji beda *Subjective Well-Being* pada jenis kelamin. Diketahui tidak terdapat perbedaan signifikan pada *Subjective Well-Being* antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut dapat dilihat nilai t hitung sebesar $-0,145 < 1,652$ dan nilai sig sebesar $0,853 > 0,05$. Pada hasil uji beda *Self-Worth* pada jenis kelamin laki-laki dan perempuan, disimpulkan tidak ada perbedaan signifikan pada *Self-Worth* antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut dapat dilihat nilai t hitung sebesar $-0,718 < 1,652$ (t-tabel) dan nilai sig sebesar $0,313 > 0,05$. Kemudian, hasil uji beda *Self-Compassion* antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, disimpulkan, tidak ada perbedaan signifikan *Self-Compassion* pada antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut dapat dilihat nilai t hitung sebesar $1,493 < 1,652$ dan nilai sig sebesar $0,292 > 0,05$.

Setelah melakukan uji hipotesis dan uji beda, berikutnya yaitu menentukan kategorisasi. Untuk menentukan kategorisasi pada data penelitian yang perlu dilakukan dengan membuat kelas-kelas interval berdasarkan data yang diperoleh. Kategorisasi bertujuan untuk mengetahui kondisi subjek penelitian menurut kategori yang diukur. Berdasarkan perhitungan skor subjek pada variabel *Subjective Well-Being* diperoleh hasil rerata empirik sebesar 121 dan rerata hipotetik sebesar 95. Dari kategorisasi *Subjective Well-Being* diketahui tidak ada subjek yang tergolong sangat rendah dan rendah. Kategori sedang dengan frekuensi 11 orang (5,5%) Kategori tinggi dengan frekuensi 138 orang (69%). Kemudian, diikuti kategori sangat tinggi dengan frekuensi 51 orang (25,5%). Berdasarkan perhitungan skor subjek pada variabel *Self-Worth* diperoleh hasil rerata empirik sebesar 112 dan rerata hipotetik sebesar 87,5. Dari kategorisasi *Self-Worth* diketahui tidak ada subjek yang tergolong sangat rendah dan rendah. Diketahui kategori sedang memiliki frekuensi 17 orang (8,5%). Kategori tinggi dengan frekuensi 113 orang (66,5 %). Kemudian kategori sangat tinggi memiliki frekuensi 50 orang (25%). Berdasarkan perhitungan skor subjek pada variabel *Self-Compassion* diperoleh hasil rerata empirik sebesar 85,9 dan rerata hipotetik sebesar 65. Dari kategorisasi *Self-Compassion* diketahui tidak ada subjek yang tergolong sangat rendah dan rendah. Kategori sedang memiliki frekuensi 23 orang (11,5%). Kategori tinggi memiliki frekuensi 22 orang (11%). diketahui mahasiswa tergolong sangat tinggi dengan frekuensi 115 orang (75,5 %).

3.2 Pembahasan

Bersumber pada hasil uji korelasi regresi linier berganda terhadap variabel *Self-Worth* dan *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* didapatkan hasil $R_{y12} = 0,667$ dan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) dan F hitung 79,140. Artinya, hipotesis mayor penelitian ini diterima karena variabel *Self-Worth* dan *Self-Compassion* secara bersamaan memiliki dampak signifikan pada *Subjective Well-Being* di kalangan mahasiswa pengguna Instagram. Selain itu hipotesis minor juga diterima, yaitu adanya hubungan positif yang signifikan antara *Self-Worth* dengan *Subjective Well-Being* dan adanya hubungan positif yang signifikan antara *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Zhou et al., 2020) yang menyatakan bahwa *Self-Worth* memiliki korelasi yang signifikan dengan *Subjective Well-Being* seseorang. Kemudian, didukung juga penelitian dari (Çağlayan Mülazım &

Eldeleklioğlu, 2016) yang menyatakan bahwa *Self-Compassion* berpengaruh pada afek positif, afek negatif, dan kepuasan hidup seseorang yang merupakan bagian dari *Subjective Well-Being*. Berlandaskan hasil analisis dan pembahasan didapati bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini sebesar 44,6%, dengan sumbangan *Self-Worth* sejumlah 41,8 % dan sumbangan *Self-Compassion* sejumlah 2,8%. *Subjective Well-Being* dan *Self-Worth* pada mahasiswa termasuk dalam kategori tinggi. Sementara variabel *Self-Compassion* pada mahasiswa termasuk dalam kategori sangat tinggi. Pada uji beda *Subjective Well-Being* antara laki-laki dan perempuan tidak terjadi perbedaan signifikan. Juga didukung pernyataan (Joshi, 2010) yang menyatakan bahwa tidak sepenuhnya *Subjective Well-Being* dipengaruhi gender, baik laki-laki maupun perempuan cenderung mempunyai persamaan dalam mengevaluasi hidupnya. Pada uji beda *Self-Worth* antara laki-laki dan perempuan juga tidak ada perbedaan signifikan. Hal ini memiliki persamaan dengan penelitian dari (Sabrina, 2022) yang mengungkapkan bahwa tidak memiliki perbedaan signifikan pada (*Self-Worth*) antara laki-laki dan perempuan. Pada uji beda *Self-Compassion* antara laki-laki dan perempuan juga tidak terdapat perbedaan signifikan. Hal ini didukung penelitian dari (Muharrara, 2018) yang mengatakan bahwa *Self-Compassion* laki-laki dan perempuan cenderung tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Memiliki arti bahwa berbagai respon terhadap peristiwa negatif antara subjek laki-laki dan perempuan cenderung tidak ada perbedaan

Dari kategorisasi *Subjective Well-Being* tidak ada responden yang tergolong sangat rendah dan rendah. Kategori sedang dengan frekuensi 11 orang (5,5%) Kategori tinggi dengan frekuensi 138 orang (69%). Kemudian, diikuti kategori sangat tinggi dengan frekuensi 51 orang (25,5%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Subjective Well-Being* mahasiswa pengguna Instagram tergolong tinggi. Hasil tersebut memiliki persamaan dengan penelitian (Rohmad & Pratisti, 2014) bahwa kesejahteraan subjektif mahasiswa Psikologi UMS tergolong tinggi.

Berdasarkan kategorisasi *Self-Worth* tidak ada responden yang tergolong sangat rendah dan rendah. Diketahui kategori sedang memiliki frekuensi 17 orang (8,5%). Kategori tinggi dengan frekuensi 113 orang (66,5%). Kemudian kategori sangat tinggi memiliki frekuensi 50 orang (25%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Self-Worth* mahasiswa pengguna Instagram tergolong tinggi. *Self-Worth* memiliki peran penting dalam perkembangan seseorang terutama identitas diri, ketika seseorang mampu melewati peran dan pengalaman hidupnya secara positif maka ia mampu memandang dirinya secara positif (Fabiola et al., 2019)

Berdasarkan kategorisasi *Self-Compassion* tidak ada responden yang tergolong sangat rendah dan rendah. Diketahui kategori sedang memiliki frekuensi 23 orang (11,5%). Kategori tinggi dengan frekuensi 22 orang (11%). Kemudian kategori sangat tinggi memiliki frekuensi 115 orang (75,5%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Self-Compassion* mahasiswa pengguna Instagram tergolong sangat tinggi. Hasil tersebut didukung dengan penelitian Neff dan Vonk (2009) yang menyatakan bahwa *Self-Compassion*

berasosiasi signifikan dengan usia, artinya semakin bertambah usia maka *Self-Compassion* bertambah tinggi. Seseorang yang memiliki *Self-Compassion* tinggi artinya sudah mencapai fase *integrity* sehingga dapat menerima dirinya dengan positif (Karinda, 2020).

4. PENUTUP

Bersumber pada hasil uji korelasi regresi linier berganda terhadap variabel *Self-Worth* dan *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* diperoleh hasil $R_{y12} = 0,667$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) dan F hitung 79,140. Artinya variabel *Self-Worth* dan *Self-Compassion* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram. Berlandaskan hasil analisis dan pembahasan didapati bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini sebesar 44,6%, dengan sumbangan *Self-Worth* sejumlah 41,8 % dan sumbangan *Self-Compassion* sejumlah 2,8%. Sisanya 55,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diketahui peneliti.

Saran yang bisa diberikan dari penelitian ini bagi mahasiswa pengguna Instagram disarankan untuk mempertahankan serta meningkatkan *Self-Worth* dan *Self-Compassion* atas kehidupan yang telah dimiliki dan diberikan oleh Allah SWT sehingga mempunyai *Subjective Well-Being* yang tinggi. Mahasiswa dengan tingkat *Subjective Well-Being* tinggi mampu menjalani fase perkembangannya dengan baik dan berusaha mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Bagi instansi penelitian, diharapkan dosen dan instansi penelitian mampu membuka pengetahuan lebih mendalam mengenai pengaruh *Subjective Well-Being* mahasiswa, sehingga bisa dimanfaatkan sebagai sumber informasi dalam pengambilan kebijakan yang bermanfaat untuk peningkatan kesejahteraan subjektif mahasiswa. Bagi peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian terkait *Subjective Well-Being* diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang mempunyai korelasi berkaitan dengan *Subjective Well-Being*, sehingga memperluas pengetahuan tentang psikologi positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, R., & Area, U. M. (2020). *Hubungan self esteem dan organizational citizenship behavior dengan subjective well being pada guru smk pancabudi medan tesis*.
- Anthoneta, J., & Pa, R. (2017). *Kepercayaan diri pada usia remaja yang menerima perilaku bullying oleh teman sebaya*.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Arikunto. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. In *Jakarta: Rineka Cipta* (p. 172). <http://r2kn.litbang.kemkes.go.id:8080/handle/123456789/62880>
- Azwar, S. (2017). Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi , II* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 5. Saifuddin Azwar, 25. 52. 52–67.
- Çağlayan Mülazım, Ö., & Eldeleklioğlu, J. (2016). What is the role of self-compassion on subjective happiness and life satisfaction? *Journal of Human Sciences*, 13(3), 3895.

- Crocker, J., Luhtanen, R. K., Lynne Cooper, M., & Bouvrette, A. (2003). Contingencies of Self-Worth in College Students: Theory and Measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 894–908. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.5.894>
- Diener, E. (2009). Subjective Well-Being. *The Science of Well-Being*, 11–58
- Fabiola, Y., Hartanti, & Dianovinina, K. (2019). Kualitas Relasi Ibu-Anak dan Harga Diri Perempuan Emerging Adulthood. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 3710–3724.
- Germer, C.K. (2009). *The Mindfull Path to Self Compassion: Freeing Yourself From Destructive Thoughts and Emotions*. The Guilford Press: London
- Gilbert, P. (2009). Understanding Self-Compassion. *Centre for Clinical Interventions*, 1–13. www.cci.health.gov.au
- Harahap, A. (2016). *Hubungan Religiusitas dengan Psychological Well Being pada Anak Pendeta Sebagai Mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana*. 2009, 1–23.
- Hasmarlin, H., & Hirmaningsih, H. (2019). Self-Compassion dan Regulasi Emosi pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 15(2), 148. <https://doi.org/10.24014/jp.v15i2.7740>
- Hidayati, D. S. (2015). SELF COMPASSION DAN LONELINESS Diana. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 151(01), 10–17.
- Joshi, U. (2010). Subjective Well Being by Gender. *Journal Economics and Behavioral Students*, 1(564), 1–73.
- Karinda, F. B. (2020). Belas kasih diri (self compassion) pada mahasiswa. *Cognicia*, 8(2), 234–252. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v8i2.11288>
- Kesuma, Y. (2012). Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan antara Industri Perbankan dengan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 1(1), 1–65.
- Khumas, A., Lukman, A., & Andi. (2019). *Self Compassion and Subjective well-being in Adolescents: A Comparative Study of Gender and Tribal in Sulawesi, Indonesia*. 335(ICSSHUM), 523–529. <https://doi.org/10.2991/icesshum-19.2019.84>
- Muharrara, L. H. (2018). ANALISA PENGARUH SELF-COMPASSION DAN SOCIAL SUPPORT TERHADAP RESILIENSI DIRI ANGGOTA PADUAN SUARA MAHASISWA GEMA GITA BAHANA UIN MALANG. *Skripsi*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Mutiara, F. Y. (2018). Pengaruh Presentasi Diri, Dukungan Sosial, dan Afinitas Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Subjektif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Neff, K. D., Pisitsungkagarn, K., Hsieh, Y. (2008). Self-Compassion and Self- Construal in the United States, Thailand, and Taiwan. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Vol. 39 No. 3, 267–285
- Nurfalah, F. F., Kholil, K., Lestari, P. P., & Widaningsih, T. (2021). *Model Identitas Diri Mahasiswa Dalam Media Sosial Instagram*. 24–26.
- Panjaitan, M. E., & Rahmasari, D. (2021). Hubungan antara Social Comparison dengan Subjective Well-Being pada Mahasiswi Psikologi UNESA Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 1–14. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41318>

- Purbohastuti, A. W. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 237. <https://doi.org/10.35448/jmb.v11i2.6061>
- Rahman, S., Insani, H. M., Inriani, E., & Tobing, L. (2021). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Well-Being. *Prosiding Seminar Nasional 2021 Fakultas Psikologi Umby*, 23–34.
- Ramadhan, Y. A. (2022). *A study on the description of subjective well-being among teenager living in orphanages in Samarinda City Studi tentang gambaran subjective well-being pada remaja penghuni panti asuhan di Kota Samarinda*. 17(April), 64–77.
- Repi, A. A. (2019). Self Compassion Versus Self Esteem terhadap Pembentukan Self Concept Remaja: Mana yang Lebih Baik? *Jurnal Psikologi TALENTA*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.26858/talenta.v4i2.8242>
- Rohmad, & Pratisti, W. D. (2014). *HUBUNGAN ANTARA DUKUNGAN SOSIAL DENGAN KESEJAHTERAAN SUBJEKTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*. 4(2014), 9–15.
- Rulangi, R., Fahera, J., & Novira, N. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Subjective Well-Being pada Mahasiswa. *Seminar Nasional Psikologi UM, April*, 406–412.
- Sabrina, A. N. (2022). GAMBARAN HARGA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI BANGKINANG. *Skripsi*, 33(1), 1–12.
- Schimmack, U. (2008). The structure of subjective well-being. Dalam M. Eid, & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 97). New York: Guilford Press.
- Setyoningsih, L. A. (2018). Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember. *Digital Repository Universitas Jember, September 2019*, 2019–2022.
- Sholihah, S. Sulian, S. Mishbahuddin, S. (n.d.). *PENGARUH LAYANAN KONSELING KELOMPOK TEKNIK BERMAIN PERAN TERHADAP SELF ESTEEM MAHASISWA SEMESTER III PRODI BIMBINGAN DAN KONSELING*. 3(3), 208–218.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Metopen Uji Validitas. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Utami, M. S. (2009). Keterlibatan dalam Kegiatan dan Kesejahteraan Subjektif Mahasiswa. 36(2), 144–163.
- Yulia, I. (2018). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SOSIAL DAN KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *Hearty*, 6(2). <https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276>
- Zhou, Y., Cao, J., & Wang, H. (2020). *Social support and subjective well-being among elderly Chinese empty-nester : Self-worth as a Mediator and self-reported health as a Moderator*. 1–18.