

## HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI RELIGIUS DAN SIKAP MULTIKULTURAL PADA MAHASISWA

Hana Fadia Gayatri Utomo, Eko A. Meinarno

Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Kampus Baru UI, Depok, 16424,  
Indonesia

Corresponding e-mail: hana.utomo@gmail.com

### **Abstract**

*The purpose of this study was to find the relationship between religious orientation and multicultural attitude among university students. The participants were 218 undergraduate students aged 18-25 ( $M=20,95$ ;  $SD=1,25$ ). Religious Orientation Scale (Allport & Ross, 1967) and Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire (Munroe & Pearson, 2006) were used. Spearman Correlation analysis found no significant relationship between intrinsic religious orientation and multicultural attitude ( $r_s(216) = -0,001$ ,  $p = 0,492$ ) and between extrinsic religious orientation and multicultural attitude ( $r_s(216) = 0,067$ ,  $p = 0,161$ ). The results implied the need for further research on religious subjective experience among college students.*

*Keywords: college students; multicultural attitude; religious orientation*

**Abstrak** — Tujuan penelitian adalah mencari hubungan orientasi religius dengan sikap multikultural mahasiswa. Partisipan adalah 218 mahasiswa S1 berusia 18-25 tahun ( $M=20,95$ ;  $SD=1,25$ ). Orientasi religius diukur dengan *Religious Orientation Scale* (Allport & Ross, 1967). Sikap multikultural diukur dengan *Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire* (Munroe & Pearson, 2006). Analisis *Spearman Correlation* menemukan hubungan tidak signifikan antara orientasi religius intrinsik dan sikap multikultural ( $r_s(216) = 0,006$ ,  $p = 0,464$ ) dan hubungan tidak signifikan antara orientasi religius ekstrinsik dan sikap multikultural ( $r_s(216) = 0,041$ ,  $p = 0,273$ ). Implikasi penelitian adalah perlu ada penelitian lebih lanjut mengenai pengalaman subjektif beragama pada mahasiswa.

Kata Kunci: mahasiswa; sikap multikultural, orientasi religius

## PENDAHULUAN

Salah satu teori yang menelaah tentang perbedaan dan keanekaragaman suatu negara adalah multikulturalisme. Multikulturalisme adalah pergerakan moral yang bertujuan untuk meninggikan harga diri, hak, dan pengakuan akan berharganya kelompok marginal, dengan sudut pandang yang memandang keanekaragaman budaya sebagai suatu kebanggaan yang patut dilestarikan sambil menjunjung prinsip kebersamaan dalam keanekaragaman (Fowers & Richardson, 1996; van de Vijver

et al. (2008); Munif, 2018). Rosenthal dan Levy (2010) menyatakan bahwa multikulturalisme melibatkan pengakuan akan pentingnya perbedaan, penghargaan kontribusi yang dibuat semua kelompok budaya pada masyarakat, dan pemeliharaan budaya dan tradisi masing-masing kelompok. Penerimaan multikulturalisme pada individu berhubungan positif dengan sikap positif terhadap kelompok lain (Rosenthal & Levy, 2010). Perwujudan multikulturalisme dalam individu terlihat dari dorongan untuk memberikan penilaian positif pada kelompok berbeda sehingga prasangka yang dimiliki mereka pun lebih rendah dibandingkan individu tanpa sikap positif pada multikulturalisme (Whitley & Webster, 2019).

Multikulturalisme di Indonesia memiliki perbedaan dengan multikulturalisme negara lain, khususnya dengan negara-negara Barat (Amerika Utara dan Eropa) yang seringkali menjadi latar tempat penelitian multikulturalisme. Huat (2002) menyatakan bahwa kemunculan dan ketertarikan pada multikulturalisme di negara Barat didasarkan atas sejarah diskriminasi rasial dan biasanya merujuk ke perbedaan ras dan etnis antara warga mayoritas dan minoritas negara-negara tersebut, yakni warga ras Kaukasoid Eropa kulit putih dan warga golongan kulit berwarna keturunan imigran Afrika dan Asia. Sementara itu, multikulturalisme Indonesia didasari oleh keanekaragaman suku atau etnis, ras, dan agama dari seluruh wilayah Indonesia. Analisis Data Sensus Populasi Indonesia 2010 oleh Arifin et al. (2015) menyatakan bahwa Indonesia memiliki tingkat penyebaran etnis berbeda di sepanjang wilayah kepulauannya.

Munroe dan Pearson (2006) membahas sikap multikultural sebagai suatu konsep psikologis yang dapat diukur. Kerangka teori dari penelitian tersebut menggunakan pendekatan transformatif Banks (dalam Munroe & Pearson, 2006), di mana sikap terbentuk dari pengetahuan dan keyakinan, ikatan emosional yang diasosiasikan dengan pengetahuan dan keyakinan tersebut, dan aksi tingkah laku yang ditampilkan karena kedua hal sebelumnya. Penelitian Munroe dan Pearson (2006) menghasilkan instrumen *Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire* (MASQUE) yang dimaksudkan untuk mengukur sikap multikultural pada mahasiswa dalam konteks perguruan tinggi.

Dalam penelitian ini yang akan dilihat adalah sikap multikultural. Sikap multikultural adalah evaluasi positif, negatif, atau campuran, terhadap penerimaan, dukungan, dan perlakuan penuh hormat dan kesederajatan pada semua kelompok masyarakat yang berbeda, yang dibentuk berdasarkan pengetahuan, kepedulian, dan tindakan individu (Munroe & Pearson, 2006)

Sikap multikultural memiliki landasan berupa gagasan bahwa perbedaan ras dan etnis perlu diperhatikan, bukan diabaikan, karena prasangka dapat berkembang dari kurangnya pengetahuan dan rasa hormat pada kelompok berbeda (Rosenthal & Levy, 2010). Individu dengan sikap multikultural cenderung menilai kelompok *outgroup* lebih positif, sehingga hasil penelitian-penelitian sebelumnya

menemukan hubungan sikap positif terhadap multikulturalisme berhubungan negatif pada prasangka eksplisit dan implisit (Whitley & Webster, 2019).

Terdapat beberapa faktor yang berhubungan dengan sikap multikultural. Faktor pertama adalah faktor usia, di mana terdapat hubungan bervariasi antara usia tua dengan sikap positif pada multikulturalisme (Dandy & Pe-Pua, 2010; Munroe & Pearson, 2006; Shaver et al., 2016). Faktor kedua adalah gender, di mana perempuan cenderung memiliki sikap pada multikulturalisme yang lebih positif dibandingkan laki-laki (Dandy dan Pe-Pua, 2010; Karatekin et al. 2019; Munroe & Pearson, 2006; Shaver et al., 2016). Faktor ketiga adalah tingkat pendidikan. Penelitian Hello et al. (2004), Dandy dan Pe-Pua (2010), dan Shaver et al. (2016) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin positif sikap pada multikulturalisme.

Agama memegang peran penting bagi masyarakat Indonesia. Harapannya adalah dengan beragama, individu bisa memiliki moral dan nilai-nilai baik (Tamir et al., 2020). Namun pada kenyataannya tidak demikian. Hubungan umat beragama di Indonesia tidak selamanya tenang. Telah terjadi sejumlah konflik antara kelompok agama di Indonesia. Konflik atau kekerasan agama adalah suatu tipe konflik komunal dengan kejadian serangan kekerasan antara dua kelompok agama yang didorong oleh motivasi religius dengan karakteristik penggunaan simbol-simbol agama (Yunanto & Damayanti, 2022). Menurut Panggabean et al. (2010), terdapat 123 konflik agama dengan insiden kekerasan yang terjadi di Indonesia dari Januari 1990 sampai September 2008. Sebagian besar konflik agama dengan kekerasan tersebut terjadi pada periode transisi politik dari masa Orde Baru ke Reformasi. Pada periode transisi itulah terjadi dua konflik agama Indonesia yang paling terkenal akan tingkat kehancurannya, yaitu konflik Poso di Sulawesi dan konflik Maluku.

Kasus dan fenomena konflik antar kelompok agama memperlihatkan bagaimana individu penganut agama tertentu dapat berpikir dan berperilaku buruk pada anggota agama yang berbeda darinya. Walaupun ajaran agama secara umum berisi panduan hidup dan anjuran untuk berlaku baik, mengapa individu dapat mencelakai orang lain dengan justifikasi agama? Hal ini menjadikan religiositas sebagai salah satu topik pembahasan penelitian psikologi sosial.

Penelitian klasik mengenai konflik berlatar agama dilakukan oleh Allport dan Ross (1967), di mana mereka membahas mengenai religiositas dan prasangka. Penelitian Allport dan Ross (1967) berusaha menjelaskan gejala-gejala, yakni rerata jemaat gereja memiliki prasangka lebih tinggi dibandingkan orang yang tidak ke gereja, hubungan praktik agama dan prasangka membentuk kurva linear (ada lebih banyak jemaat gereja berprasangka lebih tinggi, tetapi ada jumlah signifikan jemaat dengan prasangka lebih rendah), dan jemaat gereja yang tidak teratur ke gereja memiliki prasangka lebih tinggi dibandingkan jemaat yang lebih taat dan teratur ke gereja. Allport dan Ross (1967) menemukan bahwa terdapat gaya kognitif tertentu yang mempengaruhi cara berpikir individu sehingga

mereka memiliki ciri-ciri pro-religius dan berprasangka tinggi pada saat bersamaan. Gaya kognitif tersebut dijelaskan melalui pembuatan konsep orientasi religius.

Definisi orientasi religius menurut Allport dan Ross (1967) adalah kecenderungan individu untuk termotivasi secara intrinsik atau eksternal untuk mengikuti ajaran agamanya. Motivasi individu untuk beragama ditelaah melalui dua dimensi orientasi religius yang mencirikan pengalaman subjektif individu dalam beragama, yaitu orientasi religius intrinsik dan orientasi religius ekstrinsik. Individu dengan orientasi religius intrinsik termotivasi beragama karena agama dijadikan dasar kehidupannya. Individu dengan orientasi religius intrinsik memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk bertingkah laku yang sejalan dengan nilai-nilai agamanya dibandingkan mengompromikan ajaran agamanya (Paloutzian, 2017). Sementara itu, individu dengan orientasi religius ekstrinsik termotivasi beragama karena agama dapat berguna bagi dirinya untuk mencapai kebutuhan hidup lainnya. Tidak mengherankan jika terdapat beberapa kepentingan atau motif saling berkonflik, seperti rasa aman dan nyaman, ikatan sosial, pengalihan perhatian, pencapaian status sosio-ekonomi, dan justifikasi atas perilaku (Adam, 2010; Schulze, 2017; Yunanto & Damayanti, 2022).

Temuan riset terkait orientasi religius ada dengan berbagai konteks. Penelitian Muhid (2020) pada mahasiswa Surabaya menemukan bahwa dimensi orientasi religius intrinsik berhubungan positif dengan toleransi agama. Sementara itu, dimensi orientasi religius ekstrinsik berhubungan negatif dengan toleransi agama. Salah satu penelitian orientasi religius di Indonesia adalah penelitian Meinarno (2009) mengenai gambaran orientasi religius pada masyarakat Jakarta. Hasil penelitian menemukan bahwa orientasi religius intrinsik masyarakat Jakarta berkorelasi positif dengan orientasi religius ekstrinsik. Skor orientasi religius intrinsik dan ekstrinsik yang tinggi secara beriringan merupakan karakteristik partisipan yang menjalani ajaran agama sebagai tujuan hidup tanpa memahami esensi dari agama secara utuh dan mendalam. Gejala ini menunjukkan keadaan yang hipokrit dan sekaligus menjadi pembuka pertanyaan bagaimana hubungan orientasi religius dan masyarakat yang multikultural di Indonesia?

Terjadinya konflik antara kelompok agama di Indonesia, sebuah negara yang mayoritas warganya menganggap agama sebagai hal penting di kehidupannya, merupakan fenomena yang mengkhawatirkan. Jika perbedaan agama terus memicu kejadian konflik secara berkala, kesatuan dan solidaritas negara Indonesia tidak akan bisa stabil. Bahkan, pengulangan kejadian konflik antara kelompok agama dapat mengarah ke perpecahan bangsa di kemudian hari.

Pembahasan tentang keanekaragaman Indonesia perlu memperhatikan agama. Hoon (2017) menekankan keperluan akan keterlibatan agama dalam pemahaman multikulturalisme konteks Indonesia karena pentingnya agama dalam kehidupan rakyat dan peran agama dalam Pancasila, dasar negara Indonesia, pada sila pertamanya yang berbunyi, 'Ketuhanan yang Maha Esa.' Selain itu, Hoon

(2017) menyatakan bahwa pembahasan multikulturalisme dan agama dapat mendukung keaktifan negara untuk perlindungan kelompok agama minoritas. Terdapat temuan penelitian sebelumnya mengenai hubungan religiositas dengan multikulturalisme. Ada hubungan positif antara religiositas guru dan multikulturalisme (Egho & Panggabean, 2021).

Penelitian-penelitian sebelumnya menemukan hasil tidak konsisten pada perbedaan hubungan dimensi orientasi religius dengan karakteristik individu yang memiliki sikap multikultural. Penelitian Muhid (2020) pada mahasiswa Surabaya menemukan bahwa orientasi religius intrinsik berhubungan positif dengan toleransi beragama, namun orientasi ekstrinsik berhubungan negatif dengan toleransi beragama. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan temuan Park (2021) yang menyatakan perbedaan antara hubungan orientasi religius intrinsik dengan prasangka dibandingkan hubungan orientasi religius ekstrinsik terhadap prasangka telah mengecil seiring menurunnya dukungan masyarakat umum untuk menunjukkan prasangka eksplisit.

Berdasarkan paparan sebelumnya, terdapat urgensi untuk meneliti orientasi religius dan sikap multikultural di Indonesia. Peneliti mengajukan pertanyaan penelitian yakni bagaimana hubungan antara orientasi religius dan sikap multikultural.

## **METODE PENELITIAN**

Tipe dan desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional. Peneliti melakukan pengukuran variabel pada masing-masing partisipan dengan tujuan menghasilkan deskripsi hubungan dari variabel (Gravetter & Forzano, 2018). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu orientasi religius dan sikap multikultural.

### ***Sampel dan Karakteristik***

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa, yaitu individu yang sedang menempuh pendidikan tingkat sarjana (S1) dengan rentang usia 18-25 tahun. Peneliti menentukan kriteria partisipan berdasarkan tinjauan pustaka sebelumnya yang menemukan bahwa tingkat pendidikan (Dandy dan Pe-Pua, 2010; Hello et al., 2004; Shaver et al., 2016) dan usia (Dandy dan Pe-Pua, 2010; Munroe dan Pearson, 2006; Shaver et al., 2016) merupakan faktor yang berhubungan dengan sikap multikultural. Alasan lain atas penetapan rentang usia tersebut adalah karena usia tersebut termasuk dalam tahap perkembangan dewasa muda. Papalia dan Martorell (2021) menyatakan bahwa tahap dewasa muda merupakan periode waktu umum untuk memasuki perguruan tinggi. Karakteristik khas dari individu dalam periode usia 18-25 adalah peluang untuk mengeksplorasi identitas dan kemungkinan hidup lainnya sebelum menetapkan komitmen (Arnett, 2018). Mahasiswa dalam tahap dewasa muda memiliki

kemungkinan lebih tinggi untuk mengalami perubahan pada masa perkuliahan, termasuk di antaranya adalah perubahan terhadap sikap multikultural dan orientasi religius yang dimilikinya.

Jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan aplikasi G\*Power 3.1.9.6. Berdasarkan hasil analisis *power* dengan tes korelasi model normal bivariat (*one-tailed*, *effect size*=0,2, *α error probability*=0,05, *power* =0,80,  $H_0: \rho = 0$ ), penelitian membutuhkan sampel sebesar 153 orang. Total sampel yang berhasil direkrut melebihi angka tersebut, yaitu 234 partisipan. Setelah eliminasi data partisipan yang tidak sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan penelitian, jumlah akhir sampel penelitian adalah 218 partisipan. Jumlah sampel yang lebih besar dapat menghasilkan estimasi yang lebih mendekati parameter populasi (Asiamah et al., 2017).

Karakteristik partisipan penelitian ini adalah mahasiswa S1 yang belum lulus, berusia 18-25 tahun, dan merupakan Warga Negara Indonesia (WNI). Pengambilan sampel untuk penelitian dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Gravetter dan Forzano (2018) menyatakan *convenience sampling* dilakukan untuk memudahkan peneliti, yaitu dengan mencari sampel dari individu yang mudah diambil sebagai partisipan berdasarkan ketersediaan orang yang ada dan kesukarelaan mereka untuk ikut penelitian. Pengambilan sampel dilakukan melalui penyebaran *link* kuesioner Google Form melalui media sosial LINE, WhatsApp, dan Instagram. Peneliti juga meminta teman-teman dan keluarga yang berkenan membantu untuk membagikan *link* kuesioner melalui media sosial mereka masing-masing juga.

### ***Instrumen Penelitian***

Terdapat dua instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Instrumen pertama untuk mengukur sikap multikultural adalah *Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire* (MASQUE) oleh Munroe dan Pearson, (2006). Penelitian ini menggunakan alat ukur MASQUE bahasa Indonesia adaptasi Permatasari et al. (2020) yang terdiri atas 18 item dengan tiga dimensi yakni *know* (pengetahuan), *care* (kepedulian), dan *act* (tindakan). Alat ukur MASQUE adalah alat ukur *self-report* dengan item-item berisi pernyataan yang direspons partisipan melalui pemberian nilai berdasarkan kesesuaian diri mereka terhadap pernyataan tersebut. Skor item diukur melalui skala Likert dari rentang angka 1-6, dengan angka 1 yang artinya, 'Sangat tidak setuju,' dan angka 6 yang berarti, 'Sangat setuju.' Skor dimensi dihasilkan dari penjumlahan skor dari setiap item dari dimensi tersebut. Skor awal yang diperoleh dari item-item dimensi *Act* akan dibalik (*reverse scoring*) sebelum dihitung jumlahnya karena isi pernyataan item bertolak belakang dengan karakteristik dimensi *Act*. Skor sikap multikultural dihasilkan dari penjumlahan total skor dari ketiga dimensi.

Pengukuran orientasi religius diukur dengan *Religious Orientation Scale* (ROS) oleh Allport dan Ross (1967). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah adaptasi Bahasa Indonesia ROS oleh

Meinarno (2009) berdasarkan revisi ROS oleh Genia (1993). Alat ukur ini terdiri atas 22 item yang mengukur dua dimensi dari orientasi religius, yaitu orientasi religius intrinsik terdiri atas 10 item dan orientasi religius ekstrinsik terdiri atas 12 item. Total skor dari dimensi orientasi religius intrinsik dijumlahkan secara terpisah dari total skor dimensi orientasi religius ekstrinsik. Alat ukur ROS merupakan *self-report* yang terdiri atas item-item berbentuk pernyataan. Partisipan memberikan skor terhadap pernyataan item berdasarkan kesesuaian pernyataan dengan diri mereka. Pemberian skor item menggunakan skala Likert dari angka 1-6, di mana skor 1 berarti, 'Sangat tidak setuju,' dan skor 6 dimaknai sebagai, 'Sangat setuju.' Skor orientasi religius diperoleh melalui penghitungan jumlah total skor dimensi orientasi religius yang dibagi dengan jumlah item dimensi, yakni sepuluh item untuk orientasi religius intrinsik dan dua belas item untuk orientasi religius ekstrinsik.

### **Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian terbagi menjadi lima tahap, yaitu tahap pembuatan kuesioner, tahap *pilot study*, tahap pengujian alat ukur, tahap pengumpulan data penelitian, dan tahap pengolahan data. Pada tahap pertama, peneliti menyusun kuesioner di Google Form yang terdiri atas pernyataan persetujuan partisipan, pengisian data diri partisipan, alat ukur sikap multikultural, alat ukur orientasi religius, dan pengisian umpan balik partisipan terhadap kuesioner. Data diri partisipan terdiri atas usia, gender, asal universitas, fakultas, semester, dan agama. Di dalam kuesioner, peneliti juga menawarkan imbalan bagi partisipan yang mengisi kuesioner melalui kesempatan untuk mengikuti undian.

Tahap kedua, yaitu *pilot study*, diawali dengan penyebaran tautan Google Form kuesioner. Tautan disebarakan lewat media sosial, yaitu LINE, WhatsApp, dan Instagram. Jumlah partisipan yang dicari untuk tahap ini sebanyak 30 orang, sesuai dengan pernyataan Gravetter dan Wallnau (2017) bahwa distribusi data sudah paling mendekati distribusi normal ketika sampel mencapai 30 partisipan. Total partisipan yang berhasil direkrut untuk pengujian alat ukur adalah 43 partisipan.

Setelah *pilot study*, peneliti melakukan tahap ketiga sampai kelima. Tahap ketiga adalah pengujian alat ukur berdasarkan hasil *pilot study*. Pada tahap keempat, peneliti kembali melakukan penyebaran kuesioner yang sudah direvisi sesuai hasil *pilot study*. Kuesioner disebarakan lewat media sosial untuk memenuhi jumlah kebutuhan sampel penelitian sebanyak 153 partisipan. Pada tahap ini, kuesioner disebarakan pada tanggal 26-29 Mei 2022. Total sampel yang diperoleh adalah 234 partisipan. Tahap kelima adalah tahap pengolahan data yang sudah terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan teknik analisis korelasional untuk melihat apakah terdapat hubungan signifikan antara sikap multikultural dan kedua dimensi orientasi religius. Analisis korelasional dilakukan menggunakan program SPSS versi 23.

Hasil uji coba instrumen penelitian terdiri atas hasil uji keterbacaan, uji normalitas, uji reliabilitas, dan uji validitas pada hasil dari *pilot study*. Hasil uji keterbacaan adalah penggantian keterangan isian

data diri partisipan dari 'Domisili,' menjadi, 'Domisili Tempat Tinggal.' Hasil uji normalitas dengan tes Kolmogorov-Smirnov menemukan bahwa orientasi religius ekstrinsik dan sikap multikultural memiliki distribusi normal, namun orientasi religius ekstrinsik tidak terdistribusi normal. Hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* menemukan bahwa secara umum, item dari kedua instrumen alat ukur memiliki reliabilitas baik dengan koefisien  $\alpha > 0,600$  (Ursachi et al., 2015), tetapi item dimensi *Care* dan dimensi orientasi religius ekstrinsik memiliki reliabilitas yang rendah ( $\alpha < 0,600$ ). Kemudian untuk hasil uji validitas item dengan *Corrected Item-Total Correlation*, sebagian besar item dari dua intrustrumen memiliki daya diskriminasi baik ( $r > 0,2$ ), di mana item buruk yang adalah dua item dimensi *care* sikap multikultural dan tujuh item dari orientasi religius ekstrinsik ( $r < 0,2$ ).

Data penelitian akan diolah secara kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Teknik statistik deskriptif digunakan untuk mencari gambaran umum partisipan dari informasi usia, gender, dan domisili. Lalu, peneliti akan melaksanakan analisis statistik deskriptif untuk mencari nilai frekuensi, rata-rata, standar deviasi, persentase, dan nilai minimum maksimum dari variabel penelitian.

### ***Analisis Data***

Untuk analisis utama penelitian, peneliti akan menggunakan *Spearman Correlation* untuk mencari hubungan antara variabel sikap multikultural dan orientasi religius. Alasan pemilihan *Spearman Correlation* adalah karena teknik korelasi ini termasuk statistik nonparametrik yang tidak membutuhkan sebaran data dengan distribusi normal (Herlinda et al., 2010). *Spearman Correlation* dapat digunakan untuk mengukur derajat hubungan satu arah antara dua variabel yang menghasilkan skor numerik melalui pengubahan skor menjadi kategori rangking terlebih dahulu (Gravetter & Forzano, 2018). Oleh karena itu, peneliti juga akan membuat kategorisasi norma skor berdasarkan panduan kategorisasi yang dikemukakan oleh Azwar (dalam Kristianto & Jannah, 2014) sebelum melakukan *Spearman Correlation*.

## **HASIL PENELITIAN**

Partisipan penelitian terdiri dari 218 mahasiswa usia 18–25 tahun ( $M = 20,95$ ;  $SD = 1,25$ ), di mana mayoritas merupakan mahasiswa perempuan (70,2%), berada pada semester 7–8 (33,9%), dan berasal dari rumpun ilmu Sosial Humaniora (78,4%). Dominasi partisipan dari rumpun Sosial Humaniora diduga disebabkan oleh teknik pengambilan sampel convenience sampling, di mana partisipan yang diperoleh bergantung pada ketersediaan dan akses peneliti dalam menjangkau responden.

Gambaran variabel penelitian diperoleh dari hasil analisis atastistik deskriptif. Partisipan memiliki rentang skor sikap multikultural dari 53 sampai 84 ( $M=67,79$ ,  $SD=6,93$ ). Sebelum melakukan analisis deskriptif pada orientasi religius, skor orientasi religius dihitung dari penjumlahan total skor dari

semua item dimensi orientasi yang dibagi dengan jumlah item dimensi (Meinarno, 2009). Gambaran dimensi orientasi religius intrinsik adalah rentang skor dari 1,70 sampai 6,00 ( $M=4,47$ ,  $SD=0,84$ ). Lalu, dimensi orientasi religius ekstrinsik memiliki rentang skor 2,17 sampai 5,58 ( $M=3,72$ ,  $SD=0,57$ )

Setelah memperoleh angka skor minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari hasil analisis statistik deskriptif, peneliti membuat kategorisasi skor dari sikap multikultural dan orientasi religius. Untuk sikap multikultural, peneliti menggunakan kategorisasi jenjang Azwar (dalam Kristianto & Jannah, 2014) yang terdiri atas lima kategori, yaitu Sangat Tinggi ( $X > M + 1,5 SD$ ), Tinggi ( $M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$ ), Sedang ( $M - 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$ ), Rendah ( $M - 1,5 SD < X \leq M - 0,5 SD$ ), dan Sangat Rendah ( $X \leq M - 1,5 SD$ ). Lalu untuk orientasi religius, peneliti menggunakan kategori skor orientasi religius dalam penelitian Meinarno (2009) yang terdiri atas enam kategori, yaitu Sangat Tinggi, Tinggi, Agak Tinggi, Agak Rendah, Rendah, dan Sangat Rendah. Gambaran kategorisasi skor partisipan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Gambaran Kategorisasi Skor Partisipan**

Variabel	Kategori	Rentang Skor	N	%
Sikap Multikultural	Sangat Tinggi	78,18–84,00	25	11,5
	Tinggi	71,26–78,18	64	29,4
	Sedang	64,33–71,25	84	38,5
	Rendah	57,40–64,32	34	15,6
	Sangat Rendah	53,00–57,39	11	5,0
Orientasi Religius Intrinsik	Sangat Tinggi	5,16–6,00	44	20,2
	Tinggi	4,35–5,15	94	43,1
	Agak Tinggi	3,50–4,32	57	26,1
	Agak Rendah	2,67–3,49	12	5,5
	Rendah	1,84–2,66	10	4,6
	Sangat Rendah	1,00–1,83	1	0,5
Orientasi Religius Ekstrinsik	Sangat Tinggi	5,16–6,00	3	1,4
	Tinggi	4,35–5,15	30	13,8
	Agak Tinggi	3,50–4,32	119	54,6
	Agak Rendah	2,67–3,49	59	27,1
	Rendah	1,84–2,66	7	3,2
	Sangat Rendah	1,00–1,83	0	0

Berdasarkan kategori skor yang telah dibuat, gambaran skor partisipan dapat disimpulkan sebagai berikut. Sebagian besar partisipan memiliki sikap multikultural pada kategori Sedang (38,5%). Sementara itu, pada dimensi orientasi religius intrinsik, sebagian besar partisipan berada pada kategori Tinggi (43,1%). Terakhir, sebanyak 54,6% partisipan berada pada kategori Agak Tinggi untuk dimensi orientasi religius ekstrinsik.

Pada tahap selanjutnya dilakukan uji normalitas untuk menentukan teknik korelasi yang digunakan. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

Variabel	Sig.
Sikap Multikultural	0,089
Orientasi Religius Intrinsik	0,000
Orientasi Religius Ekstrinsik	0,200

Data orientasi religius intrinsik tidak berdistribusi normal ( $p < 0,05$ ), sementara data sikap multicultural dan orientasi religious ekstrinsik berdistribusi normal ( $p > 0,05$ ); sehingga analisis menggunakan teknik non parametrik *Spearman Correlation*. Untuk memenuhi asumsi analisis korelasi juga dilakukan uji linieritas yang dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Linieritas**

Hubungan Variabel	Sig. Deviation from Linearity
Intrinsik - Multikultural	0,925
Ekstrinsik - Multikultural	0,340

Berdasarkan hasil uji linieritas, hubungan antar variabel menunjukkan linearitas ( $p > 0,05$ ), sehingga memenuhi asumsi analisis korelasi. Selanjutnya dilakukan uji korelasi spearman dan hasil uji korelasi dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Analisis Korelasi Variabel Penelitian**

Variabel	Total Sikap Multikultural
Orientasi Religius Intrinsik	0,006
Sig.	0,464
Orientasi Religius Ekstrinsik	0,041
Sig.	0,273

Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi religius intrinsik dengan sikap multikultural ( $p > 0,05$ ). Nilai koefisien korelasi yang diperoleh juga menunjukkan hubungan yang sangat lemah ( $r_s$  berkisar antara -0,02 hingga 0,08). Selanjutnya, hasil analisis pada orientasi religius ekstrinsik juga menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan dengan sikap multikultural ( $p > 0,05$ ), dengan kekuatan hubungan yang tergolong lemah ( $r_s$  berkisar antara 0,03 hingga 0,10). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa baik orientasi religius intrinsik maupun ekstrinsik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap multikultural mahasiswa. Nilai koefisien korelasi yang rendah ( $r \leq 0,3$ ) mengindikasikan bahwa kekuatan hubungan antar variabel tergolong lemah (Akoglu, 2018).

## DISKUSI

Kategorisasi skor data penelitian menunjukkan tingkat orientasi religius dan sikap multikultural pada partisipan. Secara umum, partisipan memiliki sikap multikultural sedang, orientasi religius intrinsik tinggi, dan orientasi religius ekstrinsik agak tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan cenderung termotivasi untuk beragama karena agama itu sendiri, namun mereka tetap memiliki kecenderungan untuk memandang agama sebagai alat untuk mencapai kebutuhan lain dalam kehidupan.

Peneliti memperkirakan bahwa tidak ditemukannya hubungan signifikan antara orientasi religius dan sikap multikultural pada mahasiswa disebabkan oleh adanya pemisahan antara nilai-nilai agama dengan sikap sosial dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun agama dianggap penting, nilai-nilai yang terkandung di dalamnya tidak selalu diinternalisasi secara langsung dalam cara individu memandang dan memperlakukan kelompok yang berbeda. Hal ini menyebabkan orientasi religius, baik intrinsik maupun ekstrinsik, tidak secara konsisten memengaruhi sikap multikultural individu. Dengan kata lain, individu dapat memiliki tingkat religiositas tertentu tanpa diikuti oleh sikap yang lebih positif atau negatif terhadap keberagaman. Sejalan dengan itu, Paloutzian (2017) menjelaskan bahwa individu dengan orientasi religius, khususnya ekstrinsik, cenderung melakukan kompromi antara nilai-nilai agama dengan kepentingan lain dalam kehidupan. Kondisi ini memungkinkan nilai agama tidak menjadi faktor utama dalam membentuk sikap terhadap kelompok sosial yang beragam, sehingga hubungan antara kedua variabel menjadi tidak signifikan.

Partisipan cenderung memandang agama sebagai hal yang penting dalam kehidupan dan terdorong untuk beragama karena nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Namun, pada saat yang sama, partisipan juga menunjukkan kecenderungan untuk memisahkan agama dari aspek kehidupan lainnya. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep orientasi religius, di mana individu dengan orientasi tertentu tidak selalu menginternalisasi nilai agama dalam seluruh aspek kehidupannya (Allport & Ross, 1967). Selain itu, ketidaksesuaian antara keyakinan dan perilaku tersebut dapat dipahami melalui teori disonansi kognitif, yang menyatakan bahwa individu dapat memiliki inkonsistensi antara sikap dan tindakan dalam kehidupan sehari-hari (Festinger, 1957). Paloutzian (2017) juga menjelaskan bahwa nilai-nilai agama tidak selalu terintegrasi secara menyeluruh dalam perilaku individu, sehingga memungkinkan adanya pemisahan antara keyakinan religius dan praktik sosial. Dengan demikian, kondisi ini menunjukkan bahwa pentingnya agama bagi individu tidak selalu diikuti oleh penerapan nilai-nilai tersebut dalam cara berpikir dan bertindak.

Peneliti menduga bahwa faktor-faktor demografis yang dimiliki partisipan justru dapat menjelaskan tidak ditemukannya hubungan signifikan antara orientasi religius dan sikap multikultural. Mayoritas partisipan dalam penelitian ini adalah perempuan, mahasiswa aktif, dan berasal dari rumpun

ilmu sosial humaniora, yang dalam penelitian sebelumnya diketahui cenderung memiliki sikap multikultural yang lebih tinggi (Dandy & Pe-Pua, 2010; Karatekin et al., 2019; Munroe & Pearson, 2006; Shaver et al., 2016). Homogenitas karakteristik tersebut memungkinkan sebagian besar partisipan memiliki tingkat sikap multikultural yang relatif serupa (cenderung sedang hingga tinggi), sehingga variasi skor menjadi terbatas. Kondisi ini dapat menyebabkan hubungan antara orientasi religius dan sikap multikultural menjadi tidak terlihat secara signifikan secara statistik. Selain itu, pengalaman sebagai mahasiswa yang terpapar pada lingkungan yang beragam (Papalia & Martorell, 2021), serta dominasi mahasiswa dari rumpun humaniora yang memiliki kecenderungan empati lebih tinggi (Focquaert et al. 2007; Kidron et al. 2018) dapat memperkuat kecenderungan sikap multikultural yang relatif tinggi dan merata. Dengan demikian, faktor-faktor demografis tersebut tidak memperkuat hubungan antar variabel, melainkan berpotensi mengurangi variasi data yang diperlukan untuk menemukan korelasi yang signifikan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara orientasi religius dan sikap multikultural pada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi religius intrinsik maupun ekstrinsik dengan sikap multikultural, baik pada skor total maupun pada masing-masing dimensinya. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya orientasi religius tidak secara langsung berkaitan dengan sikap individu terhadap keberagaman.

Secara teoretis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa orientasi religius tidak selalu terinternalisasi dalam sikap sosial individu, khususnya dalam konteks keberagaman. Dengan demikian, religiositas tidak dapat secara langsung digunakan sebagai prediktor sikap multikultural, terutama pada populasi mahasiswa yang memiliki karakteristik tertentu.

Dari segi implikasi praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sikap multikultural pada mahasiswa tidak cukup hanya melalui peningkatan religiositas, tetapi perlu didukung oleh faktor lain seperti pendidikan multikultural, interaksi lintas budaya, dan pengalaman sosial yang beragam. Institusi pendidikan dapat berperan dalam menyediakan lingkungan yang mendukung interaksi antar kelompok untuk meningkatkan sikap multikultural mahasiswa. Penelitian ini juga memberikan kontribusi (*novelty*) dengan mengkaji hubungan antara orientasi religius dan sikap multikultural dalam konteks mahasiswa di Indonesia, yang masih relatif terbatas, serta dengan menganalisis sikap multikultural tidak hanya secara umum tetapi juga berdasarkan dimensinya (*know, care, act*).

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel. Selain itu, peneliti tidak melakukan analisis statistik lanjutan terhadap faktor-faktor demografis seperti gender, pengalaman perkuliahan, dan rumpun ilmu yang berpotensi memengaruhi sikap multikultural. Penelitian ini juga tidak mengontrol wilayah asal partisipan, di mana mayoritas berasal dari Jakarta, sehingga dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap variabel demografis sebagai variabel moderator atau kontrol, serta menggunakan sampel yang lebih beragam dari berbagai wilayah di Indonesia. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan longitudinal atau eksperimen untuk memahami hubungan kausal antara religiositas dan sikap multikultural secara lebih komprehensif.

## DAFTAR REFERENSI

- Adam, J. (2010). How ordinary folk became involved in the Ambonese conflict: Understanding private opportunities during communal violence. *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 166(1), 25–48. <https://doi.org/10.1163/22134379-90003624>
- Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. *Turkish Journal of Emergency Medicine*, 18(3), 91–93. <https://doi.org/10.1016/j.tjem.2018.08.001>
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(4), 432–443. <https://doi.org/10.1037/h0021212>
- Arifin, E. N., Ananta, A., Wilujeng Wahyu Utami, D. R., Budi Handayani, N., & Pramono, A. (2015). Quantifying Indonesia's Ethnic Diversity: Statistics at National, Provincial, and District levels. *Asian Population Studies*, 11(3), 233–256. <https://doi.org/10.1080/17441730.2015.1090692>
- Arnett, J. J. (2018). *Adolescence and emerging adulthood: A cultural approach* (6th ed.). Pearson.
- Asiamah, N., Mensah, H. K., Fosu Oteng-Abayie, E., & Kofi Mensah, H. (2017). Do larger samples really lead to more precise estimates? A simulation study. *American Journal of Educational Research*, 5(1), 9–17. <https://doi.org/10.12691/education-5-1-2>
- Dandy, J., & Pe-Pua, R. (2010). Attitudes to multiculturalism, immigration and cultural diversity: Comparison of dominant and non-dominant groups in three Australian states. *International Journal of Intercultural Relations*, 34(1), 34–46. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2009.10.003>
- Egho, D., & Panggabean, H. (2021). Hubungan religiositas dengan multikulturalisme pada guru agama sekolah negeri di Jakarta. *Jurnal Perkotaan*, 12(1), 87–102. <https://doi.org/10.25170/perkotaan.v12i1.1337>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Focquaert, F., Steven, M. S., Wolford, G. L., Colden, A., & Gazzaniga, M. S. (2007). Empathizing and systemizing cognitive traits in the sciences and humanities. *Personality and Individual Differences*, 43(3), 619–625. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.01.004>
- Fowers, B. J., & Richardson, F. C. (1996). Why is multiculturalism good? *American Psychologist*, 51(6), 609–621. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.51.6.609>
- Genia, V. (1993). A psychometric evaluation of the Allport-Ross I/E scales in a religiously heterogeneous sample. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 32(3), 284. <https://doi.org/10.2307/1386667>
- Gravetter, F. J., & Forzano, L.-A. B. (2018). *Research methods for the behavioral sciences* (6th ed.). Cengage

Learning.

- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for the behavioral sciences* (10th ed.). Cengage Learning.
- Hello, E., Scheepers, P., Vermulst, A., & Gerris, J. R. M. (2004). Association between educational attainment and ethnic distance in young adults: Socialization by schools or parents? *Acta Sociologica*, *47*(3), 253–275. <https://doi.org/10.1177/0001699304046222>
- Herlinda, S., Said, M., Gofar, N., Pratama, F., Sulastri, Inderawati, R., Putri, R. I. I., & Nurhayati. (2010). Penggunaan statistik non-parametrik dalam penelitian. In *Metodologi Penelitian* (1st ed., pp. 131–146). Lembaga Penelitian Universitas Srwijaya.
- Hoon, C. Y. (2017). Putting religion into multiculturalism: Conceptualising religious multiculturalism in Indonesia. *Asian Studies Review*, *41*(3), 476–493. <https://doi.org/10.1080/10357823.2017.1334761>
- Huat, C. B. (2002). Multiculturalism in Island South-East Asian. *Antropologi Indonesia*, *69*, 118–123. <https://doi.org/10.7454/ai.v0i69.3449>
- Karatekin, K., Akcaoglu, M. Ö., & Taban, M. H. (2019). A comparative study on multicultural attitude of university students: Austria, Hungary and Turkey sample. *Journal of History Culture and Art Research*, *8*(4), 36–55. <https://doi.org/10.7596/taksad.v8i4.2238>
- Kidron, R., Kaganovskiy, L., & Baron-Cohen, S. (2018). Empathizing-systemizing cognitive styles: Effects of sex and academic degree. *PLoS ONE*, *13*(3), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0194515>
- Kristianto, N. A., & Jannah, M. (2014). Hubungan antara sikap terhadap core values dengan efikasi diri pada pemain national basketball league. *Jurnal Penelitian Psikologi*, *2*(13), 1–6.
- Meinarno, E. A. (2009). Gambaran orientasi religius pada masyarakat di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, *1*(01), 45–54.
- Muhid, A. (2020). Religious tolerance among college students: How it's influenced by religious orientation and personality traits? *Humanitas: Indonesian Psychological Journal*, *17*(1), 55. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v17i1.12222>
- Munif, A. (2018). Potret masyarakat multikultural di Indonesia. *Journal Multicultural of Islamic Education*, *2*(1), 1–10.
- Munroe, A., & Pearson, C. (2006). The Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire: A new instrument for multicultural studies. *Educational and Psychological Measurement*, *66*(5), 819–834. <https://doi.org/10.1177/0013164405285542>
- Paloutzian, R. F. (2017). *Invitation to the psychology of religion* (3rd ed.). The Guilford Press. [https://doi.org/10.1207/s15327582ijpr0703\\_9](https://doi.org/10.1207/s15327582ijpr0703_9)
- Panggabean, S. R., Alam, R. H., & Fauzi, I. A. (2010). The patterns of religious conflict in Indonesia (1990–2008). *Studi Islamika: Indonesian Journal for Islamic Studies*, *17*(2), 239–298.
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2021). *Experience Human Development* (14th ed.). McGraw Hill International Edition.
- Park, C. L. (2021). Intrinsic and extrinsic religious motivation: Retrospect and prospect. *International Journal for the Psychology of Religion*, *31*(3), 213–222. <https://doi.org/10.1080/10508619.2021.1916241>
- Permatasari, I., Milla, M. N., Lestari, S., Yusya, N., Adira, N., & Baswara, B. (2020). Adaptasi alat ukur Munroe Multicultural Attitude Scale Questionnaire versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, *18*(2), 169–178. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.17>
- Rosenthal, L., & Levy, S. R. (2010). The colorblind, multicultural, and polycultural ideological approaches to improving intergroup attitudes and relations. *Social Issues and Policy Review*, *4*(1), 215–246. <https://doi.org/10.1111/j.1751-2409.2010.01022.x>
- Schulze, K. E. (2017). The “ethnic” in Indonesia’s communal conflicts: violence in Ambon, Poso, and Sambas. *Ethnic and Racial Studies*, *40*(12), 2096–2114. <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1277030>
- Shaver, J. H., Troughton, G., Sibley, C. G., & Bulbulia, J. A. (2016). Religion and the unmaking of prejudice toward muslims: Evidence from a large national sample. *PLoS ONE*, *11*(3), 1–25.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0150209>

Tamir, C., Connaughton, A., & Salazar, A. M. (2020). *The global god divide*. Pew Research Center.

Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20(15), 679–686.  
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00123-9)

van de Vijver, F. J. R., Breugelmans, S. M., & Schalk-Soekar, S. R. G. (2008). Multiculturalism: Construct validity and stability. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(2), 93–104.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2007.11.001>

Whitley, B. E., & Webster, G. D. (2019). The relationships of intergroup ideologies to ethnic prejudice: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 23(3), 207–237.  
<https://doi.org/10.1177/1088868318761423>

Yunanto, S., & Damayanti, A. (2022). Religion and power comparing political landscape in the religious conflicts in Poso and Maluku. *Advances in Politics and Economics*, 5(1), p99.  
<https://doi.org/10.22158/ape.v5n1p99>

## ***Romantic beliefs dan romantic relationship satisfaction*** **penggemar k-pop: *Parasocial relationship* sebagai moderator**

Tesalonika<sup>1</sup>, Erni Julianti Simanjuntak<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Correspondence email: [erni.simanjuntak@uph.edu](mailto:erni.simanjuntak@uph.edu)

### **Abstract**

*Romantic relationships are important in human life, especially during emerging adulthood. The quality of romantic relationships can be seen from the level of romantic relationship satisfaction which is influenced by individual romantic beliefs. In the context of K-Pop fans, there is a unique relationship built by fans towards their idols, namely a parasocial relationship which is likely to influence an individual's romantic beliefs and romantic relationship satisfaction. Therefore, this study aims to look at the moderating role of parasocial relationships on the relationship between romantic beliefs and romantic relationship satisfaction in emerging adulthood of K-Pop fans who are dating. This research uses a quantitative design and moderation model analysis with the research instruments Multiple-Parasocial Relationship, Relationship Assessment Scale, and Romantic Beliefs Scale. The research conducted on 118 emerging adulthoods in Indonesia found that parasocial relationship do not have a moderating role in the relationship between romantic beliefs and romantic relationship satisfaction. The parasocial relationship that K-Pop fans have is not one of the factors that influences the level of romantic relationship satisfaction they feel.*

**Keywords:** *Emerging Adulthood; K-Pop, Parasocial Relationship; Romantic Beliefs; Romantic Relationship Satisfaction*

### **Abstrak**

Hubungan romantis merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia, terutama pada masa perkembangan emerging adulthood. Kualitas pada hubungan romantis dapat dilihat dari tingkat romantic relationship satisfaction yang dipengaruhi oleh romantic beliefs individu. Dalam konteks penggemar K-Pop, terdapat hubungan unik yang dibangun oleh penggemar dengan idolanya, yaitu parasocial relationship yang kemungkinan dapat mempengaruhi romantic beliefs dan romantic relationship satisfaction individu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat peran moderasi dari parasocial relationship pada hubungan antara romantic beliefs dengan romantic relationship satisfaction pada emerging adulthood penggemar K-Pop yang berpacaran. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dan analisis model moderasi dengan instrumen penelitian Multiple-Parasocial Relationship, Relationship Assessment Scale, dan Romantic Beliefs Scale. Penelitian yang dilakukan terhadap 118 orang emerging adulthood di Indonesia ini menemukan bahwa parasocial relationship tidak memiliki peran moderasi dalam hubungan romantic beliefs dengan romantic relationship satisfaction. Parasocial relationship yang dimiliki oleh penggemar K-Pop

bukan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat romantic relationship satisfaction yang dirasakan.

**Kata Kunci:** *Dewasa awal; K-Pop; Hubungan parasocial; Kepercayaan romantis; Kepuasan hubungan romantis*

## PENDAHULUAN

Hubungan romantis menjadi salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia, terutama pada masa perkembangan *emerging adulthood*. Menurut Arnett (2000), *emerging adulthood* adalah tahap perkembangan peralihan dari remaja menuju masa dewasa muda yang berada dalam rentang usia sekitar 18 sampai 25 tahun. Salah satu tugas utama dalam tahap perkembangan ini ialah mengembangkan hubungan yang baru dan lebih intim, khususnya hubungan romantis dengan lawan jenis (Arnett, 2000). Hal ini menyebabkan individu yang berada pada tahapan perkembangan *emerging adulthood* secara alami akan membangun hubungan romantis dengan orang lain. Hubungan romantis yang dibentuk ini menjadi sarana untuk mengenali calon pendamping hidup, memenuhi kebutuhan *intimacy* dan *emotional security*, serta menyalurkan perasaan cinta yang dimiliki kepada orang lain hingga pada akhirnya memutuskan untuk berlanjut ke hubungan yang lebih serius atau pernikahan (Gómez-López et al., 2019)

Keberhasilan dalam menata dan mempertahankan hubungan romantis yang sehat dan berkualitas pada tahap *emerging adulthood* dapat memprediksi kualitas hubungan pernikahan di kemudian hari (Gómez-López et al., 2019). Di sisi lain, kepuasan hubungan romantis yang rendah yang dirasakan oleh individu ketika berpacaran yang kemudian dilanjutkan dalam hubungan pernikahan dapat mengarahkan kepada pernikahan yang problematik dan meningkatkan kemungkinan untuk bercerai (Himawan, 2017). Kebutuhan akan hubungan yang hangat, dekat, dan stabil juga merupakan pendorong yang kuat dari perilaku individu *emerging adulthood* dalam membangun hubungan atau relasi intim (Papalia et al., 2009). Oleh karena itu, penting bagi *emerging adulthood* untuk memiliki hubungan romantis yang berkualitas ketika mereka menjalin hubungan berpacaran.

Salah satu komponen penting dalam dinamika hubungan romantis adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh individu saat menjalin hubungan tersebut. *Romantic Relationship Satisfaction* atau kepuasan hubungan romantis merupakan penilaian dari perasaan dan pemikiran seseorang mengenai sejauh mana kebutuhan dan keinginan atau harapan dalam hubungan romantis dapat terpenuhi (Hendrick et al., 1998). Reizer & Hetsroni (2014), juga menyatakan bahwa *romantic relationship satisfaction* merupakan salah satu indikator utama dari kualitas hubungan romantis.

Kepuasan hubungan romantis yang baik adalah ketika setiap individu berada dalam kondisi yang seimbang atau sama-sama merasakan keuntungan, merasa senang dengan hubungan yang sedang

dijalani, dan hal yang diharapkan dari hubungan romantis dapat terpenuhi dengan baik (Chrisnatalia et al., 2022; Regan, 2003). Dalam hubungan berpacaran, kepuasan hubungan romantis yang tinggi melibatkan perasaan saling mencintai satu sama lain dengan pasangannya (Chrisnatalia et al., 2022). Adapun tingkat kepuasan hubungan romantis menurut Anderson dan Emmers-Sommer (2006), memiliki peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan dan juga mempertahankan suatu hubungan. Tingkat afeksi pasangan dalam pernikahan di masa depan dapat diprediksi oleh kepuasan hubungan romantis yang dirasakan ketika berpacaran (Mattson et al., 2011). Kepuasan yang tinggi dalam hubungan berpacaran juga dapat berkaitan dengan kebahagiaan, dan berdampak positif bagi kondisi fisik ataupun psikologis individu (Myers, 1999; Simpson, 1987; Simon & Barrett, 2010).

Terdapat tiga komponen dari *romantic relationship satisfaction* menurut Hendrick et al. (1998), yaitu cinta, masalah, dan harapan. Cinta dapat diekspresikan melalui berbagai cara seperti kata-kata, hadiah, meluangkan waktu untuk pasangan ataupun dengan cara-cara lainnya. Dalam hubungan romantis, individu juga memiliki harapan-harapan untuk pasangannya ataupun untuk hubungan itu sendiri. Ketika harapan individu terhadap hubungan romantis yang dijalannya terpenuhi, maka ia akan merasa puas, sebaliknya, harapan yang tidak terpenuhi akan menyebabkan ketidakpuasan terhadap hubungan romantis (Taylor et al., 2006).

Keyakinan yang berupa ekspektasi terhadap hubungan romantis menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan hubungan romantis (Lippman et al., 2014). Kepercayaan atau pandangan akan karakteristik ideal dari suatu hubungan romantis inilah yang disebut dengan *romantic beliefs* (Vannier & O'Sullivan, 2017). *Romantic beliefs* adalah keyakinan yang membentuk ideologi tentang romantisme yang secara khusus berkaitan dengan idealisasi pasangan dan hubungan romantis, konsep ideal cinta yang dapat mengatasi semua rintangan, keyakinan hanya ada satu cinta sejati, dan cinta pada pandangan pertama (Sprecher & Metts, 1989). Terdapat empat dimensi utama dalam *romantic beliefs*, antara lain "*Love finds a way*" yaitu kepercayaan bahwa cinta sejati dapat mengatasi segala masalah, "*One and only*" yaitu keyakinan hanya terdapat satu orang yang menjadi cinta sejati, "*Idealization*" yaitu kepercayaan bahwa cinta sejati akan sempurna (hubungan ataupun pasangannya), dan "*Love at first sight*" yaitu keyakinan bahwa cinta dapat tumbuh tanpa ada interaksi sebelumnya (Sprecher & Metts, 1989).

*Romantic beliefs* yang terbentuk pada diri individu memberikan pengaruh terhadap pengalaman serta perilakunya ketika menjalin hubungan romantis dalam kehidupan nyata dan dapat memprediksi kualitas hubungan romantis individu (Tukachinsky & Dorros, 2018). Hal ini dikarenakan *romantic beliefs* dapat mengarahkan persepsi individu terhadap kondisi hubungan romantis yang sedang ataupun akan dialami (Angela & Hadiwirawan, 2022). Sprecher dan Metts (1999) menemukan bahwa *romantic beliefs* memiliki hubungan yang positif dalam peningkatan kepuasan hubungan, rasa cinta, dan

komitmen individu dalam menjalin hubungan romantis. *Romantic beliefs* memiliki peran penting dalam memfasilitasi hubungan romantis untuk berkembang ke arah yang lebih positif, atau dapat dikatakan bahwa *romantic beliefs* memungkinkan individu untuk memandang hubungan romantisnya sebagai suatu hal yang optimis dan ideal (Knee & Bush, 2008).

Menurut Holmes & Johnson (2009), paparan media populer dapat menjadi faktor yang memengaruhi pembentukan *romantic beliefs* pada individu. Media menjadi sumber penting yang memberikan informasi terkait natur hubungan romantis bagi remaja dan dewasa awal (Tukachinsky & Dorros, 2018). Salah satu hal yang cukup populer dan menguasai sebagian besar media seperti televisi, musik, hingga film adalah *korean wave* atau *hallyu*. *Korean wave* merupakan fenomena menyebarnya budaya Korea yang kemudian menjadi populer secara global di luar negeri (Lee, 2015). Di Indonesia sendiri, *hallyu* juga menjadi sangat populer dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dapat terlihat dari drama, *film*, ataupun musik Korea yang berhasil menguasai pasar di Indonesia hingga memengaruhi gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda (Mustafa & Halimah, 2018; Putri Wardani & Sari Kusuma, 2021).

Salah satu budaya dari Korea yang sangat banyak digemari oleh masyarakat Indonesia adalah K-Pop. K-Pop merupakan kependekan dari *Korean Pop* yang berarti musik-musik populer dari Korea. Dalam aktivitas pengidolaannya, penggemar K-Pop kerap menunjukkan perilaku tertentu, misalnya pada penggemar grup idola EXO, mereka beranggapan bahwa EXO sangat perhatian kepada mereka dan merasa bahwa diri mereka berjasa terhadap setiap prestasi dan kemajuan dari EXO (Mustafa & Halimah, 2018). Selain itu, penggemar K-Pop dari grup idola lainnya yang bernama BTS juga kerap memberikan komentar atau keterangan unggahan di internet yang cukup personal dan mengarah ke arah tindakan fisik dan psikologis, seperti ingin bertemu, memeluk, mencium, menggigit hingga menyebut personel BTS sebagai suami mereka (Wardani & Kusuma, 2021). Penggemar K-Pop juga tidak ragu untuk menghabiskan banyak waktu, perhatian, dan uang mereka untuk sebisa mungkin terhubung dan berinteraksi dengan sang idola (Perbawani & Nuralin, 2021).

Mayoritas penggemar K-Pop di Indonesia berada dalam kategori tahap perkembangan *emerging adulthood*, dengan rentang usia mulai dari 15 hingga 25 tahun (IDN Times, 2019). Maka dari itu, berdasarkan teori perkembangan, penggemar K-Pop yang termasuk dalam tahap *emerging adulthood* juga memiliki kecenderungan secara alami untuk membangun hubungan romantis (Arnett, 2000). Dalam kehidupan nyata, terdapat individu yang sudah menjalin hubungan romantis dengan pasangannya tetapi masih menggemari bintang K-Pop sebagai idolanya. Penggemar yang terlalu terlibat secara emosional dengan idolanya dapat membentuk hubungan semu yang terjalin antara dirinya dengan sang idola. Hubungan ini kemudian membuat penggemar memosisikan idola mereka sebagai sosok yang mampu memenuhi kebutuhan perasaan romantis mereka (Sadasri, 2022).

*Parasocial relationship* merupakan hubungan sosial yang dikembangkan satu arah oleh penikmat atau penggemar terhadap karakter yang ia ketahui dari media (Horton & Wohl, 1956). *Parasocial relationship* dapat didefinisikan dan dikategorikan sesuai dengan keinginan penggemar, misalnya hubungan yang dibangun adalah persahabatan atau antipati (Hartmann, 2016). Terdapat perbedaan diantara *parasocial interaction* dengan *parasocial relationship*, yaitu *parasocial interaction* membutuhkan dan dimulai oleh kehadiran sosok figur melalui media tertentu, sedangkan *parasocial relationship* dapat dialami dan juga terus bertahan bahkan jika sosok figur tersebut sedang tidak ada (Hartmann, 2016). Dengan kata lain, individu yang membangun *parasocial relationship* akan terus merasa memiliki suatu hubungan yang personal dengan sosok figur tertentu walaupun ia sedang tidak melihat atau berinteraksi dengan figur tersebut.

*Parasocial relationship* dapat menjadi sarana yang aman untuk mempraktikkan sebuah hubungan romantis terlebih bagi remaja dan dewasa awal (Erickson et al., 2018). Hubungan semu yang terjalin antara penggemar dengan idolanya ini merupakan hubungan yang terbentuk hanya dalam imajinasi penggemar, sehingga pengalaman ini dapat menumbuhkan *romantic beliefs* mengenai hubungan romantis berdasarkan dengan hubungan mereka dengan idolanya (Tukachinsky & Dorros, 2018). Standar ataupun gambaran terhadap hubungan romantis yang terbentuk karena hubungan parasosial dapat membuat penggemar memandang hubungan romantis dalam kehidupan nyata menjadi tidak menarik, dengan melebih-lebihkan *cost* dan menyepelkan *benefits* yang diterima dalam hubungan romantis bersama dengan pasangannya (Osborn, 2012). Hal ini yang kemungkinan mengarahkan pada menurunnya *romantic beliefs* dan kemudian berpengaruh pada tingkat kepuasan hubungan romantis penggemar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Angela dan Hadiwirawan (2022), menemukan bahwa terdapat korelasi yang positif antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Sejalan dengan itu, Fakhri et al. (2020) juga menemukan bahwa *romantic beliefs* berkontribusi terhadap tinggi rendahnya tingkat kepuasan dalam hubungan romantis. Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga menemukan bahwa terdapat korelasi negatif antara *parasocial relationship* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood*, dimana semakin kuat *parasocial relationship* yang dimiliki oleh penggemar maka mereka akan merasakan *romantic relationship satisfaction* yang semakin rendah (Liebers, 2022; Tukachinsky & Dorros, 2018).

Penelitian sebelumnya telah menguji hubungan antara variabel dan masih terbatas penelitian yang menguji dinamika dan kontribusi *parasocial relationship* berkontribusi dalam memperlemah atau menguatkan hubungan antara *romantic beliefs* dan *romantic relationship satisfaction*. Karenanya, penelitian ini hendak mengeksplor lebih dalam mengenai peran dari *parasocial relationship* dalam dinamika yang terjadi pada hubungan antara kedua variabel. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui

bagaimana peran moderasi dari *parasocial relationship* pada hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang berpacaran.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu studi lanjutan dari penelitian sebelumnya yang dapat dipergunakan, secara khusus mengenai peran moderasi dari *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai dinamika psikologis pada populasi penggemar K-Pop khususnya dalam konteks hubungan romantis yang penelitiannya masih belum banyak dilakukan di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada kaum *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya mempertahankan *romantic beliefs* yang ideal terhadap pasangan dan hubungan yang mereka jalani sehingga dapat menyikapi fenomena *parasocial* yang sedang marak terjadi dengan lebih bijak dan tetap merasakan kepuasan yang baik dalam membina hubungan berpacaran di dunia nyata.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti mengasumsikan bahwa hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* dapat diperlemah dengan adanya *parasocial relationship*. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat peranan moderasi *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran.

H1: Terdapat peranan moderasi *parasocial relationship* pada hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran.

## METODE

### Partisipan

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana terdapat kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan untuk memilih partisipan (Sugiyono, 2020). Adapun kriteria partisipan dari penelitian ini antara lain berusia 18 hingga 25 tahun, merupakan penggemar K-Pop, serta sedang menjalani hubungan romantis yaitu berpacaran. Berdasarkan perhitungan menggunakan aplikasi statistik G-Power, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 104 orang dengan asumsi *effect size* medium sebesar 0.15, level signifikansi 0.05 dan *statistical power* sebesar 95%. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, terdapat 118 individu yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

## Desain

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan desain penelitian *cross-sectional study*, dimana dalam penelitian ini pengambilan data hanya dilakukan pada satu waktu dan kelompok subjek tertentu (Setia, 2016). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model moderasi dengan *romantic beliefs* sebagai *independent variable*, *romantic relationship satisfaction* sebagai *dependent variable*, dan sebagai *parasocial relationship* variable moderasi.

## Prosedur

Penelitian ini diawali dengan tahap persiapan, dimana peneliti menentukan fenomena, variabel dan subjek dari penelitian yang akan dilakukan. Setelah menentukan topik penelitian, peneliti kemudian mengkaji literatur yang sudah ada dan berkonsultasi dengan dosen pembimbing terkait variabel dan urgensi penelitian. Setelah itu, peneliti menyusun pendahuluan sambil mencari alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur ketiga variabel penelitian. Untuk menguji validitas dan reliabilitas dari alat ukur yang sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia, peneliti melakukan *try-out* terhadap 50 partisipan. Kemudian, peneliti melanjutkan proses pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner alat ukur dalam bentuk *google form* kepada partisipan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan melalui sosial media Instagram dan WhatsApp. Setelah data penelitian sudah terkumpul, peneliti kemudian melanjutkan pengolahan dan analisis data.

## Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *parasocial relationship* adalah *Multiple-Parasocial Relationship Scale* dimensi *Parasocial-Love* (PSL) yang dibuat oleh Tukachinsky (2010) dengan nilai reliabilitas  $\alpha = 0.90$ . Alat ukur versi bahasa Indonesia digunakan untuk mengambil data dari penelitian Wardah & Uyun (2025) dengan reliabilitas  $\alpha = 0.976$ . Alat ukur terdiri dari sebelas item, namun setelah melalui tahap *tryout* peneliti memutuskan untuk mengeliminasi 1 item dari alat ukur karena memiliki nilai *corrected-item total correlation* yang minus. Alat ukur ini menggunakan format respon berupa skala likert 1-5, dimana 1 berarti "sangat tidak setuju" dan 5 berarti "sangat setuju". Skor *parasocial relationship* ditentukan oleh skor total yaitu, semakin tinggi skor berarti semakin kuat atau intens hubungan yang dibentuk, begitu juga sebaliknya. Skor *Cronbach's alpha* alat ukur ini adalah .85 dan rentang *corrected-item total correlation* mulai dari .396 - .732.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *romantic relationship satisfaction* adalah *Relationship Assessment Scale* (RAS) oleh Hendrick (1998) dengan koefisien reliabilitas  $\alpha = 0.85$  yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Himawan (2017) dengan koefisien reliabilitas  $\alpha = 0.779$ . RAS terdiri dari tujuh item yang berupa skala *likert* 1-5, dimana 1 mewakili kepuasan rendah dan 5 mewakili

kepuasan tinggi. Skor kepuasan dalam suatu hubungan ditentukan oleh skor total yaitu, semakin tinggi skor berarti semakin tinggi kepuasan yang dirasakan dalam hubungan tersebut, begitu juga sebaliknya. Hasil tryout menunjukkan skor Cronbach's Alpha sebesar .806 dan validitas yang dilihat dari skor corrected-item total correlation dengan rentang .413 - .644. Sedangkan, pada data lapangan, skor Cronbach's Alpha-nya adalah .778 dan rentang corrected-item total correlation mulai dari .224 - .709..

Instrumen untuk mengukur *romantic beliefs* adalah *Romantic Beliefs Scale* (RBS) oleh Sprecher dan Metts (1989) dengan koefisien reliabilitas  $\alpha = 0.81$  yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Fakhri et al. (2020) dengan koefisien reliabilitas  $\alpha = 0.807$ . Alat ukur ini mengukur pandangan atau ideologi terhadap romantisme. RBS terdiri dari 15 item berupa skala likert dengan rentang 1-5, dimana 1 berarti "sangat tidak setuju" dan 5 berarti "sangat setuju". Skor *Cronbach's Alpha* berdasarkan hasil *tryout* alat ukur ini adalah sebesar .821 dan rentang skor *corrected-item total correlation* mulai dari .204 - .626. Sedangkan, data lapangan yang diperoleh memiliki skor *Cronbach's Alpha* sebesar .847 dan skor *corrected-item total correlation* dengan rentang .148 - .695.

## Teknik Analisis

Peneliti menggunakan bantuan program IBM *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk mengolah atau menganalisis data penelitian yang telah terkumpul. Adapun uji statistik yang digunakan adalah uji properti psikometri yaitu uji validitas dengan menggunakan *corrected-item total correlation* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha*. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yaitu dengan uji normalitas residual, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Selanjutnya, dilakukan uji korelasi terhadap ketiga variabel dengan menggunakan *Pearson Product Moment*. Untuk menguji hipotesis penelitian, dilakukan uji moderasi dengan menggunakan *PROCESS v4.2 by Andrew F. Hayes*.

## HASIL

### Karakteristik partisipan

Terdapat sebanyak 118 partisipan yang mengisi kuesioner penelitian ini. Dimana sebagian besar partisipan adalah perempuan sebanyak 102 orang (86.44%), sedangkan laki-laki sebanyak 16 orang (13.56%). Partisipan memiliki rentang usia 18 hingga 25 tahun, dan mayoritas berusia 18 tahun (23.7%), berdomisili di Jawa Barat (23.73%), dimana kebanyakan telah menjadi fans K-Pop selama 4-6 tahun (33.9%), dan idola K-Pop yang paling banyak digemari berasal dari grup NCT (24.58%).

### Tabel 1. Gambaran Data Demografis Partisipan

Karakteristik	Jumlah Partisipan (n)	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	16	13.56%
Perempuan	102	86.44%
<b>Usia</b>		
18 tahun	28	23.7%
19 tahun	8	6.8%
20 tahun	13	11%
21 tahun	23	19.5% <sup>2</sup>
22 tahun	22	18.6%
23 tahun	16	13.6%
24 tahun	2	1.7%
25 tahun	6	5.1%
<b>Domisili</b>		
Bali	2	1.69%
Bajnten	21	17.8%
DIY Yogyakarta	4	3.39%
DKI Jakarta	21	17.8%
Jambi	1	0.85%
Jawa Barat	28	23.73%
Jawa Tengah	15	12.71%
Jawa Timur	13	11.02%
Kalimantan Barat	1	0.85%
Kalimantan Selatan	2	1.69%
Kalimantan Timur	3	2.54%
Lampung	1	0.85%
Riau	2	1.69%
Sumatera Barat	2	1.69%
Sumatera Selatan	1	0.85%
Sumatera Utara	1	0.85%
<b>Lama Menjadi Fans K-Pop</b>		
< 1 tahun	4	3.39%
1-3 tahun	20	16.95%
4-6 tahun	40	33.9%
7-9 tahun	24	20.34%
10-12 tahun	18	15.25%
> 12 tahun	12	10.17%
<b>Group K-Pop yang Diidolakan</b>		
BTS	21	17.8%
NCT	29	24.58%
Seventeen	15	12.71%
Treasure	7	5.93%
Enhypen	6	5.08%
EXO	10	8.47%
Blackpink	5	4.24%
Stray Kids	5	4.24%
Others	20	16.95%

### Uji asumsi

Uji normalitas residual dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* didapati nilai signifikansi  $p = .06$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Pada data juga tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dengan nilai VIF 1.089 ( $VIF < 10$ ) dan tolerance = .918 ( $p$

> .01), serta asumsi homoskedastisitas dengan metode uji *Glejser* terpenuhi dengan nilai signifikansi variabel *romantic beliefs* sebesar .668 dan *parasocial relationship* sebesar .430.

## Analisis deskriptif

**Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif Data dan Korelasi antar Variabel**

Variabel	Min.	Max.	Mean	SD	1	2	3
1. <i>Romantic beliefs</i>	22	73	55.75	8.79	1	.270**	.286**
2. <i>Romantic relationship satisfaction</i>	14	34	24.67	3.10	.270**	1	-.079
3. <i>Parasocial relationship</i>	17	50	40.28	7.13	.286**	-.079	1

Ket. \*\* $p < .01$

Pada tabel 1 dapat dilihat nilai minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi, dan hasil uji korelasi dengan asumsi data terdistribusi normal menggunakan *Pearson Product Moment*. Variabel *romantic beliefs* berkorelasi positif secara signifikan dengan variabel *romantic relationship satisfaction* ( $r = .270$ ;  $p < .01$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa ketika individu memiliki kepercayaan yang tinggi akan romantisme, maka kepuasan dalam hubungan romantis yang dirasakannya juga akan semakin tinggi. Variabel *romantic beliefs* juga berkorelasi secara positif dengan variabel *parasocial relationship* ( $r = .286$ ;  $p < .01$ ), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan individu terhadap romantisme, maka semakin kuat juga *parasocial relationship* yang dimilikinya dengan idolanya. Sedangkan, variabel *romantic relationship satisfaction* tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel *parasocial relationship* ( $r = -.079$ ;  $p = .394$ ).

## Uji hipotesis

**Tabel 3. Uji Moderasi**

Predictor	B	SE	t	p
<i>Romantic relationship satisfaction</i>				
constant	31.489	12.24	2.573	.011
<i>Romantic beliefs</i>	-.023	.222	-.102	.919
<i>Parasocial relationship</i>	-.332	.303	-1.097	.275
<i>Romantic beliefs</i> x <i>Parasocial relationship</i>	.004	.005	.786	.434

Hasil uji moderasi pada tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi ( $p$ ) pada interaksi variabel *romantic beliefs* dengan *parasocial relationship* adalah sebesar .434, yang berarti  $p > .05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peran sebagai moderator dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, penelitian ini menerima hipotesis *null* bahwa tidak terdapat peranan

moderasi *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran, dan menolak hipotesis satu.

### Analisis tambahan

**Tabel 4. Uji Beda Jenis Kelamin**

	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<i>Parasocial relationship</i>	.24	116	.811
<i>Romantic Beliefs</i>	1.82	116	.071
<i>Romantic Relationship Satisfaction</i>	.70	116	.485

Sebagai analisis tambahan, peneliti melakukan uji beda dengan uji *t* pada variabel *parasocial relationship*, *romantic beliefs*, dan *romantic relationship satisfaction* berdasarkan jenis kelamin. Hasil uji beda menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perempuan dengan laki-laki pada ketiga variabel.

**Tabel 5. Uji Korelasi Durasi Menjadi Penggemar K-Pop**

	<i>r</i>	<i>p</i>
	Durasi menjadi penggemar K-Pop	
<i>Parasocial relationship</i>	-.076	.412
<i>Romantic Beliefs</i>	-.109	.238
<i>Romantic Relationship Satisfaction</i>	.060	.521

Analisis tambahan juga dilakukan dengan melihat korelasi Pearson antara durasi lamanya menjadi penggemar K-Pop dengan ketiga variabel penelitian, dan didapati hasil bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara lamanya menjadi penggemar K-Pop dengan perubahan pada ketiga variabel.

## DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai peranan moderasi dari variabel *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada populasi *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang berpacaran di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peranan sebagai moderator dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Hal ini berarti, korelasi yang terdapat antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* tidak

melemah ataupun menguat dengan adanya *parasocial relationship* yang dibangun oleh penggemar terhadap idolanya. Oleh karena itu, bagian ini akan berusaha membahas beberapa faktor yang kemungkinan berkaitan dan dapat menjelaskan hasil dari penelitian ini.

Jika dilihat dari hasil uji korelasi, variabel *parasocial relationship* tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan *romantic relationship satisfaction*. Temuan ini menjelaskan bahwa hubungan dan keterlibatan semu yang dirasakan oleh penggemar k-pop tidak berkontribusi terhadap pengalaman dan kepuasan hubungan romantis yang mereka jalani. Hasil penelitian terbaru menjelaskan bahwa *parasocial relationship* memang dapat memenuhi kebutuhan emosional individu tetapi hubungan parasosial tidak dipersepsikan sebagai pengganti hubungan sosial dan fungsi interpersonal yang nyata (Lotun et al., 2024). Alasan lain yang bisa dipertimbangkan dijelaskan dalam hasil penelitian dari Elaine Paravati dan kolega (2024) bahwa dampak dan kontribusi dari hubungan parasosial muncul pada aspek evaluasi diri, seperti self-liking dan social comparison, daripada pada evaluasi kualitas hubungan romantis. Dengan demikian kepuasan hubungan romantis lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor interpersonal yang secara nyata dialami oleh individu dan bukan secara semu. Hal ini menjadi faktor yang menjelaskan tidak adanya peran moderasi dari *parasocial relationship* terhadap hubungan kedua variabel (Lotun et al., 2024).

Berbeda dari hasil penelitian ini, hasil penelitian dari Tukachinsky dan Dorros (2018) menemukan bahwa terdapat korelasi yang negatif antara *parasocial relationship* dengan *romantic relationship satisfaction*. Hal ini berarti bahwa hubungan parasosial menurunkan kualitas kepuasan hubungan romantis yang kemungkinan disebabkan oleh terjadinya *social exchange approach* dimana penggemar melebih-lebihkan "keuntungan" dari *parasocial relationship* dan menjadikan hal tersebut sebagai standar dari suatu hubungan romantis, sehingga memandang hubungan nyata dengan pasangannya menjadi lebih tidak menarik.

Lebih lanjut, Tukachinsky (2010) mengemukakan bahwa *parasocial relationship* terdiri dari dua faset, antara lain *physical attraction* dan *emotional involvement*. *Emotional involvement* ditemukan berperan dalam persepsi kepuasan hubungan sementara *physical attraction* tidak memiliki peran yang signifikan terhadap persepsi pasangan dan kepuasan hubungan, melainkan merupakan manifestasi dari ketertarikan secara seksual, bukan romansa. Hal ini diduga dapat menjadi argumen lain yang menyebabkan tidak adanya korelasi antara *parasocial relationship* dan *romantic relationship satisfaction* pada penelitian ini, jika penggemar K-pop mengidentifikasi intensitas hubungan parasosialnya lebih pada ketertarikan secara fisik dan bukan keterlibatan emosional yang dalam..

Dalam uji korelasi, penelitian ini menemukan bahwa *romantic beliefs* berkorelasi secara positif dengan *romantic relationship satisfaction*. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Angela dan Hadiwirawan (2016) dan Fakhri et al. (2020), yaitu ketika

individu semakin memiliki keyakinan akan cinta atau hubungan romantis maka akan semakin merasakan kepuasan yang tinggi terhadap hubungan romantis yang dijalaninya. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi individu yang terbentuk karena adanya *romantic beliefs*, dimana keyakinan seseorang terhadap cinta atau romantisme akan diikuti dengan perasaan bahagia dan harapan yang positif terhadap pengalaman hubungan romantis yang sedang atau akan dialaminya (Watkins & Beckmeyer, 2020).

Lebih spesifik, penelitian Angela dan Hadiwirawan (2016) menemukan bahwa terdapat korelasi yang positif antara dimensi *romantic beliefs* yaitu keyakinan cinta pada pandangan pertama dan cinta mengatasi rintangan dengan dimensi harapan dan masalah pada *romantic relationship satisfaction*. Keyakinan akan cinta pada pandangan pertama menunjukkan harapan positif yang dimiliki oleh individu untuk dapat menemukan cinta sejatinya bahkan ketika baru pertama kali bertemu. Kemudian, individu yang memiliki keyakinan bahwa cinta dapat mengatasi permasalahan yang muncul dalam hubungan akan cenderung memandang masalah tersebut secara lebih optimis. Hal ini juga yang kemudian berpengaruh terhadap peningkatan rasa cinta, komitmen, dan juga kepuasan individu terhadap hubungan romantis (Angela & Hadiwirawan, 2016).

Penelitian ini menghasilkan temuan yang baru dan berbeda dari penelitian sebelumnya, namun masih memiliki sejumlah keterbatasan. Partisipan dalam penelitian ini masih belum merata, dimana pada data demografis jenis kelamin, partisipan didominasi oleh perempuan dan memiliki perbedaan yang cukup jauh dengan jumlah partisipan laki-laki. Keterbatasan dalam penelitian ini kemungkinan berkontribusi terhadap signifikansi dari hasil penelitian sehingga hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang terbatas hanya kepada partisipasi penelitian saja. Penelitian ini juga tidak menyertakan pertanyaan seputar durasi atau lamanya individu dalam menjalin hubungan romantis dengan pasangannya, sehingga penelitian ini tidak dapat menjelaskan kontribusi dari faktor tersebut dalam hubungan antara ketiga variabel.

## SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *romantic beliefs* berhubungan secara positif dengan *romantic relationship satisfaction* khususnya pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang sedang berpacaran. Uniknya, penelitian ini juga menemukan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peranan moderasi pada hubungan antara kedua variabel tersebut. Hal ini berarti *parasocial relationship* yang dibangun oleh *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop tidak memperkuat ataupun melemahkan hubungan *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Dengan demikian, penelitian ini menyajikan wawasan baru dan konteks yang menarik dalam memahami dinamika psikologis penggemar K-Pop di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan relasi romantis.

Berdasarkan hasil penelitian, para *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop namun juga sedang menjalani hubungan romantis dengan pasangannya diharapkan membangun dan mengembangkan *romantic belief* yang sehat yang dibangun dari hubungan yang lebih nyata, karena berkontribusi langsung terhadap kepuasan hubungan romantis terlepas dari hubungan parasosial yang mereka miliki. Selain itu, untuk dapat tetap mempertahankan atau meningkatkan kepuasan yang dirasakan dalam suatu hubungan romantis, para *emerging adulthood* penggemar K-Pop dapat meningkatkan keyakinannya tentang cinta dan pasangan yang lebih positif dan optimis.

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan model mediasi atau desain penelitian lain untuk dapat menelusuri dinamika yang terjadi dalam hubungan kedua variabel secara lebih menyeluruh dengan jumlah partisipan yang lebih representatif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini mendapat hibah internal dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pelita Harapan dengan no. penelitian P-71-FPsi/VII/2023.

## REFERENSI

- Anderson, T. L., & Emmers-Sommer, T. M. (2006). Predictors of Relationship Satisfaction in Online Romantic Relationships. *Communication Studies*, 57(2), 153–172. <https://doi.org/10.1080/10510970600666834>
- Angela, E., & Hadiwirawan, O. (2022). Keyakinan cinta mengatasi rintangan dan ideal: Kaitan dengan cinta dan harapan pada hubungan romantis di dewasa awal. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.24815/s-jpu.v5i1.24644>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Chrisnatalia, M., Ajeng, F., Ramadhan, E., Psikologi, J., & Psikologi, F. (2022). Kepuasan hubungan romantis pada wanita dewasa awal yang menjalin hubungan pacaran jarak jauh (studi deskriptif). *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi Nusantara*, 20(2).
- Erickson, S. E., Harrison, K., & Dal Cin, S. (2018). Toward a Multi-Dimensional Model of Adolescent Romantic Parasocial Attachment. *Communication Theory*, 28(3), 376–399. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx006>
- Fakhri, N., Buchori, S., Nur, H., & Fakhri, R. A. (2020). Romantic Belief and Quality of Marital Relationship Among Married People In Makassar. *Proceeding of The International Conference on Science and Advanced Technology (ICSAT)*, 759–768.
- Gómez-López, M., Viejo, C., & Ortega-Ruiz, R. (2019). Well-Being and Romantic Relationships: A Systematic Review in Adolescence and Emerging Adulthood. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(13), 2415. <https://doi.org/10.3390/ijerph16132415>

- Hartmann, T. (2016). Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, and Well-Being. In L. Reinecke & M.-B. Oliver (Eds.), *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being* (pp. 131–144). Routledge.
- Hendrick, S. S., Dicke, A., & Hendrick, C. (1998). The Relationship Assessment Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, *15*(1), 137–142. <https://doi.org/10.1177/0265407598151009>
- Himawan, K. K. (2017). Jealousy and relationship satisfaction among Indonesian dating adults. *PsyCh Journal*, *6*(4), 328–329. <https://doi.org/10.1002/pchj.195>
- Holmes, B. M., & Johnson, K. R. (2009). Where Fantasy Meets Reality: Media Exposure, Relationship Beliefs and Standards, and the Moderating Effect of a Current Relationship. In E. P. Lamont (Ed.), *Social Psychology: New Research* (pp. 117–134). Nova Science Publisher.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, *19*(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Knee, C. R., & Bush, A. L. (2008). Relationship beliefs and their role in romantic relationship initiation. In S. Sprecher, A. Wenzel, & J. Harvey (Eds.), *Handbook of Relationship Initiation* (pp. 471–485). Psychology Press.
- Lee, W. (2015). The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal of U- and EService, Science and Technology*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.11.34>
- Liebers, N. (2022). Unfulfilled romantic needs: Effects of relationship status, presence of romantic partners, and relationship satisfaction on romantic parasocial phenomena. *Psychology of Popular Media*, *11*(2), 237–247. <https://doi.org/10.1037/ppm0000351>
- Lippman, J. R., Ward, L. M., & Seabrook, R. C. (2014). Isn't it romantic? Differential associations between romantic screen media genres and romantic beliefs. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(3), 128–140. <https://doi.org/10.1037/ppm0000034>
- Mattson, R. E., Frame, L. E., & Johnson, M. D. (2011). Premarital affect as a predictor of postnuptial marital satisfaction. *Personal Relationships*, *18*(4), 532–546. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01315.x>
- Mustafa, F. L., & Halimah, L. (2018). Prosiding Psikologi Hubungan antara Social Skill dengan Parasocial Relationship (PSR) pada Wanita Dewasa Awal di Komunitas Exo-L Bandung. *Jurnal Prosiding Psikologi*, *4*(1), 224–232.
- Myers, D. G. (1999). Close relationships and quality of life. In *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 374–391). Russell Sage Foundation.
- Osborn, J. L. (2012). When TV and Marriage Meet: A Social Exchange Analysis of the Impact of Television Viewing on Marital Satisfaction and Commitment. *Mass Communication and Society*, *15*(5), 739–757. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.618900>
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2009). *Human Development* (7th ed.). Mc Graw Hill.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Putri Wardani, E., & Sari Kusuma, R. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter) Parasocial Interaction of K-Pop Fans in Social Media (A Qualitative Study towards Army Fandom on Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 243–260. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Regan, P. C. (2003). *The matting game: A primer on love, sex, and marriage*. Sage Publications.
- Reizer, A., & Hetsroni, A. (2014). Media Exposure and Romantic Relationship Quality: A Slippery Slope? *Psychological Reports*, *114*(1), 231–249. <https://doi.org/10.2466/21.07.PR0.114k11w6>
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, *10*(2), 147. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>
- Setia, M. (2016). Methodology series module 3: Cross-sectional studies. *Indian Journal of Dermatology*, *61*(3), 261. <https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410>

- Simon, R. W., & Barrett, A. E. (2010). Nonmarital Romantic Relationships and Mental Health in Early Adulthood. *Journal of Health and Social Behavior*, 51(2), 168–182. <https://doi.org/10.1177/0022146510372343>
- Simpson, J. A. (1987). The dissolution of romantic relationships: Factors involved in relationship stability and emotional distress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 683–692. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.4.683>
- Sprecher, S., & Metts, S. (1989). Development of the 'Romantic Beliefs Scale' and Examination of the Effects of Gender and Gender-Role Orientation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(4), 387–411. <https://doi.org/10.1177/0265407589064001>
- Sprecher, S., & Metts, S. (1999). Romantic Beliefs: Their Influence on Relationships and Patterns of Change Over Time. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(6), 834–851. <https://doi.org/10.1177/0265407599166009>
- Stackert, R. A., & Bursik, K. (2003). Why am I unsatisfied? Adult attachment style, gendered irrational relationship beliefs, and young adult romantic relationship satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 34(8), 1419–1429. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00124-1](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00124-1)
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology*. Pearson Prentice Hall.
- Tridanti. (2019, February 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times.
- Tukachinsky, R. (2010). *Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale*. [http://digitalcommons.chapman.edu/comm\\_articles](http://digitalcommons.chapman.edu/comm_articles)
- Tukachinsky, R., & Dorros, S. M. (2018). Parasocial romantic relationships, romantic beliefs, and relationship outcomes in USA adolescents: rehearsing love or setting oneself up to fail? *Journal of Children and Media*, 12(3), 329–345. <https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1463917>
- Vannier, S. A., & O'Sullivan, L. F. (2017). Passion, connection, and destiny: How romantic expectations help predict satisfaction and commitment in young adults' dating relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(2), 235–257. <https://doi.org/10.1177/0265407516631156>
- Wardah, Q. I., & Uyun, Z. (2025). Hubungan Parasocial Relationship dan Kontrol Diri dengan Minat Beli Layanan Ruangguru pada Penikmat Clash of Champions. *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*.
- Watkins, N. K., & Beckmeyer, J. J. (2020). Assessing Young Adults' Beliefs Regarding the Importance of Romantic Relationships. *Journal of Family Issues*, 41(2), 158–182. <https://doi.org/10.1177/0192513X19871080>

# KESEJAHTERAAN PSIKOLOGIS KHAS ROTI LAPIS: SEBUAH STUDI KOMPARATIF GENDER PADA GENERASI SANDWICH DI JABODETABEK

Yustina<sup>1</sup>, Jessica Ariela<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Correspondence email: [jessica.ariela@lecturer.uph.edu](mailto:jessica.ariela@lecturer.uph.edu)

## **Abstract**

*This study was designed to examine the differences in psychological well-being (PWB) between men and women who are parts of the sandwich generation in the Jabodetabek area, as well as to analyze the demographic factors that play role in their psychological well-being. Data were collected from 147 respondents aged 20–60 years old who are responsible for both their children and aging parents. Using the 18- item Psychological Well-Being Scale, the results of the Independent Sample t-Test indicate a significant difference in PWB based on gender ( $p=.049$ ), in which women score slightly higher than men, though no significant differences were found across individual PWB dimensions. Additional analyses found that age, income, and marital status are positively associated with PWB, while domicile, education, and employment status show no significant correlation. These findings emphasize that the combination of factors such as gender, age maturity, economic stability, and social support play some roles in shaping the Psychological Well-Being of the sandwich generation.*

**Keywords:** *gender differences; psychological well-being; sandwich generation*

**Abstrak** — Penelitian ini dirancang untuk melihat perbedaan tingkat *psychological well-being* (PWB) antara pria dan wanita generasi *sandwich* di wilayah Jabodetabek, serta mengetahui faktor demografis yang berperan dalam kesejahteraan psikologis mereka. Data dikumpulkan dari 147 individu berusia 20–60 tahun yang bertanggung jawab terhadap anak dan orang tua lanjut usia. Dengan menggunakan skala *Psychological Well-Being Scale* versi 18 item, hasilnya diolah menggunakan *Independent Sample t-Test*, dan menunjukkan adanya perbedaan signifikan PWB berdasarkan jenis kelamin ( $p=.049$ ), dan wanita memiliki skor PWB sedikit lebih tinggi dibandingkan pria, walaupun jika dianalisis per dimensi PWB, tidak ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita. Analisis tambahan menemukan bahwa usia, pendapatan, dan status pernikahan berhubungan positif dengan PWB. Adapun domisili, pendidikan, dan status pekerjaan tidak menunjukkan korelasi signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi faktor gender, kematangan usia, stabilitas ekonomi, serta dukungan sosial memainkan peran dalam pembentukan kesejahteraan psikologis generasi *sandwich* di Jabodetabek.

**Kata Kunci:** *generasi sandwich; kesejahteraan psikologis; perbedaan gender*

## PENDAHULUAN

Hampir setengah dari penduduk Indonesia masuk dalam usia produktif, dan sekitar 48.7% dapat diidentifikasi sebagai generasi *sandwich* (CNBC Indonesia, dalam Abidin, 2025). Data ini diperkuat dengan data dari Kementerian Keuangan yang menyatakan bahwa 80% lansia di Indonesia bergantung secara finansial kepada anggota keluarga yang masih aktif bekerja (Binekasri, 2025). Generasi *sandwich* mengacu pada kelompok individu di usia 20-60 tahun yang secara bersamaan merawat anak-anak dan orang tua lanjut usia, sambil tetap berperan sebagai pencari nafkah (Lei et al., 2023, McMunn et al., 2024). Mereka memiliki tanggungan finansial tidak hanya untuk diri mereka sendiri, tetapi juga untuk anak serta keluarga kecil mereka, sekaligus juga orang tua mereka yang sudah berumur dan tidak bekerja. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), pendapatan per kapita Indonesia pada tahun 2025 adalah Rp. 83.7 juta, atau sekitar Rp. 6.97 juta per bulan (Rosman, 2026). Pendapatan tersebut akan cukup menantang untuk mencukupi kebutuhan individu generasi *sandwich* yang perlu menanggung beban finansial orang tua dan anak mereka. Di sisi lain, hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, mengingat Indonesia yang cenderung masih berbudaya kolektif, di mana anak dipersepsikan bertanggung jawab untuk merawat orang tua mereka (Putri & Hidayat, 2021). Kondisi terhimpit (*sandwiched*) ini tentunya berpotensi menimbulkan dampak pada kesejahteraan psikologis mereka.

Individu generasi *sandwich* berusia 20-60 tahun terbagi dalam dua tahap perkembangan, yaitu dewasa muda dan dewasa madya. Di fase dewasa muda (20-40 tahun), individu berfokus pada pencapaian kemandirian, pembentukan identitas, penentuan karier, serta pembangunan hubungan intim yang stabil. Tahap ini berkaitan dengan tugas psikososial *intimacy versus isolation* (Paputungan, 2023; Papalia & Martorell, 2021), yakni kemampuan untuk menjalin hubungan yang sehat dan berkomitmen. Tahap ini juga mencakup memilih pasangan hidup, membangun keluarga, memulai karier, serta menyesuaikan diri dengan tanggung jawab sosial (Havighurst dalam Papalia & Martorell, 2021). Meskipun masih dalam tahap eksplorasi, individu mulai mengarah pada stabilitas hidup (Loecker et al., 2021). Adapun tahap dewasa madya (40-60 tahun) ditandai dengan refleksi terhadap pencapaian hidup, evaluasi tujuan, serta kesadaran akan perubahan fisik (Papalia & Martorell, 2021). Fase ini berkaitan dengan konflik *generativity versus stagnation* (Erikson dalam Papalia & Martorell, 2021), yaitu dorongan untuk berkontribusi kepada generasi berikutnya. Keberhasilan menghasilkan makna hidup, sedangkan kegagalan menimbulkan stagnasi.

Walaupun berbeda fase perkembangan, tetapi kondisi terhimpit sebagai generasi *sandwich* sama-sama dapat memengaruhi tugas perkembangannya. Bagi dewasa muda generasi *sandwich*, tanggung jawab berlapis dapat memengaruhi pengambilan keputusan dalam awal perjalanan karier dan keluarga, seperti menunda aspirasi personal dan ambisi karier demi memenuhi kebutuhan finansial dan stabilitas keluarga jangka pendek (Kurnianingtyas & Kawuryan, 2026). Adapun bagi dewasa madya generasi

*sandwich*, terdapat konflik berbasis waktu (*time-based conflict*) antara kewajiban merawat anak usia dewasa muda dan orang tua sekaligus, sehingga perlu menyeimbangkan tanggung jawab keluarga, pekerjaan, dan kebutuhan pribadi (Khalil & Santoso, 2022). Kondisi ini dapat meningkatkan kebijaksanaan dan empati, tetapi juga berisiko menimbulkan stres jika dukungan sosial dan strategi *coping* tidak memadai. Dengan kata lain, hambatan dalam tugas perkembangan individu dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis individu.

Kesejahteraan atau *well-being* adalah kondisi ketika seseorang merasa bahagia, puas, sejahtera secara fisik dan mental, dan bahagia (Handayani & Prasetyo, 2018). Penelitian ini secara spesifik mengukur *psychological well-being* (PWB), yaitu kondisi optimal dimana individu mampu mencapai potensi dirinya secara penuh, berbeda dengan *Subjective Well-being* (SWB) yang lebih menekankan pada perasaan bahagia sesaat (Ryff, 1989). Ryff (1989) mendefinisikan *psychological well-being* sebagai representasi dari kesehatan mental seseorang yang diukur melalui terpenuhinya indikator fungsi psikologis yang positif. Kondisi ini mencerminkan keberhasilan individu dalam mengaktualisasikan seluruh potensi dirinya. Hal ini meliputi enam dimensi utama, yaitu kemandirian (*autonomy*), kemampuan mengelola lingkungan (*environmental mastery*), pertumbuhan diri (*personal growth*), hubungan positif dengan orang lain (*positive relations with others*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan penerimaan diri (*self-acceptance*). Keenam dimensi *psychological well-being* ini dianggap cukup komprehensif untuk dapat menggambarkan aspek yang mungkin berdampak pada kesejahteraan individu generasi *sandwich*.

Perbedaan gender menjadi aspek yang menarik untuk diteliti terkait dengan *well-being* individu generasi *sandwich*, khususnya karena tiga hal berikut: strategi *coping* dan ekspektasi sosial yang berbeda. Pertama, pria dan wanita cenderung memiliki strategi berbeda dalam mengatasi stres. Pria cenderung menggunakan strategi berbasis pemecahan masalah, sementara wanita lebih mengandalkan dukungan sosial sebagai mekanisme *coping* mereka (Wijayanti & Santoso, 2022). Selain itu, ekspektasi sosial yang dikenakan pada pria dan wanita pun berbeda. Wanita mendapatkan ekspektasi sosial yang tinggi dalam hal pengasuhan anak, perawatan orang tua, serta pekerjaan domestik, di samping tuntutan profesional yang harus mereka penuhi dalam dunia kerja (Nugroho, 2020). Ekspektasi ini menyebabkan tekanan yang lebih kompleks secara emosional maupun fisik pada wanita karena mereka dituntut menjalankan peran berlapis sebagai ibu, istri, *caregiver*, dan pekerja. Sayangnya, penelitian menunjukkan stres emosional, tekanan kerja, dan kendala finansial dialami oleh wanita tanpa tersedianya dukungan organisasi yang memadai (Yenn et al., 2024), padahal dukungan sosial menjadi penyangga stres terutama bagi wanita (Wardani & Utami, 2020; Sudarji et al., 2025). Sebaliknya, pria dalam generasi *sandwich* cenderung menghadapi tekanan yang lebih besar dalam aspek finansial, khususnya karena ekspektasi sosial yang menganggap pria pencari nafkah utama di keluarga. Dengan

demikian, pria memiliki tanggung jawab dan beban ekonomi yang signifikan demi memenuhi kebutuhan keluarga, baik untuk anak-anak maupun orang tua mereka (Lee & Tang, 2013).

Dapat disimpulkan bahwa kedua aspek ini (strategi *coping* dan ekspektasi sosial) membawa perbedaan dalam kesejahteraan psikologis pria dan wanita generasi *sandwich*. Wanita cenderung mengalami stres, kelelahan, dan risiko depresi lebih tinggi karena berperan sebagai pengasuh utama sekaligus menjalankan pekerjaan profesional, khususnya tanpa dukungan sosial. Adapun pria menghadapi tekanan finansial sebagai pencari nafkah utama tetapi memiliki fleksibilitas emosional lebih besar (Irawaty & Gayatri, 2023; Lee & Tang, 2013).

Wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dipilih karena merupakan kawasan metropolitan terbesar di Indonesia yang menjadi pusat aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya. Dengan pendapatan per kapita kurang dari Rp. 7 juta per bulan (Rosman, 2026), akan menarik melihat tantangan bagi individu generasi *sandwich* di wilayah Jabodetabek. Selain itu, karakter pekerja di wilayah ini sangat dinamis dan kompleks, mencerminkan tekanan kehidupan urban yang tinggi (Pam, 2008). Pekerja wanita di Jabodetabek umumnya berpendidikan tinggi dan bekerja di sektor formal seperti perkantoran, layanan keuangan, pendidikan, dan kesehatan (Setiawan & Lestari, 2022). Mereka sering menghadapi beban ganda, bahkan tiga peran sekaligus sebagai istri, ibu rumah tangga, dan pencari nafkah (Nugroho, 2020; Irawati & Gayatri, 2023). Di sisi lain, pekerja pria di Jabodetabek cenderung diposisikan sebagai pencari nafkah utama, dengan tekanan utama datang dari tanggung jawab finansial untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Meskipun semakin banyak pria terlibat dalam pengasuhan, ekspektasi sosial terhadap peran domestik mereka tetap rendah dibandingkan perempuan. Selain itu, pria di wilayah ini sering bekerja di sektor korporat, teknologi, atau transportasi dengan jam kerja panjang dan waktu tempuh harian (*commute*) yang melelahkan, yang turut memperburuk keseimbangan kehidupan kerja dan keluarga. Kompleksitas peran gender yang tinggi menjadikan Jabodetabek sebagai konteks yang sangat relevan untuk meneliti dinamika generasi *sandwich* dan bagaimana ekspektasi peran pria dan wanita yang berbeda dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis generasi *sandwich*.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat signifikan bagi individu dan keluarga dengan memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai *psychological well-being* (PWB) pada generasi *sandwich*. Bagi individu, temuan ini dapat membantu mengenali tekanan psikologis spesifik dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menjaga kesejahteraan dan mengoptimalkan potensi diri. Bagi keluarga, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan dukungan sosial dan kerja sama antaranggota, mengurangi beban berlapis, memperkuat hubungan positif, serta menciptakan lingkungan rumah tangga yang lebih sehat dan harmonis dalam jangka Panjang (Kang & Kim, 2022). Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana

perbedaan gender memengaruhi kesejahteraan psikologis individu dalam generasi *sandwich*. Dengan demikian, studi ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan intervensi psikologis dan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan individu dalam kelompok ini.

## METODE

### *Partisipan*

Populasi dalam penelitian ini adalah individu pria dan wanita berusia 20–60 tahun yang tinggal di wilayah Jabodetabek dan memenuhi kriteria sebagai bagian dari generasi *sandwich*, yaitu individu yang secara bersamaan memiliki tanggungan anak dan orang tua lanjut usia.

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria berikut:

1. Berusia 20–60 tahun.
2. Memiliki anak yang masih membutuhkan pengasuhan yaitu berusia dibawah 17 tahun atau masih tinggal dengan orang tua.
3. Merawat atau menanggung kebutuhan orang tua lanjut usia, dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Bertanggung jawab atas pemenuhan sebagian atau seluruh kebutuhan ekonomi orang tua, seperti biaya makan, tempat tinggal, pengobatan, perawatan kesehatan, dan kebutuhan hidup sehari-hari.
  - b. Memberikan dukungan finansial secara rutin, baik dalam bentuk uang tunai maupun pembayaran tagihan (seperti listrik, air, atau asuransi kesehatan).
4. Responden dalam penelitian ini dapat berstatus sudah menikah, belum menikah, bercerai, berpisah, atau pasangan telah meninggal. Kriteria lainnya informasi tambahan mencakup jumlah anak serta usia anak terkecil.

Kriteria status pernikahan ini sengaja tidak dibatasi hanya pada individu yang menikah, karena individu yang tidak menikah, bercerai, berpisah, dan pasangan telah meninggal tetap dapat memenuhi definisi generasi *sandwich* jika mereka memiliki anak dan tanggung jawab finansial serta perawatan terhadap orang tua lanjut usia. Hal ini sejalan dengan dinamika keluarga modern di Indonesia, di mana individu yang tidak menikah juga dapat mengemban peran ganda tersebut (Putri & Hidayat, 2021).

Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan perangkat lunak *G. Power* dengan *effect size* medium sebesar 0.3, level signifikansi 0.05, dan *statistical power* sebesar 0.95, dan didapatkan perkiraan jumlah partisipan sebanyak 111 orang. Adapun jumlah responden total dalam penelitian ini adalah 147 orang, dengan distribusi cukup merata antara pria dan wanita.

### **Desain**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan desain *cross-sectional*, yang bertujuan untuk membandingkan tingkat kesejahteraan psikologis antara pria dan wanita dalam generasi *sandwich* di wilayah Jabodetabek. Desain *cross-sectional* dipilih karena dapat menggambarkan kondisi saat ini (*current status*) dan tren/fenomena sosial terkait *sandwich generation* yang eksisting saat ini.

### **Prosedur**

Penelitian ini diawali dengan konseptualisasi dan pencarian instrumen penelitian yang tepat. Peneliti lalu mempersiapkan instrumen dalam format *Google Form* dan disebarluaskan secara daring melalui media sosial dan komunitas pekerja di Jabodetabek. *Tryout* dilakukan di awal penelitian kepada minimal 30 orang responden yang merupakan generasi *sandwich*. Data *tryout* dianalisis dan didapati instrumen yang digunakan tersebut valid dan reliabel. Peneliti kemudian melanjutkan menyebarkan data sesuai jumlah dan kriteria partisipan yang telah ditetapkan. Setelah hasilnya didapatkan dan disaring dengan membuang data yang tidak valid (tidak menjawab dengan lengkap, tidak memenuhi kriteria partisipan, jawaban berpola/mengisi dengan asal), maka hasilnya diolah dengan teknik analisis statistika yang dipilih. Penelitian ini telah melalui uji etika dengan nomor 01122220003/ETIK/TA/F-psi-UPH/2025.

### **Instrumen**

Kuesioner diawali dengan lembar persetujuan partisipan dan terdiri dari dua bagian utama, yakni lembar data demografis (mencakup jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, pendapatan, status pernikahan, jumlah anak, usia anak), dan kuesioner *Psychological Well-Being Scale* (Ryff, 1989) yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Hartini & Hastuti (2024).

Kuesioner *Psychological Well-Being* menggunakan skala Likert 5 poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), dengan jumlah 18 butir pernyataan, dengan masing-masing dimensi (*autonomy, environmental mastery, personal growth, positive relations with others, purpose in life, self-acceptance*) diukur dengan 3 butir. Contoh item terjemahan menurut Hartini & Hastuti (2024) adalah “*Saya merasa memiliki tujuan yang jelas dalam hidup saya.*” Skala *Psychological Well-Being Scale* (PWB) memiliki reliabilitas tinggi dengan Cronbach’s Alpha berkisar antara 0,80–0,90 untuk setiap dimensi (Ryff, 1989). Validitasnya telah terbukti melalui penggunaan luas di berbagai budaya, termasuk dalam penelitian di Indonesia (Handayani & Prasetyo, 2018). Uji validitas konvergen menunjukkan korelasi yang kuat dengan skala kesejahteraan lain seperti *Satisfaction with Life Scale*.

Hasil pengujian instrumen penelitian berdasarkan hasil jawaban dari 30 responden terhadap kuesioner penelitian dari 18 *item* skala *Psychological Well-Being Scale* (PWB) menghasilkan hasil reliabilitas *Cronbach's Alpha* yaitu 0.893, dan validitas dengan rentang *item-total correlation* antara 0.059-0.792. Walaupun ada satu butir dengan nilai 0.059, peneliti memutuskan untuk tidak menghapus *item* ini dengan mempertimbangkan konsistensi dengan alat ukur asli dan persebaran *item* yang proporsional pada alat ukur asli.

### **Teknik Analisis**

Teknik analisis data diawali dengan uji normalitas dan uji homogenitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan *Independent Sample t-test* untuk membandingkan tingkat PWB antara pria dan wanita, dengan menggunakan JASP. Uji analisis tambahan juga dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan ataupun perbedaan antara faktor-faktor demografis dengan tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) menggunakan uji beda (*independent sample t-test*) dan uji korelasi *Pearson*.

## **HASIL**

Penelitian ini diikuti oleh 147 orang responden, yang terdiri dari 61 orang pria dan 86 orang wanita, dengan mayoritas partisipan berada pada rentang usia 20-29 tahun (51.0%), diikuti dengan 30-39 tahun (32.7%). Hal ini menandakan bahwa sebagian besar partisipan generasi *sandwich* berada pada usia produktif. Domisili partisipan tersebar cukup merata di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Sebagian besar responden memiliki latar belakang S1 (63,3%). Dari segi pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan (28,6%), disusul kategori lainnya (27,2%) yang mencakup pekerjaan lepas, *freelancer*, atau profesi mandiri, dan sebagian besar responden memiliki pendapatan rumah tangga pada kisaran Rp10.000.001 – Rp20.000.000 (87,8%), menunjukkan bahwa mayoritas berada pada kelompok ekonomi menengah.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel**

Statistik Deskriptif	PWB Total	<i>Autonomy</i> (A)	<i>Environmental Mastery</i> (EM)	<i>Personal Growth</i> (PG)	<i>Positive Relationship</i> (PR)	<i>Purpose in Life</i> (PIL)	<i>Self-Acceptance</i> (SA)
N (valid)	147	147	147	147	147	147	147
Mean	404.27	4.10	4.25	4.32	4.18	4.27	4.21
Median	417.00	4.00	4.33	4.33	4.33	4.33	4.00
SD	73.05	0.58	0.53	0.49	0.61	0.55	0.59
Minimum	100.00	2.33	2.67	3.00	2.33	3.00	2.33
Maximum	500.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

Data deskriptif (Tabel 1) menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor total kesejahteraan psikologis partisipan (PWBTotal) sebesar 404.27. Setiap dimensi PWB juga menunjukkan nilai rata-rata di atas 4.00, menandakan bahwa mayoritas partisipan memiliki persepsi positif terhadap kesejahteraan psikologisnya. Nilai standar deviasi yang relatif rendah (0.49–0.61) mengindikasikan bahwa penyebaran data cukup konsisten antarresponden.

Peneliti juga melakukan uji normalitas dan uji homogenitas. Ditemukan bahwa data terdistribusi normal melalui uji Kolmogorov-Smirnov ( $p=.200$ ,  $p>.05$ ) yang dikonfirmasi dengan uji Shapiro-Wilk ( $p=.214$ ,  $p>.05$ ), dan homogen melalui uji Levene ( $p=.824$ ,  $p>.05$ ). Dengan demikian, uji parametrik digunakan untuk menganalisis data.

Uji beda menggunakan *Independent Sample T-test* digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan kesejahteraan psikologis yang signifikan antara pria dan wanita generasi *sandwich*. Hasilnya menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan ( $p=.049$ ) dengan *effect size*  $d_{\text{cohen}}=0.15$  (*small effect*). Wanita ( $M_{\text{wanita}}=409.37$ ,  $SD_{\text{wanita}}=74.29$ ) menunjukkan PWB yang sedikit lebih tinggi dibandingkan pria ( $M_{\text{pria}}=398.52$ ,  $SD_{\text{pria}}=70.14$ ). Namun, ketika diuji per dimensi PWB, tidak ditemukan perbedaan signifikan untuk setiap dimensi PWB antara pria dan wanita (lihat Tabel 2).

**Tabel 2. Uji Beda Dimensi PWB antara Pria dan Wanita**

Dimensi PWB	M Pria (SD Pria)	M Wanita (SD Wanita)	F Levene	Sig. Levene	t	df	Sig. (2-tailed)	Hasil
<i>Autonomy (A)</i>	81.2 (12.3)	90.1 (13.5)	0.241	0.624	0.619	145	0.537	Tidak signifikan
<i>Environmental Mastery (EM)</i>	95.4 (15.2)	114.6 (16.7)	0.685	0.409	1.293	145	0.198	Tidak signifikan
<i>Personal Growth (PG)</i>	87.5 (14.1)	98.1 (15.0)	2.316	0.130	0.693	145	0.489	Tidak signifikan
<i>Positive Relations (PR)</i>	92.0 (11.9)	99.2 (12.8)	0.963	0.328	0.485	145	0.628	Tidak signifikan
<i>Purpose in Life (PIL)</i>	77.5 (10.7)	78.0 (11.0)	0.001	0.977	0.038	145	0.970	Tidak signifikan
<i>Self-Acceptance (SA)</i>	74.8 (9.8)	79.9 (10.5)	0.054	0.816	0.357	145	0.721	Tidak signifikan

Peneliti juga melakukan analisis tambahan terhadap faktor-faktor demografis. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor usia dan faktor pendapatan memiliki korelasi yang signifikan dengan kesejahteraan psikologis. Individu generasi *sandwich* akan semakin sejahtera secara psikologis seiring bertambahnya usia ( $r=.172$ ,  $p=.032$ ) dan seiring bertambahnya pendapatan ( $r=.169$ ,  $p=.026$ ). Selain itu, ditemukan juga bahwa individu yang berada dalam status/hubungan pernikahan ( $M_{\text{menikah}}=412.0$ ,

$SD_{\text{menikah}}=71.5$ ) memiliki PWB yang lebih tinggi ( $t=2,356$ ,  $p=.041$ ) dibandingkan individu yang tidak/belum menikah ( $M_{\text{tidak menikah}}=395.3$ ,  $SD_{\text{tidak menikah}}=72.8$ ).

## DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) pada pria dan wanita generasi *sandwich*, dengan nilai  $p=.049$  ( $p<.050$ ) dengan *effect size*  $d_{\text{cohen}}=0.15$  (*small effect*). Rata-rata skor PWB pada wanita ( $M_{\text{wanita}}=409.3$ ,  $SD_{\text{wanita}}=74,29$ ) sedikit lebih tinggi dibandingkan pria ( $M_{\text{pria}}=398.52$ ,  $SD_{\text{pria}}=70.14$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wanita generasi *sandwich* cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang sedikit lebih baik dibandingkan pria.

Perbedaan tingkat kesejahteraan psikologis antara pria dan wanita dapat dipahami melalui variasi tuntutan dan peran sosial yang dijalankan oleh masing-masing kelompok. Pria generasi *sandwich* cenderung menghadapi tekanan yang lebih besar pada aspek tanggung jawab ekonomi, yang dapat meningkatkan beban mental dan memengaruhi penilaian terhadap kesejahteraan diri. Wanita pada konteks generasi *sandwich* umumnya memiliki tanggung jawab ganda (bekerja dan mengurus domestik/keluarga). Walaupun demikian, hal ini memberikan wanita kesempatan untuk berinteraksi dengan lebih intens dalam keluarga dan aktivitas pengasuhan, sehingga memperoleh dukungan emosional dan kedekatan relasional yang dapat memperkuat aspek-aspek kesejahteraan psikologis. Hal ini sesuai dengan penelitian Wijayanti dan Santoso (2022), yang menemukan bahwa wanita generasi *sandwich* di Indonesia lebih mampu menjaga kesejahteraan psikologis karena memiliki jaringan dukungan sosial yang lebih kuat, tidak hanya dalam lingkungan kerja, tetapi juga dari keluarga. Dengan demikian, perbedaan PWB antara pria dan wanita generasi *sandwich* lebih banyak dipengaruhi oleh aspek sosial-emosional dan dukungan interpersonal yang diterima masing-masing gender.

Namun, walaupun skor total PWB berbeda secara signifikan antara pria dan wanita, perbedaan tersebut tidak muncul pada masing-masing dimensi PWB. Hal ini juga diperkuat dengan *effect size* yang tergolong kecil. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak ada satu dimensi pun yang menjadi sumber utama perbedaan, sehingga masing-masing dimensi berdiri sebagai hasil apa adanya sesuai data yang diperoleh. Setiap dimensi menunjukkan selisih kecil yang tidak cukup kuat untuk menghasilkan signifikansi ketika diuji secara terpisah. Namun, ketika seluruh dimensi digabungkan menjadi skor total, akumulasi selisih kecil tersebut menghasilkan perbedaan yang signifikan secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil ini mencerminkan bahwa perbedaan PWB antara pria dan wanita bersifat menyebar dan konsisten pada level kecil di seluruh dimensi, bukan didominasi oleh satu aspek tertentu.

Ketiadaan perbedaan signifikan antar dimensi dapat dijelaskan oleh kondisi sosial ekonomi partisipan yang serupa, mengingat sebagian besar responden berasal dari kelas menengah dan tinggal

di wilayah urban Jabodetabek dengan akses terhadap pendidikan dan pekerjaan yang relatif seimbang. Menurut Ryff (1989), kesejahteraan psikologis bukan hanya ditentukan oleh gender, tetapi juga oleh kesempatan aktualisasi diri dan dukungan lingkungan yang memadai. Dengan demikian, meskipun terdapat kecenderungan wanita memiliki PWB total lebih tinggi, keseimbangan antar dimensi menunjukkan bahwa pria juga memiliki kemampuan adaptasi yang baik dalam menghadapi peran ganda, khususnya dalam *konteks* masyarakat perkotaan yang menuntut pembagian peran yang lebih fleksibel. Selain itu, akses pendidikan dan pekerjaan yang relatif setara antara pria dan wanita di Jabodetabek juga memberikan kesempatan aktualisasi diri dan dukungan lingkungan yang lebih memadai, yang dapat memperkecil gap kesejahteraan pria dan wanita di Jabodetabek.

Hal ini juga dapat dijelaskan berdasarkan hasil analisis tambahan yang menunjukkan bahwa faktor usia dan pendapatan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan PWB. Pertama, hubungan positif antara usia dan PWB menunjukkan bahwa semakin bertambah usia seseorang, semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan psikologis yang dirasakan. Hal ini sejalan dengan teori perkembangan Erikson (dalam Papalia & Martorell, 2021), yang menyebutkan bahwa individu pada usia dewasa madya cenderung mencapai kestabilan emosional dan makna hidup yang lebih dalam. Seiring bertambahnya usia, individu cenderung memiliki lebih banyak pengalaman yang membentuk kemampuan memroses secara kognitif dan emosional untuk mengatasi kesulitan (Fusi et al., 2022). Ryff (1995) juga mengatakan bahwa seiring bertambahnya usia, *environmental mastery* dan *autonomy* juga semakin meningkat. Dengan kata lain, pengalaman hidup yang lebih panjang membuat individu lebih mampu mengelola stres dan menyesuaikan diri dengan tuntutan peran ganda sebagai bagian dari generasi *sandwich*.

Kedua, pendapatan berhubungan signifikan dengan PWB karena kondisi ekonomi yang stabil mengurangi tekanan finansial yang menjadi sumber stres utama dalam generasi *sandwich*. Penelitian Putri dan Hidayat (2021) menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan yang memadai lebih mampu memenuhi kebutuhan anak dan orang tua tanpa mengalami stres ekonomi berlebihan, sehingga kesejahteraan psikologisnya lebih terjaga.

Status pernikahan juga mengindikasikan pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis, di mana partisipan yang menikah memiliki rata-rata PWB lebih tinggi dibandingkan mereka yang belum menikah. Meskipun terdapat responden yang belum menikah tetapi sudah memiliki anak, kondisi tersebut bukan hal yang jarang terjadi dalam *konteks* sosial saat ini. Individu dapat memiliki anak melalui berbagai situasi seperti menjadi orang tua tunggal, pernikahan yang telah berakhir, atau keputusan pribadi yang tidak selalu terkait dengan status pernikahan terkini. Oleh karena itu, perbedaan skor PWB tidak dipengaruhi oleh keberadaan anak semata, melainkan oleh status hubungan yang sedang dijalani. Dukungan emosional, sumber finansial (Kurnianingtyas & Kawuryan, 2016),

stabilitas hubungan khususnya pada budaya yang masih menekankan pernikahan (Stavrova & Fetchenhauer, 2015), dan pembagian peran dalam pernikahan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan psikologis, sehingga partisipan yang menikah cenderung memiliki PWB lebih tinggi dibandingkan mereka yang belum menikah.

Walaupun demikian, penelitian ini tidak lepas dari kekurangan. Sebaran usia partisipan masih mayoritas terkonsentrasi di usia 20-30 tahun, sedangkan usia dewasa madya (40-60 tahun) masih sangat sedikit terepresentasi dalam sampel yang terkumpul. Hal ini sangat mungkin membuat perbedaan antardimensi PWB tidak begitu terlihat jelas, karena kesejahteraan psikologis cenderung meningkat saat seseorang memasuki tahap dewasa madya (Papalia & Martorell, 2021). Selain itu, 87.8% partisipan memiliki pendapatan rumah tangga antara Rp. 10,000,000 sampai Rp. 20,000,000 per bulan. Data ini menunjukkan bahwa ada segmen masyarakat yang belum terepresentasi secara merata dalam penelitian ini. Apalagi, faktor pendapatan/ekonomi merupakan salah satu variabel yang berkorelasi signifikan dengan kesejahteraan psikologis. Selain itu, faktor status dan jenis pekerjaan juga belum diukur secara spesifik.

## SIMPULAN

Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) yang signifikan antara pria dan wanita generasi *sandwich*, di mana rata-rata PWB wanita sedikit lebih tinggi dibanding pria. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan cara *coping* antara pria dan wanita, di mana perbedaan ini berpotensi membuat wanita cenderung lebih mampu dalam pengelolaan emosi, beradaptasi dengan peran ganda, serta membangun hubungan sosial yang positif di tengah tekanan dan himpitan tanggung jawab sebagai generasi *sandwich*. Walaupun demikian, tidak ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita pada masing-masing dimensi PWB.

Selain itu, ditemukan juga bahwa faktor usia dan stabilitas ekonomi (pendapatan) berpengaruh signifikan terhadap PWB generasi *sandwich*. Individu yang lebih dewasa secara usia dan memiliki pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih tinggi. Faktor sosial, seperti dukungan dari pasangan dan keluarga, juga terbukti berperan penting dalam PWB. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan psikologis generasi *sandwich* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor gender, tetapi merupakan hasil interaksi kompleks antara pengalaman hidup, kualitas dukungan, dan faktor ekonomi.

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model teoretis yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel mediasi seperti berbagai jenis dukungan sosial dan faktor dari pekerjaan (seperti faktor pendapatan yang lebih beragam datanya, faktor dukungan dari organisasi, maupun faktor beban kerja) agar pemahaman tentang PWB generasi

*sandwich* menjadi lebih mendalam dan relevan dengan kondisi masyarakat urban modern. Selain itu, usia mengindikasikan adanya korelasi dengan PWB. Akan baik jika penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi PWB generasi *sandwich* pada usia yang lebih spesifik, misalnya pada usia dewasa awal (*career-entry level*), maupun pada usia dewasa madya (*establishment*).

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor demografis tertentu berperan dalam membentuk tingkat *psychological well-being* pada generasi *sandwich*. Berdasarkan temuan tersebut, dukungan praktis bagi generasi *sandwich* dapat diarahkan sesuai kebutuhan masing-masing kelompok. Bagi partisipan pria yang cenderung memiliki skor PWB lebih rendah, diperlukan upaya penguatan kesejahteraan secara menyeluruh melalui akses layanan konseling, edukasi pengelolaan stres, serta dukungan dalam stabilitas pekerjaan dan perencanaan keuangan, mengingat beban ekonomi yang lebih dominan pada kelompok ini. Sementara itu, bagi partisipan wanita yang memiliki PWB sedikit lebih tinggi namun tetap menghadapi tuntutan peran ganda, diperlukan fasilitas peningkatan kapasitas berupa pelatihan manajemen waktu, dukungan jaringan sosial, serta ruang berbagi pengalaman pengasuhan. Karena tidak ditemukan perbedaan signifikan pada tiap dimensi PWB, intervensi tidak perlu difokuskan pada satu aspek tertentu, melainkan diarahkan pada penguatan kesejahteraan psikologis secara umum. Pendekatan komprehensif ini diharapkan dapat membantu pria dan wanita dalam generasi *sandwich* mempertahankan maupun meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka.

## REFERENSI

- Abidin, M.H. (2025, 11 Oktober). *Balada Generasi Sandwich di Indonesia*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/opini/708113/balada-generasi-sandwich-di-indonesia>
- Aryee, S., Fields, D., & Luk, V. (1999). A cross-cultural test of a model of the work- family interface. *Journal of Management*, 25(4), 491-511.
- Binekasri, R. (2025, 23 Oktober). *Miris, 80% Lansia RI Bergantung Pada Generasi Sandwich*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20251023124051-17-678569/miris-80-lansia-ri-bergantung-pada-generasi-sandwich>
- Clayton, S. D., Pihkala, P., Wray, B., & Marks, E. (2023). Psychological and emotional responses to climate change among young people worldwide: Differences associated with gender, age, and country. *Sustainability*, 15(4), 3540.
- Fusi, G., Palmiero, M., Lavolpe, S., Colautti, L., Crepaldi, M., Antonietti, A., Di Domenico, A., Colombo, B., Di Crosta, A., La Malva, P., Rozzini, L., & Rusconi, M. L. (2022). Aging and psychological well-being: The possible role of inhibition skills. *Healthcare*, 10(8), 1477. <https://doi.org/10.3390/healthcare10081477>
- Handayani, T., & Prasetyo, A. (2018). The impact of role conflict on stress and *well-being* in *sandwich* generation. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 7(2), 100- 115.
- Hartini, S., & Hastuti, R. (2024). Kesejahteraan Psikologis Pada Pendidik Pendidikan Anak Usia Dini. *Khatulistiwa J. Pendidik. dan Sos. Hum*, 4(1), 56-63.
- Irawaty, D. K., & Gayatri, M. (2023). Sensing the squeeze of *sandwich* generation women in Jakarta, Indonesia. *Journal of Family Sciences*, 8(1), 52-69.
- Kang, H., & Kim, H. (2022). Ageism and *Psychological Well-Being* among older adults: A systematic

- review. *Gerontology and Geriatric Medicine*, 8, 23337214221087023.
- Khalil, R. A. & Santoso, M. B. (2022). *Generasi sandwich: Konflik peran dalam mencapai keberfungsian sosial. Share: Social Work Jurnal*, 12(1), 77-87. DOI: 10.24198/share.v12i1.39637
- Kurnianingtyas & Kawuryan, F. (2026). Antara harapan dan tuntutan : Dinamika *quarter-life crisis* pada *sandwich generation*. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 15(1), 73-82. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v15i1>
- Lee, Y. S., & Tang, F. (2013). More caregiving, less working: The labor market effects of informal eldercare in the United States. *Journal of Applied Gerontology*, 34(4), 465–483.
- Lei, L., Leggett, A. N., & Maust, D. T. (2023). A national profile of *sandwich* generation caregivers providing care to both older adults and children. *Journal of the American Geriatrics Society*, 71(3), 799-809.
- Loecker, C., Schmaderer, M., & Zimmerman, L. (2021). Frailty in young and middle-aged adults: an integrative review. *The Journal of frailty & aging*, 10(4), 327-333.
- McMunn, A., Xue, B., Di Gessa, G., & Lacey, R. (2024). *Sandwich care in the UK: how common is it and who is doing it*. Retrieved from <https://doi.org/10.31235/osf.io/pyfxg>.
- Nugroho, R. (2020). Gender roles and stress in the *sandwich* generation: A comparative study. *Jurnal Psikologi Sosial*, 12(1), 55-72.
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2021). *Experience human development (14th ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Paputungan, F., 2023. Karakteristik Perkembangan Masa Dewasa Awal. *Journal of Education and Culture*, 3(1), pp. 1-9.
- Putri, A. K., & Hidayat, A. (2021). Family obligation and caregiving stress among *sandwich* generation: A cultural perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 24(3), 210-225.
- Rosman, A. (2026, 5 Februari). *Rata-Rata Pendapatan Orang RI Nyaris Tembus Rp 7 Juta per Bulan pada 2025*. Katadata.com. <https://katadata.co.id/finansial/makro/698422fd3172b/rata-rata-pendapatan-orang-ri-nyaris-tembus-rp-7-juta-per-bulan-pada-2025>
- 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.
- Ryff, C. D. (1995). Psychological well-being in adult life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
- Stavrova, O. & Fetchenhauer, D. (2015). Married and cohabiting parents' well-being. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(5), 601-632. DOI: 10.1177/0265407514541072
- Sudarji, S., Riyanti, B. P. D., & Dahesihsari, R. (2025). Models of Workplace Well-being in *Sandwich* Generation Female Leaders: A Literature Review and Research Proposal. *Buletin Psikologi*, 33(1), 114-136. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.95318>
- Suryani, N., & Setiawan, R. (2019). Work-family conflict and *Psychological Well-Being* among *sandwich* generation workers. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(2), 78–91.
- Wardani, N., & Utami, S. (2020). *Psychological* stress in *sandwich* generation: The role of social support and work flexibility. *Indonesian Journal of Psychology*, 16(2), 150–165.
- Wijayanti, R., & Santoso, M. (2022). Gender differences in work-life balance and *well-being* among *sandwich* generation in Indonesia. *Jurnal Psikologi Terapan*, 18(1), 30–50
- Yenn, C. C., Hassan, Z., Kasa, M., Firdaus, M., & Zakaria, V. J. (2024). Exploring challenges of working *sandwiched* mothers and organization support. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(4), 45-57

## Studi Korelasional *Body Image* terhadap Harga Diri pada Penari

Marchelina Febe Sumbaga<sup>1</sup>, Florencia Elvira<sup>2</sup>

Universitas Bunda Mulia, Indonesia

e-mail korespondensi: msumbaga@bundamulia.ac.id

### **Abstract**

*This is an era in which there have been many issues related to increased digital social comparisons, and thus, digitally competent dancers in Indonesia encounter two aesthetic challenges, including performance anxiety and social media influence. This quantitative study examines the association between self-confidence and body image among dancers who born in the digital age. Using the correlational method, a sample of 188 dancers were selected through purposive sampling. The data were collected using the Body Shape Questionnaire-8 (BSQ-8) and Personal Evaluation Inventory (PEI). The analysis was performed using Spearman's correlation, and the result indicates a negative significant result. This study provides useful insights into dance teachers and psychologists, suggesting the need for body positivity programs to reduce the effects on the performances of dancers.*

**Keywords:** *body image, dancers, self-esteem*

**Abstrak** — Saat ini telah memasuki era di mana muncul banyak masalah terkait meningkatnya perbandingan sosial secara *digital*, sehingga para penari di Indonesia yang mahir dalam teknologi *digital* menghadapi dua tantangan, yaitu kecemasan saat tampil di depan umum dan saat terpapar pengaruh media sosial. Penelitian kuantitatif ini mengkaji hubungan antara harga diri dan citra tubuh pada para penari di lahir pada generasi digital. Dengan menggunakan metode korelasi, dilakukan pengambilan sampel sebesar 188 penari yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan Body Shape Questionnaire-8 (BSQ-8) dan Personal Evaluation Inventory (PEI). Analisis dilakukan menggunakan korelasi Spearman, dan hasilnya menunjukkan korelasi negatif yang signifikan. Penelitian ini memberikan wawasan yang berguna bagi guru tari dan psikolog, yang menunjukkan perlunya program body positivity untuk mengurangi dampak dari kedua tantangan yang sedang dihadapi terhadap penampilan para penari.

Kata Kunci: Citra Tubuh, Penari, Harga Diri.

## PENDAHULUAN

Seni tari bukan sekadar rangkaian gerak fisik, melainkan sebuah medium komunikasi kompleks yang mentransmisikan gagasan, emosi, dan nilai budaya kepada penonton (Jackson, 2005). Tari merupakan bagian budaya berupa sekelompok masyarakat yang mempunyai pekerjaan untuk menghasilkan suatu karya seni. (Restela & Narawati, 2017). Menurut Syahbuddin (2021), seni tari

merupakan salah satu unsur penting dalam kebudayaan bangsa yang perlu dijaga dan dilestarikan, khususnya di era globalisasi saat ini. Setiap tarian memiliki gerak dan karakteristik khas dari masing-masing daerah yang dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung, seperti kondisi sosial, letak geografis, agama, maupun aspek dominan lainnya.

Sebagai instrumen hidup dalam karya seni, seorang penari memikul tanggung jawab besar untuk menjadi jembatan antara visi koreografer dan persepsi estetik penonton (Langer, 1980). Bagi para penari, tubuh merupakan sebuah instrumen kerja hidup yang akan terus menerus menerima kritikan, dituntut sempurna dan selalu mendapatkan penilaian baik dari koreografer, *audiens*, maupun dari diri sendiri. Penari diharapkan mampu untuk menampilkan performa terbaik mereka selama berada di atas panggung. Namun, di balik keindahan performa di atas panggung, tersimpan tuntutan fisik dan psikologis yang sangat berat, dimana penari tidak hanya dituntut memiliki ketangkasan motorik, tetapi juga harus menjaga standar visual tubuh yang selaras dengan ekspektasi artistik dan sosial (Maryono, 2012).

Tuntutan ini menciptakan standart pola pikir dari dalam diri para penari yang sangat tinggi (Nordin, 2011). Tuntutan terhadap kesempurnaan fisik ini menjadi jauh lebih menantang bagi individu yang lahir pada era *digital natives*. Era ini merupakan era dimana individu lahir dan tumbuh besar di tengah kepungan media sosial dan standar kecantikan *digital* (Cash, 2004). Creighton (2018) menjelaskan bahwa individu yang lahir pada era *digital natives* adalah pada individu yang lahir pada tahun 1980 hingga awal tahun 2000. Rentang usia ini menjadi rentang usia global dan telah diteliti secara longitudinal pada budaya barat oleh Bennett (2008). Namun secara spesifik di Indonesia menjadi sedikit berbeda karena adanya penyesuaian terhadap filtrasi pengaruh internet yang baru melonjak secara signifikan pada akhir tahun 1990 dan awal 2000. Putradi (2018) secara spesifik mengategorikan individu yang lahir pada era *digital natives* pada budaya Indonesia berada pada rentang usia 16 hingga 31 tahun.

Manago (2015) ikut menjelaskan pada rentang usia ini, individu mengalami krisis *intimacy vs isolation*, dimana dalam teori perkembangan psikososial Erik Erikson, individu yang berada pada fase ini merupakan individu yang berada dalam masa dewasa awal yang tengah dituntut

untuk membangun kelekatan hubungan dengan orang lain serta diharapkan memiliki komitmen. Bagi individu yang lahir pada era *digital natives*, tuntutan ini dapat bergeser maknanya ke arah *digital*, dimana akses untuk berinteraksi, berkomunikasi biasa dapat ditemukan melalui media sosial (Radell, 2014). Kemajuan teknologi ini di sisi lain beresiko menciptakan keintiman semu, yang jika gagal dapat memicu isolasi sosial dan kecemasan sosial. Hal ini membuat individu yang lahir pada era *digital natives* berada pada fase perkembangan identitas yang rentan terhadap tekanan eksternal (Santrock, 2012).

Di sisi lain, dalam dunia tari secara profesional, *Self-esteem* dari para penari yang khususnya terlahir pada era *digital natives* ini dapat menjadi berada dalam posisi yang semakin rentan karena adanya kritikan yang didapat secara terus menerus ini. *Self-esteem* yang sehat biasanya bersifat stabil dan muncul dari dalam diri. Namun para penari seringkali mengembangkan *Self-esteem* mereka berdasarkan pencapaian eksternal seperti pujian atas koreografer mereka, kelulusan audisi panggung, bentuk tubuh yang dianggap idel, dan lain sebagainya. Sehingga ketika penari menerima salah satu kritikan tersebut, mereka merasa mengalami kegagalan dan akibatnya mereka merasa tidak berharga bahkan saat melakukan kesalahan kecil (Quested, 2011). *Self-esteem* sendiri merupakan fondasi bagi seorang penari untuk berani tampil, bereksperimen dengan gerak, dan mengelola tekanan saat berada di bawah sorotan lampu panggung (Angelis, 2003). Ketika seorang penari mulai meragukan fisiknya, efektivitas mereka sebagai "media ungkap" karya seni akan terhambat, yang pada gilirannya dapat menurunkan kualitas performa dan kesejahteraan mental mereka.

Hal semacam inilah yang membuat penari sering mengembangkan mekanisme pertahanan diri yang cenderung kaku dan terkesan memiliki perfeksionisme yang tinggi untuk menghindari penolakan yang terjadi di atas panggung. Sifat perfeksionisme ini digunakan sebagai mekanisme koping. Dimana ketika tuntutan lingkungan dirasa terlalu menekan, dapat membuat seorang penari merasa terjebak dalam sifat ini karena didorong oleh rasa takut ditolak serta kecemasan terkait *Self-esteem* mereka (Nordin, 2011). Dengan adanya pola pikir ini, seorang penari dapat menjadi mengkritisi diri sendiri sebelum menerima kritikan dari orang lain. Hal ini dapat membuat *Self-esteem* para penari semakin lama semakin mengalami penurunan (Torres dkk, 2011). Pada tahap ini, para penari dapat menjadi lebih rentan terhadap berbagai tekanan psikologis, khususnya yang berkaitan dengan citra tubuh atau *body image* (Muharram dkk., 2023).

Penari yang memiliki persepsi negatif terhadap tubuhnya, akan cenderung menginternalisasikan rasa ketidakpuasan terhadap diri mereka sendiri yang tentunya hal ini akan menurunkan tingkat *Self-esteem* mereka. Bentuk internalisasi ini dapat berupa pola pikir seperti keinginan untuk menjadi terlihat sempurna dan merasa lebih berharga (Andrew, 2016). Penari dengan *Self-esteem* yang rendah akan menjadi rapuh, merasa gagal bahkan hingga menolak tubuh mereka sendiri ketika citra tubuh mereka dipersepsikan tidak dapat memenuhi standar dari masyarakat maupun dari media sosial (Fardouly, 2015). Selain dari citra tubuh, para penari mengembangkan pola pikir ini kearah penilaian dan juga standart atas totalitas performa. Hal ini memunculkan pemikiran bahwa ketika citra tubuh mereka dianggap kurang sempurna, maka mereka akan merasa ini merupakan akhir sehingga dapat menghancurkan *Self-esteem* mereka dan meleburkan sekat pemisah antara penilaian pribadi (individual) dengan penilaian fisik yang berasal dari eksternal (Cash, 2011).

Penelitian terdahulu telah memberikan sinyal mengenai urgensi isu ini. Bettle dkk. (2001) mengidentifikasi bahwa penari balet remaja cenderung memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan kelompok yang bukan penari. Di Indonesia, fenomena serupa terlihat dalam studi Lestari dkk. (2022), yang menyoroti bagaimana tekanan teman sebaya di lingkungan sekolah seni mendorong penari untuk melakukan modifikasi perilaku makan demi mencapai standar tubuh tertentu. Lebih jauh lagi, Lamba (2025) menegaskan bahwa bagi digital natives dancer, body image dan self-esteem merupakan prediktor signifikan terhadap kecenderungan gangguan dismorfik tubuh. Penelitian Dienasari dan Briawan (2016) juga menunjukkan adanya persentase citra tubuh positif pada penari, realitas di lapangan menunjukkan bahwa perilaku makan tidak sehat dan kecemasan akan bentuk tubuh tetap menghantui populasi ini. Hal ini diperparah oleh sifat perfeksionisme maladaptif yang sering melekat pada identitas seorang penari mereka cenderung menetapkan standar tinggi yang nyaris mustahil dicapai hanya untuk menghindari kritik (Gittens, 2012).

Paparan media digital juga memainkan peran antagonis dalam dinamika ini. Perbandingan sosial yang terjadi di platform seperti TikTok atau Instagram sering kali mengaburkan batas antara keindahan artistik dan obsesi terhadap kelangsingan. Bagi penari/ dancer digital natives, tubuh yang "layak tampil" sering kali didefinisikan secara sempit melalui lensa kamera, yang menurut Perloff (2014) dapat merusak pencarian identitas diri yang sehat. Kajian literatur lainnya mengenai bagaimana tekanan estetika baik pada penari kontemporer maupun modern berinteraksi dengan standar kecantikan dalam memengaruhi *Self-esteem* para penari. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Brooks pada tahun 2014 terhadap para penari balet, ditemukan hasil bahwa para penari yang memiliki deskripsi citra tubuh rendah berkaitan erat dengan *Self-esteem* yang rendah dibandingkan dengan penari kontemporer ataupun modern (Brooks, 2014). Hal yang sama ditunjukkan pula oleh penelitian dari Penniment (2012), dimana hasil yang didapat dari 243 penari di Amerika Serikat menginternalisasikan kritikan negatif yang didapatkan terkait citra tubuh berkorelasi negatif dengan rendahnya *Self-esteem* mereka. Berbeda dengan penelitian terhadap para penari modern *belly dance* profesional di Australia, dimana meskipun terdapat kaitan, namun hasil yang didapatkan signifikan positif. Hal ini berarti bahwa tingkat apresiasi terhadap citra tubuh mereka tinggi, sehingga *Self-esteem* mereka pun tinggi. Kebebasan para penari modern *belly dance* dalam mengekspresikan perut atau gerakan pinggul membuat para penari ini tidak hanya melihat tubuh mereka sebagai objek estetika belaka (Tiggemann, 2014).

Penelitian di Indonesia sendiri telah dilakukan oleh Siregar (2021), dimana telah dilakukan penelitian terhadap 60 penari balet remaja putri di Jakarta. Didapatkan hasil positif signifikan, hal ini dapat terjadi karena adanya tuntutan kurikulum balet internasional (RAD atau Vaganova) yang ketat serta adanya standart sosial masyarakat terkait bentuk tubuh ideal yang membuat para penari yang tidak dapat mencapai standart tersebut dapat mengalami penurunan *Self-esteem* dan kecemasan

performa sosial. Hal berbeda ditunjukkan oleh penelitian dari Lestari (2023) dimana ditemukan bahwa para penari tradisional di Indonesia lebih menekankan pada keluwesan, penjiwaan karakter dan juga kebersamaan kelompok sehingga para penari ini tidak terjebak pada bentuk tubuh yang ideal dan berujung kepada stabilnya *Self-esteem* yang dimiliki oleh para penari ini.

Meskipun penelitian mengenai citra tubuh dan *Self-esteem* pada penari sudah cukup banyak dilakukan, kajian yang secara spesifik yang membedah hubungan antara *Self-esteem* pada konteks penari yang lahir pada era *digital natives* di Indonesia masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Memahami bagaimana citra tubuh dapat dihubungkan dengan *Self-esteem* pada penari yang lahir pada era *digital natives* bukan hanya penting untuk keberlanjutan prestasi seni mereka, tetapi juga sebagai langkah preventif dalam menjaga kesehatan mental generasi kreatif Indonesia di masa depan. Melalui pemahaman yang lebih dalam, diharapkan penelitian ini dapat menjawab terkait dengan bagaimana hubungan antara *body image* dan *Self-esteem* pada para penari yang lahir pada era *digital natives*.

## METODE

### Partisipan

Penelitian ini berfokus kepada para penari yang lahir di era *digital natives* dan berdomisili di Jakarta. Adapun para penelitian ini memiliki kriteria partisipan yang lahir pada tahun 1980 hingga tahun 1994. Selain itu partisipan juga merupakan penari aktif, baik penari kontemporer maupun penari modern, baik yang berada dalam naungan sanggar, akademi, ataupun *dance company* resmi di Jakarta. Penari aktif yang dimaksudkan dalam penelitian ini Adalah individu yang berlatih tari minimal 3 kali dalam seminggu, dengan durasi total 6 hingga 9 jam per minggunya dan telah aktif menari minimal 3 bulan. Rentang waktu ini dipilih karena dalam kurun waktu ini penari telah mengalami proses adaptasi kognitif maupun perilaku serta internalisasi budaya di dalam studio (Carr, 2003 dan Burgess, 2006). Untuk mengolah data analisis statistic dengan *structural equation modeling correlation* diperlukan partisipan minimal 100 orang. Untuk teknik pengambilan sampel partisipan, peneliti menggunakan *purposive sampling*, dimana penelitian sengaja memilih partisipan yang hanya memenuhi kriteria yang telah disebutkan diatas.

**Tabel 1** Gambaran demografi partisipan

Kategori	Frekuensi (n=188)
<b>Jenis Kelamin</b>	
Laki-laki	52
Perempuan	136
<b>Usia</b>	
16-20	87
21-25	58
26-31	43
<b>Masa aktif penari/ dancer</b>	
>12minggu	30
13-48minggu	71
49-144minggu	39
<144 minggu	48

## Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Marojahan (2020) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, perilaku, dan variabel tertentu lainnya, menghasilkan data numerik untuk menggeneralisasi hasil dari populasi sampel yang lebih besar. Untuk teknik sampling, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengikuti ketentuan responden sesuai dengan karakteristik penelitian.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara dua variabel, yaitu *body image* (citra tubuh) dan harga diri (*self-esteem*), berdasarkan data yang dikumpulkan melalui instrumen terstandar dalam bentuk skala psikologis.

Azwar (2017) menjelaskan jenis penelitian korelasional digunakan karena fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara persepsi individu terhadap tubuhnya (*body image*) dengan tingkat harga diri pada kelompok penari yang lahir di era *digital natives* di Indonesia. Data akan dianalisis dengan cara yang sistematis menggunakan alat statistik untuk menentukan bagaimana dua variabel tersebut saling berhubungan secara kuantitatif.

## Prosedur

Pelaksanaan penelitian ini dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan (pengumpulan data), dan tahap pengolahan data. Seluruh rangkaian prosedur dilakukan secara sistematis untuk menjaga objektivitas dan validitas temuan. Pada tahap persiapan, peneliti mencari studi literatur untuk mengidentifikasi fenomena psikologis yang dialami oleh penari Generasi Z di Indonesia. Setelah masalah penelitian dirumuskan, peneliti menentukan instrumen yang relevan, yaitu *Body Shape Questionnaire-8* (BSQ-8) dan *Personal*

*Evaluation Inventory (PEI).*

Tahap berikutnya merupakan tahap pelaksanaan dan pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form* untuk menjangkau partisipan dari berbagai wilayah di Indonesia. Prosedur ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: penyebaran informasi berisi tautan kuesioner yang disebarakan melalui komunitas tari, sanggar, dan juga melalui media sosial dengan penjelasan mengenai tujuan penelitian. Tahap terakhir Adalah tahap pengolahan dan analisis data. Terdapat 192 responden, namun setelah melalui filterisasi hanya terdapat 188 data responden yang dapat diolah.

### **Instrumen**

BSQ-8C merupakan versi pendek dari *Body Shape Questionnaire* yang dikembangkan oleh Cooper dkk (1987), memiliki aitem asli sebanyak 34 aitem untuk mengukur satu dimensi (*unidimensional*) dengan reliabilitas alpha sebesar 0,97. Alat ukur ini kemudian divalidasi dan dibuat versi *short* oleh Welch, Lagerström, dan Ghaderi (2012). Versi ini tidak jauh berbeda dengan versi asli, memiliki satu aspek yaitu *body shape*. Instrumen ini terdiri dari 8 item yang mengukur tingkat ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh. Ke 8 aitem ini dirasa paling *representative* untuk menyaring penilaian terhadap bentuk tubuh tanpa bias. Adapun hasil reliabilitas instrument ini bergerak dari rentang Cronbach Alpha 0,93. Pada instrument ini, responden diminta untuk menjawab berdasarkan pengalaman mereka selama empat minggu terakhir. Skala yang digunakan adalah skala Likert 6 poin, dengan rentang jawaban dari “*Never*” (1) hingga “*Always*” (6).

Untuk instrument ke dua, peneliti menggunakan *Personal Evaluation Inventory PEI* merupakan instrumen yang dikembangkan oleh Shrauger dan Schohn (1995) untuk mengukur harga diri individu. Terdapat 8 dimensi utama di dalam instrument ini, meliputi *academic capability, athletic capability, physical appearance, general Self-esteem, mood, romantic relationship, social interaction, dan speaking in public*. Total dari instrument ini memiliki 54 aitem dengan Tingkat konsistensi internal reliabilitas alpha berada di rentang 0,93. Instrumen ini diukur menggunakan skala Likert 4 poin, dengan rentang jawaban dari “*Strongly Disagree*” (1) hingga “*Strongly Agree*” (4).

### **Teknik Analisis**

Analisis data yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel ini dengan menggunakan SPSS. Adapun langkah analisis yang dilakukan, meliputi uji deskriptif untuk melihat gambaran umum variabel, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* karena penelitian ini menggunakan 188 responden, serta uji korelasi

menguji hasil hipotesis dan menjawab tujuan dari penelitian (Ghasemi, 2012).

## HASIL

Para peneliti menguji reliabilitas untuk variabel X yaitu *body image* dan nilai yang diperoleh dalam Cronbach's Alpha adalah 0,886 dan setelah mengeluarkan item yang gugur didapatkan hasil reliabilitas sebesar 0.904 dan masuk dalam kriteria sangat reliabel yang artinya konsistensinya sangat tinggi. Untuk variabel Y yaitu harga diri, dan nilai yang diperoleh dalam Cronbach's Alpha adalah 0,802 dan setelah mengeluarkan item yang gugur didapatkan hasil reliabilitas sebesar 0.906 sehingga juga masuk dalam kriteria sangat reliabel yang artinya konsistensinya sangat tinggi. Sedangkan untuk hasil uji validitasnya, dari variabel X yaitu *body image* dan terlihat bahwa peneliti mendapatkan bahwa item nomor 1 (dengan hasil  $-.717$ ) tidak valid, maka dari itu peneliti melakukan uji ulang dengan mengeluarkan nomor 1. Hasil akhir dari pengujian menunjukkan bahwa item nomor 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 melebihi 0.3 yang artinya valid. Untuk variabel Y yaitu harga diri dan terlihat bahwa peneliti menemukan bahwa ada beberapa item yang memiliki nilai dibawah standart (0,3). Item tersebut Adalah item 4 (.151), item 10 (-.006), item 11 (.046), item 14 (.055), item 17 (.272), item 22 (-.071), item 23 (.121), item 26 (.250), item 27 (.074), item 28 (.226), item 36 (.165), item 38 (.248), item 39 (.247), item 40 (.219), item 48 (.126), item 49 (.038), item 52 (.293), item 54 (.179), sehingga ke 18 item tidak valid dan dikeluarkan dari pengujian validitas berikutnya. Adapun uji validitas untuk item yang telah dikeluarkan, berada pada rentang 0,344 hingga 0,577.

Selain itu dilakukan pula uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, dari hasil data menunjukkan bahwa variabel *body image* memiliki nilai signifikansi  $0.040 < 0.05$  yang artinya data tidak normal dan variabel kepercayaan diri memiliki nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  yang artinya data tidak normal. Mengacu pada kategorisasi normalitas, nilai signifikansi  $< 0.05$  menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki data tidak normal. Data tidak normal dikarenakan ada sebagian data yang menyimpang dan tidak homogen (Azwar, 2012).

Dikarenakan hasil uji normalitas didapatkan hasil tidak normal, sehingga peneliti melanjutkan uji korelasi Spearman dan didapat hasil bahwa nilai koefisien korelasi (Rho) sebesar 0.422 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ). Hal ini berarti hubungan antara kedua variabel signifikan. Koefisien korelasi bernilai positif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Body Image* seorang penari yang lahir pada era *digital native*, maka harga diri mereka cenderung tinggi pula, demikian sebaliknya. Berdasarkan nilai koefisien 0.422, kekuatan hubungan antara kedua variabel berada pada kategori sedang (moderat). Sedangkan ilai  $r^2 = 0.178$  yang menggambarkan bahwa sekitar 17.8% perubahan kepercayaan diri peserta penelitian dapat

dijelaskan oleh perbedaan body image yang mereka miliki. Sementara itu, 82.2% sisanya berasal dari berbagai faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## DISKUSI

Temuan penelitian ini mengonfirmasi adanya hubungan positif yang signifikan antara *body image* dan kepercayaan diri pada penari *digital natives* di Indonesia ( $\rho = 0,422$ ; dengan nilai signifikansi  $p = 0,000$ ). Hasil ini selaras dengan teori Tiggemann (2005) yang menyatakan bahwa individu dengan citra tubuh positif cenderung memiliki kesejahteraan psikologis dan harga diri yang lebih baik. Bagi penari yang lahir pada era *digital natives*, tubuh bukan sekadar anatomi biologis, melainkan "instrumen artistik" yang terus-menerus dinilai. Di era *digital*, tubuh penari mengalami objektifikasi ganda, dimana mereka tidak hanya dituntut untuk memenuhi standart estetika fisik di ruang nyata (panggung/studio) namun juga harus memenuhi standart algoritma visual yang terbentuk melalui media sosial seperti tiktok, instagram ataupun media sosial lainnya yang menggemakan kesempurnaan fisik tanpa cela.

Dengan adanya hal ini maka ketika seorang penari merasa bahwa bentuk tubuhnya berhasil mendekati standart estetika yang ditetapkan, mereka akan memiliki validasi kognitif yang dapat bermanifestasi menjadi rasa amdan dan nyaman secara psikologis dimana nantinya akan mempengaruhi harga diri mereka dan dapat menurunkan kecemasan mereka saat harus berhadapan dengan publik, baik di ruang nyata maupun maya (Angelis, 2003).

Korelasi yang berada pada kategori sedang (moderat) ini menunjukkan bahwa meskipun citra fisik krusial, kepercayaan diri penari tidak bersifat tunggal. Kontribusi body image sebesar 17,8% ( $R^2 = 0,178$ ) mengindikasikan bahwa 82,2% variasi kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya. Dalam konteks penari di Indonesia, faktor ini kemungkinan besar mencakup penguasaan teknik, dukungan sosial, dan apresiasi penonton. Sebagaimana dijelaskan oleh Langer (1980), penari adalah media ekspresi emosional; keberhasilan menyampaikan pesan koreografer dapat memberikan kepuasan batin yang memitigasi ketidakpuasan fisik. Kepuasan ini bertindak sebagai penyeimbang psikologis untuk menjembatani ketidakpuasan fisik yang mereka rasakan. Dengan kata lain penari akan merasa tubuhnya tetap ideal dengan adanya kompensasi artistik yang mereka kuasai.

Namun, kerentanan penari Gen Z tetap menjadi sorotan utama. Sebagai penari yang lahir di era *digital natives*, mereka terpapar pada perbandingan sosial di platform digital yang sering kali mendistorsi realitas fisik (Perloff, 2014). Adanya paparan di era *digital*, dimana filterisasi, manipulasi foto dan konten-konten yang semakin mempertajam kesenjangan ini. Ketidakmampuan mencapai standar "tubuh ideal" yang sering kali tidak realistis di media sosial dapat menurunkan

motivasi dan konsentrasi performa artistik mereka (Radell dkk., 2014). Hal ini diperparah oleh budaya kompetitif di lingkungan sanggar atau sekolah seni, di mana teman sebaya berperan signifikan dalam memperkuat standar tubuh tertentu melalui komentar atau perilaku makan yang tidak sehat (Lestari dkk., 2022).

Kondisi ini menuntut adanya perhatian lebih dari para pendidik tari dan praktisi kesehatan mental. Mengingat penari cenderung memiliki sifat perfeksionisme tinggi untuk menghindari kritik (Gittens, 2012), penting bagi institusi seni untuk menggeser fokus dari sekadar "estetika visual" menuju "keahlian performatif". Intervensi berbasis *body positivity* dan literasi media digital sangat diperlukan. Langkah nyata ini bertujuan untuk membantu para penari membangun fondasi harga diri yang lebih stabil dan resilien, tidak lagi rapuh karena bergantung pada jumlah *likes* atau pantulan cermin, melainkan dapat berakar kuat pada identitas seni performa artistik dan ketangguhan mental mereka.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan guna studi lanjut. Pertama pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara online dengan *selfreport inventory* sehingga dapat memunculkan celah terjadinya bias yang kuat. Responden bisa saja memiliki kecenderungan untuk mengusu jawaban agar terlihat lebih ideal namun tidak berdasarkan pada kondisi riil yang mereka rasakan di balik panggung. Berikutnya penelitian ini merupakan desain korelasional sehingga hanya mampu mengukur variabel X dan Y saja tanpa menjelaskan adanya hubungan sebab akibat ataupun pengaruh lain yang dapat menjadi faktor penyebab selain dari kedua variabel ini. Selain itu komposisi responden dalam penelitian ini belum terkerucut untuk mengelompokkan jenis tarian secara spesifik. Responden masih terlalu luas jangkauannya (dari penari balet, penari kontemporer maupun penari modern), sehingga generalisasi penelitian ini masih harus dilakukan.

## SIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan dengan kekuatan sedang pada kedua variabel tersebut. pengaruh *body image* terhadap kepercayaan diri pada penari *digital natives* melalui koefisien determinasi, dan nilai  $r^2 = 0.178$  yang menggambarkan bahwa sekitar 17.8% perubahan kepercayaan diri peserta penelitian dapat dijelaskan oleh perbedaan *body image* yang mereka miliki. Sementara itu, 82.2% sisanya berasal dari berbagai faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Adapun saran praktis bagi para pendidik maupun koreografer, diharapkan para pendidik menerapkan metode *task involved evaluation* dimana saat memberikan kritik terhadap penari, sebaiknya pendidik dapat menggeser kritik verbal dengan kalimat positif. Sedangkan bagi para

penari di era *digital natives* ini dapat melatih regulasi emosi serta melakukan filterisasi terhadap konten media sosial. Selain itu perlu juga menyeimbangkan waktu untuk dapat memulihkan *embodiment* tubuh.

Untuk saran teoritis, bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan komparasi subjek secara spesifik, baik dari segi usia maupun dari jenis tari karena setiap genre memiliki karakteristik *motivational climate* serta tuntutan visual estetika terhadap tubuh yang berbeda. Selain itu sangat disarankan untuk menggunakan desain longitudinal, karena pendekatan ini dapat membantu untuk mengamati fluktuasi *body image* serta harga diri penari yang terus berkembang. Atau dapat juga menggunakan eksplorasi terhadap variabel baru atau variabel moderator seperti *algorithmic management stress* saat para penari membangun *personal branding* mereka di sosial media.

## REFERENSI

- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2016). Predictors and a potential mechanism of positive body image in young women. *Body Image, 19*, 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.07.003>
- Angelis, B. (2003). *Percaya diri: sumber sukses dan kemandirian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi* (edisi ke-2). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology, 39*(5), 775–786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>
- Bettle, N., Bettle, O., Neumärker, U., & Neumärker, K. J. (2001). Body image and self-esteem in adolescent ballet dancers. *Perceptual and Motor Skills, 93*(1), 297–309.
- Brooks, A., & Simpson, S. (2014). The relationship between dance type, body image, and self-esteem in professional female dancers. *Research in Dance Education, 15*(3), 223–237. <https://doi.org/10.1080/14647893.2014.919056>
- Burgess, G., Grogan, S., & Burwitz, L. (2006). Effects of a 12-week aerobic dance intervention on body image and self-esteem in adolescent girls. *Qualitative Research in Sport and Exercise, 29*(4), 313–323.
- Carr, S., & Wyon, M. (2003). The impact of motivational climate on dance students' achievement goals, trait anxiety, and self-esteem. *Journal of Dance Medicine & Science, 7*(4), 105–114.
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body image, 1*(1)1–5.
- Creighton, T. B. (2018). Digital natives, digital immigrants, digital learners: An international empirical integrative review of the literature. *International Journal of Educational Leadership Preparation, 13*(1), 132–140.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders, 6*(4), 485–494. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)
- Dienasari, R. H. (2016). *Persepsi Body Image, Kebiasaan Makan, dan Status Gizi pada Penari Remaja Wanita*. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image, 13*, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Gittens, C. Y. (2012). *A comparative study: Perfectionism in elite ballet dancers and artistic gymnasts*

- (Doctoral dissertation, University of Birmingham).
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: A guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), 486–489. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>
- Jackson, J. (2005). My dance and the ideal body: Looking at ballet practice from the inside out. *Research in Dance Education*, 6(1–2), 25–40. doi: 10.1080/14617890500373089
- Langer, S. K. (1980). *Problematika seni* (F. X. Widaryanto, Penerj.). Bandung: ASTI.
- Lestari, N. R., Nofartika, F., & Widodo, S. T. M. (2022). Body image perception, teman sebaya, dan kebiasaan makan pada remaja putri di Jurusan Seni Tari, SMKI Yogyakarta. *Ilmu Gizi Indonesia*, 5(2), 151–162.
- Lestari, S. W., & Wibowo, D. H. (2023). Apresiasi tubuh dan harga diri pada remaja ditinjau dari keterlibatan dalam seni tari tradisional. *Jurnal Psikologi Sosial dan Budaya*, 5(1), 12–25.
- Lamba, N.T. (2025). Self-Esteem, Body Image, and The Tendency of Body Dysmorphic Disorder (BDD) in Generation Z. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 3(3), 01–07. <https://doi.org/10.61132/observasi.v3i3.1259>
- Manago, A. M., & Vaughn, L. (2015). Social media and development in emerging adulthood. In R. Scott & S. Kosslyn (Eds.), *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0307>
- Maryono, 2012. *Analisa Tari*. Surakarta: ISI Press Solo
- Mohajan, H. K. (2020). Quantitative research: A successful investigation in natural and social sciences. *Journal of economic development, environment and people*, 9(4), 50–79.
- Muharram, R., Zahara, C. I., & Amalia, I. (2023). Hubungan body image dengan kecemasan sosial pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi Terapan*, 3(2), 56–63. <https://doi.org/10.29103/jpt.v3i2.8880>
- Nordin-Bates, S. M., Walker, I. J., & Redding, E. (2011). Classifying perfectionism in dance: Relations with coping, motivating climate, and psychological well-being. *Journal of Dance Medicine & Science*, 15(1), 31–41.
- Penniment, K. J., & Egan, S. J. (2012). Perfectionism and body image dissatisfaction in eating disorders: A comparison of dancers and non-dancers. *Eating Behaviors*, 13(3), 212–217. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2012.02.003>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Putradi, A. W. (2018). Konsumsi media digital oleh generasi digital native di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i1.3654>
- Radell, S. A., dkk. (2014). The Impact of Mirrors on Body Image and Performance in Dance Education. *Journal of Dance Medicine & Science*.
- Restela, R., & Narawati, T. (2017). Tari Rampoe sebagai cerminan karakteristik masyarakat Aceh. *Panggung*, 27(2), 187–200. doi: 10.26742/panggung.v27i2.260
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Shrauger, J. S., & Schohn, M. (1995). Self-confidence in college students: Conceptualization, measurement, and behavioral implications. *Assessment*, 2(3), 255–278.
- Siregar, N. A., & Handayani, A. (2021). Hubungan antara citra tubuh (body image) dengan harga diri (self-esteem) pada penari balet remaja putri. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 10(2), 45–56.
- Syhabuddin, H. (2021). *Estetika Tari Pattu'du Tommuane di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene* (Doctoral dissertation, Fakultas Seni dan Desain).
- Tiggemann, M. (2005). Body image is a forum for social comparison. *Journal of Social and Clinical Psychology*.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, injury, and body image concerns in young female dancers. *Body Image*, 11(3), 230–233. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.03.002>
- Welch, E., Lagerström, M., & Ghaderi, A. (2012). Body Shape Questionnaire: Psychometric properties of

the short version (BSQ-8C) and norms from the general Swedish population. *Body Image*, 9(4), 547–550. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.04.009>

Quested, E., & Duda, J. L. (2011). Antecedents of burnout among elite dancers: A longitudinal test of basic needs theory. *Psychology of Sport and Exercise*, 12(2), 159–167. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2010.09.003>

# ONE DROP STARTS A RIPPLE: A QUASI-EXPERIMENTAL STUDY OF AN ACTS OF KINDNESS INTERVENTION ON FINAL-YEAR STUDENTS' WELL-BEING

Allegra Tayori<sup>1</sup>, Febe Tefila Elyona Penaamadiong<sup>2</sup>, Jocelyn Klementina<sup>3</sup>, Putri Ardhiyyah  
Muammar Ilyas<sup>4</sup>, Chrysan Gomargana<sup>5</sup>  
Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia  
Corresponding e-mail: chrysan.gomargana@uph.edu

## **Abstract**

*This study examines the impact of an "Acts of Kindness" intervention on the well-being of final-year students experiencing academic stress. A total of 39 participants were divided into an experimental group (19 participants) and a comparison group (20 participants). The experimental group engaged in daily acts of kindness for 14 days, while the comparison group completed daily coloring activities. Both groups were assessed for well-being before and after the intervention using the Mental Health Continuum – Short Form (MHC-SF). Within-group analysis showed a significant increase in well-being for the experimental group ( $t = -2.024$ ,  $p = 0.029$ ), while the between-group comparison did not reach statistical significance ( $t = 1.534$ ,  $p = 0.134$ ). Taken together, these findings suggest that acts of kindness may show preliminary potential as a strategy for enhancing well-being among final-year students, but the current study does not provide evidence that this approach is more effective than an alternative active activity such as coloring. Further research with larger samples and longer interventions is needed before any claim of effectiveness can be made.*

**Keywords:** *acts of kindness; final-year students; intervention; prosocial behavior; well-being; quasi-experimental*

**Abstrak** — Penelitian ini menguji dampak intervensi "Acts of Kindness" terhadap kesejahteraan mahasiswa tingkat akhir yang mengalami stres akademik. Sebanyak 39 partisipan dibagi menjadi kelompok eksperimen (19 partisipan) dan kelompok pembandingan (20 partisipan). Kelompok eksperimen melakukan tindakan kebaikan setiap hari selama 14 hari, sementara kelompok pembandingan melakukan kegiatan mewarnai setiap hari. Kesejahteraan diukur sebelum dan sesudah intervensi menggunakan Mental Health Continuum – Short Form (MHC-SF). Hasil analisis intra-kelompok menunjukkan peningkatan signifikan pada kesejahteraan kelompok eksperimen ( $t = -2.024$ ,  $p = 0.029$ ), sedangkan perbandingan antar kelompok tidak menunjukkan perbedaan signifikan ( $t = 1.534$ ,  $p = 0.134$ ). Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa tindakan kebaikan berpotensi sebagai strategi awal untuk meningkatkan kesejahteraan mahasiswa tingkat akhir, namun penelitian ini belum

membuktikan bahwa intervensi ini lebih efektif dibandingkan kegiatan aktif lainnya seperti mewarnai. Penelitian lanjutan dengan ukuran sampel lebih besar dan durasi intervensi lebih panjang diperlukan sebelum klaim efektivitas dapat ditegakkan.

**Kata Kunci:** intervensi; kesejahteraan; mahasiswa tingkat akhir; perilaku prososial; tindakan kebaikan; kuasi-eksperimen

## INTRODUCTION

Final-year university students, typically engaged in undergraduate thesis writing as a requirement for graduation, often face significant academic challenges. These students, who typically spend three to four years in university, encounter various stressors during the thesis process, such as repeated revisions, difficulties in sourcing appropriate references, delayed feedback from academic advisors, limited research time, and the difficulty of accessing supervisors (Cahyani & Akmal, 2017; Wuthrich et al., 2020; Lavoie-Tremblay et al., 2021). In Indonesia, these pressures are compounded by additional factors such as the highly competitive academic environment, familial expectations, and societal pressure to graduate on time, all of which exacerbate stress levels (Ningsih et al., 2025; Sarfika et al., 2025). As a result, many students experience mental health challenges such as anxiety, burnout, and depression. According to research, approximately 45.3% of final-year students in Indonesia experience stress and anxiety during the thesis process (Krisdianto & Mulyati, 2015; Abdullah et al., 2017; Bodys-Cupak et al., 2020).

Increased stress often leads students to procrastinate, avoiding the academic workload and engaging in activities that provide temporary relief, including avoiding their supervisors altogether (Gamayanti et al., 2018). Research by Clemente et al. (2016) found a significant negative relationship between stress and psychological well-being, suggesting that higher well-being is linked to lower levels of stress. This is particularly relevant for Indonesian students, where high academic pressures and the challenges of completing a thesis can contribute to diminishing well-being. Well-being, as defined in positive psychology, encompasses psychological, social, and emotional aspects of an individual's life (Seligman, 2012). According to Seligman (2012), well-being includes five key dimensions: positive emotions, engagement, positive relationships, meaning, and achievement. These elements not only define happiness but also contribute to a deeper sense of fulfillment and life satisfaction (Seligman, 2015; Goodman et al., 2018). In Indonesia, where social connections and community bonds play a central role in an individual's well-being, fostering positive relationships and social engagement are crucial aspects of this model (Ilham et al., 2025; Pohan et al., 2025).

From a theoretical perspective, the link between acts of kindness and well-being can be understood through Fredrickson's (2001) Broaden-and-Build Theory of positive emotions, which

serves as the grand theoretical framework of the present study. According to this theory, positive emotions, such as joy, gratitude, and feelings of connection that arise from helping others, broaden an individual's momentary thought-action repertoire and, over time, build enduring personal resources, including psychological resilience, social bonds, and adaptive coping skills. When applied to acts of kindness, the theory predicts that performing kind acts generates positive affect, which in turn broadens cognitive and behavioral options for managing stress and accumulates lasting psychological, social, and emotional resources. These accumulated resources map directly onto the three dimensions of well-being captured by the Mental Health Continuum-Short Form (Keyes, 2002; Putra, 2023); emotional, social, and psychological well-being and complement Seligman's (2012) PERMA model by specifying the proximate mechanism through which prosocial behavior contributes to flourishing. Broaden-and-Build Theory therefore provides a parsimonious account of how a relatively brief and simple intervention, such as a 14-day acts-of-kindness program, may produce measurable improvements in self-reported well-being.

Acts of kindness, which are prosocial behaviors performed with genuine intent to assist others without expecting personal gain, are deeply embedded in Indonesian culture. From everyday acts of courtesy to communal activities, kindness is a cornerstone of Indonesian social norms. Yet, despite its cultural significance, the true power of kindness is often overlooked, particularly when faced with the mounting pressures of academic life. According to Youngs et al. (2021), acts of kindness can be expressed in two forms: proactivity and social prescriptions. Proactive individuals actively seek opportunities to help others, even when no explicit need is present. Social prescriptions, on the other hand, refer to actions that are guided by societal norms, such as offering a seat to the elderly or holding the door open for others, practices common in Indonesian society.

Aknin et al. (2013) argue that those who regularly engage in acts of kindness tend to experience improved mental and emotional health due to the positive emotions generated by helping others and the enhanced sense of community. Given the cultural emphasis on community in Indonesia, acts of kindness are seen as a means of strengthening social bonds and enhancing collective well-being (Otake et al., 2006; Curry et al., 2018). Despite this, the potential of kindness to alleviate stress and improve mental health is often underestimated. Research by Lyubomirsky et al. (2005) demonstrated that performing five acts of kindness per week over six weeks led to significant improvements in happiness levels. Similarly, Aknin et al. (2013) and Curry et al. (2018) found that providing social support through acts of kindness was linked to enhanced emotional well-being, while Otake et al. (2006) showed that such acts could reduce stress and increase happiness. These findings highlight the transformative role acts of kindness can play in enhancing well-being.

Other interventions aimed at enhancing well-being have also been studied. One such intervention, explored by Palmer-Cooper et al. (2024), tested the effects of a self-guided coloring activity over two weeks on well-being, mental health, and mindfulness in university students. The results showed significant improvements in these aspects. However, the researchers emphasized that coloring may not be a universal solution for enhancing well-being, as not all participants were equally engaged. This suggests that maintaining well-being practices requires personal commitment, social support, and a conducive environment. For long-lasting benefits, individuals need sufficient resources and opportunities to continue engaging in these practices.

Despite a growing body of work on acts of kindness and well-being, several research gaps remain. First, most experimental studies of kindness-based interventions have been conducted in Western contexts, and relatively little evidence is available from Southeast Asian, and particularly Indonesian, samples a setting in which prosocial behavior is embedded in everyday social norms and may interact with cultural expectations in distinctive ways. Second, although academic stress in final-year students has been extensively documented, there is limited experimental research that directly tests well-being interventions in this specific population during the thesis-writing period. Third, prior studies have rarely compared kindness-based interventions to other active well-being activities that share surface features (e.g., daily routine, low effort, short duration); without such a comparison, it is difficult to determine whether observed improvements are specific to acts of kindness or reflect more general effects of structured daily activity. The present study addresses these gaps by testing an acts-of-kindness intervention against a comparison activity (coloring) in a sample of Indonesian final-year students.

The high stress levels among Indonesian final-year students, particularly during thesis writing, highlight the need for effective interventions to enhance their well-being. Academic stress not only hinders timely thesis completion but also significantly affects psychological well-being. Previous studies, such as those by Clemente et al. (2016), show a negative correlation between stress and well-being, indicating that as stress levels increase, well-being decreases. Observations in Indonesian universities show that many final-year students avoid their thesis work and advisors as a coping strategy, which could exacerbate their mental health challenges (Gamayanti et al., 2018). If left unaddressed, these issues could escalate into more serious conditions, such as depression. Therefore, experimental research is needed to evaluate the effectiveness of various coping strategies that reduce stress and improve the well-being of final-year students.

The hypothesis of this study is that an "Acts of Kindness" intervention can improve the well-being of final-year students and may yield greater improvements than a comparison activity (coloring). This research aims to assess the preliminary effectiveness of the "Acts of Kindness" intervention in

enhancing well-being among students working on their undergraduate thesis. The primary focus is to determine whether this intervention helps students manage stress in a more adaptive manner, ultimately contributing to an improvement in their overall well-being. The findings are expected to provide practical recommendations for final-year students, particularly in Indonesian universities, to adopt adaptive coping strategies. Furthermore, this study will contribute to a deeper understanding of how acts of kindness can influence individual well-being, offering valuable insights for developing psychological intervention programs aimed at improving societal well-being. This research also seeks to enrich positive psychology theory by integrating Broaden-and-Build Theory and the PERMA model with empirical evidence from an Indonesian sample and expanding our understanding of the factors contributing to individual well-being and providing empirical evidence for future research in this field.

## METHOD

### *Participants*

The study involved 39 final-year students from University A, divided into two groups: 19 students in the experimental group and 20 students in the comparison group. Participants were selected using convenience sampling, a method that involves choosing participants who are easily accessible and willing to participate in the study. As noted by Golzar et al. (2022), convenience sampling involves gathering data from a group of individuals that can be reached with minimal effort.

A priori power analysis was not feasible prior to data collection due to the practical constraints of recruiting final-year students during the thesis-writing period; participation depended on students' availability and willingness during a high-stress academic window. To assess the adequacy of the sample achieved, a post-hoc sensitivity analysis was conducted using G\*Power (Faul et al., 2007). With the final sample size of  $N = 39$ ,  $\alpha = .05$ , and  $\text{power} = .80$ , the minimum detectable effect size for an independent-samples t-test is approximately Cohen's  $d = 0.92$ , indicating that the study was adequately powered to detect large between-group effects but underpowered to detect small-to-moderate effects (Brysbaert, 2019). This limitation is revisited in the Limitations section.

### *Design*

This research utilized a quasi-experimental design with a non-randomized pretest-posttest control-group format with a comparison condition, involving two groups. In this design, no randomization was performed for the experimental and comparison groups. Both groups were given a pretest before the intervention and a post test following the treatment (Seniati et al., 2009).

Group assignments were determined by participant availability and class schedules rather than by random allocation. Specifically, students who indicated interest in participating were assigned to the

experimental or comparison condition based on the time slots in which they were available to attend briefing and follow-up sessions; researchers were blind to participant pretest scores at the time of assignment. Because allocation was not random, the possibility of selection bias cannot be ruled out. To partially address this, a baseline equivalence check (independent-samples comparison of demographic variables and pretest well-being scores) was conducted prior to the primary analyses (see Results). The implications of this design choice are discussed in the Limitations section.

### ***Procedure***

Participants were divided into two groups: the experimental group and the comparison group. Both groups were briefed on their tasks and completed a pretest measuring their well-being at different locations but at the same time. The comparison group, consisting of 20 participants, engaged in a 14-day coloring activity, was selected as a comparison condition because it is a low-effort, time-matched activity that has demonstrated positive effects on mental health and mindfulness in university students (Palmer-Cooper et al., 2024). Coloring therefore controls the effects of engaging in any structured daily activity, allowing a more conservative test of whether acts of kindness offer specific benefits beyond a general engagement effect.

Meanwhile, the experimental group was instructed to perform daily acts of kindness for 14 days. Each participant in the experimental group was required to carry out at least one act of kindness daily, with a minimum of two acts per day: one proactive and one following social prescription. No maximum limit for acts of kindness was set. Participants were encouraged to balance proactive and social prescription behaviors. They recorded their actions and reflections in an observation sheet provided by the researchers. At the end of the intervention, both groups completed a posttest to measure their well-being again.

To monitor adherence and improve the accuracy of self-report, several procedural safeguards were used. First, participants in both groups submitted a photograph or scan of their completed daily observation/coloring sheet at the end of each day via a dedicated secure messaging channel. Second, the research team reviewed all submitted entries weekly. When entries in the experimental group described behaviors that did not clearly meet the predefined criteria for an act of kindness (e.g., the act was undertaken with an expectation of reciprocation), the participant was contacted privately for clarification, and the entry was recorded or excluded accordingly. Across the 14-day intervention, 30 entries were excluded on this basis (see Results). Third, participants were reminded at the briefing session that honest reporting, including reporting days on which no acts had been performed, was more important than producing complete logs. Despite these safeguards, the procedure remains self-report based, and the residual potential for over- or under-reporting is acknowledged in the Limitations.

### ***Instruments***

As part of the non-randomized pretest-posttest control-group design, the study employed the Mental Health Continuum-Short Form (MHC-SF) to measure well-being. This 14-item questionnaire was used for both the experimental and comparison groups. The MHC-SF was initially developed by Keyes et al. (2008) and later adapted into Indonesian by Putra (2023). The Indonesian version of the MHC-SF has a Content Validity Index (CVI) above 0.78, an S-CVI/UA above 0.90, and a Cronbach's alpha above 0.70, indicating that the instrument is both valid and reliable. In the present sample, the MHC-SF showed acceptable internal consistency, with Cronbach's alpha of 0.78 at pretest and 0.76 at posttest.

Additionally, the researchers used an Acts of Kindness observation sheet to measure the number of kind acts performed by participants each day. This sheet was designed as a self-report tool, with each participant recording their acts of kindness for 14 consecutive days. To maintain internal validity, the researchers provided the comparison group with a comparison task, requiring them to complete a daily coloring activity.

### ***Analysis Techniques***

Statistical analysis was conducted in two stages. First, baseline equivalence between the two groups was assessed using independent-samples t-tests on age and pretest well-being scores, and a chi-square test on gender. Second, the primary analyses comprised a 2 (Group: experimental, comparison)  $\times$  2 (Time: pretest, posttest) mixed-design ANOVA on well-being scores. The Group  $\times$  Time interaction served as the primary test of differential change. As a robustness check, an ANCOVA was conducted on posttest scores with pretest scores entered as a covariate. For transparency and to facilitate comparison with prior literature, the original within-group paired t-tests and the independent-samples t-test on posttest scores are also reported. All statistical analyses were carried out using the JASP program. The Shapiro-Wilk test was used to assess data normality, and Levene's test was conducted to assess homogeneity of variance.

## **RESULTS**

### ***Demographic Data***

The 39 participants were distributed across the two groups as shown in Table 1. The combined table presents demographic characteristics for both groups side by side to facilitate baseline comparison.

**Table 1. Demographic data of the experimental and comparison group**

<b>Demographic data of the experimental group (N = 19)</b>		
Demographic Factors	M (SD)	Range
Age	20.52 (0.61)	20-22
	N	%
Gender		
Male	5	26.3%
Female	14	73.7%
N = 20		
<b>Demographic data of the comparison group (N = 20)</b>		
Demographic Factors	M (SD)	Range
Age	21.1 (1.65)	19-25
	N	%
Gender		
Male	6	30%
Female	14	70%

### **Baseline Equivalence**

Before testing the primary hypothesis, the two groups were compared on baseline characteristics to assess equivalence. An independent samples test revealed no significant difference in age between the experimental ( $M = 20.52$ ,  $SD = 0.61$ ) and comparison group ( $M = 21.10$ ,  $SD = 1.65$ ),  $t(37) = 1.44$ ,  $p = .158$ . A chi-square test showed no significant association between group and gender,  $\chi^2(1) = 0.07$ ,  $p = .795$ . Most importantly, the two groups did not differ significantly on pretest well-being scores (experimental:  $M = 41.84$ ,  $SD = 8.92$ ; comparison:  $M = 40.65$ ,  $SD = 9.43$ ),  $t(37) = 0.41$ ,  $p = .686$ . Together, these results suggest that the two groups were comparable at baseline on demographic characteristics and on the primary outcome variable, supporting the validity of subsequent group comparisons.

### **Acts of Kindness Behavior**

During the 14-day intervention, participants in the experimental group completed a total of 617 acts of kindness, with 30 behaviors not meeting the predefined criteria for acts of kindness. Of the total, 339 acts were proactive, with the most frequent behavior being "Encouraging friends" ( $N = 77$ ). The remaining 279 acts were classified as social prescriptions, with "Holding the door/lift for others" being the most common behavior ( $N = 115$ ). These results indicate that proactive acts of kindness were more commonly performed, with a wide variety of behaviors involved.

**Table 2. Descriptive Data of Acts of Kindness Behavior over 2 Weeks**

Proactivity	Frequency	Social Prescription	Frequency
Encouraging friends	77	Holding the door/elevator for friends/people around to pass	115
Doing tasks/responsibilities for friends/people around	59	Helping parents with housework	45
Giving gifts	46	Greeting friends/people around	30
Taking and bringing items for friends/family/people around	29	Giving way to parents/pregnant women/children/people around	28
Complimenting friends/family/people around	23	Listening to friends/parents/people around's stories	26
Tidying up belongings of friends/people around	16	Saying thank you to friends/family/people around	16
Greeting/asking how friends are	13	Doing religious service job description*	10
Teaching friends/parents	12	Giving directions	7
Giving charity	12	Accompanying parents/spouse	6
Giving food to stray cats	6	Saying excuse me to people around*	4
Saying happy birthday	6	Following directions from parents/people around*	4
Praying for friends	6	Saying goodbye to parents/people around*	3
Cooking for friends/family	4	Helping parents to carry items	2
Inviting friends to join positive activities	4	Queueing*	2
Helping others to shelter from the rain	3	Sharing educational information	2
Reminding friends to do tasks/class schedule	2	Respecting those who are fasting*	1
Lending items to others	2	Helping others to cross the road	1
Finishing friends/family's food	2	Opening car doors for others	1
Accompanying friends	2		
Offering food to others	2		
Distributing news on local disaster	2		
Taking friends home	2		
Asking friends to meet up	2		
Keeping an eye on others' belongings	1		
Helping others to get a job	1		
Offering suggestions to friends	1		
Offering seats to people around	1		
Wishing others well	1		
Praying for others' safety	1		
Letting others know their mistakes	1		
<b>Total Behaviors</b>	<b>339</b>		<b>309</b>
		<b>647</b>	
<b>Total Acts of Kindness</b>	<b>339</b>		<b>279</b>
		<b>617</b>	

Total acts of kindness: 617 (proactive: 339; social prescription: 279); plus 30 entries not meeting the predefined criteria, which were excluded after researcher review.

### ***Within-Group Analyses***

Normality of pre–post differences was assessed with the Shapiro-Wilk test. For the experimental group, the pre–post difference scores were normally distributed ( $p = 0.838$ ). A dependent sample t-test revealed a significant improvement in well-being scores from pretest to posttest,  $t = -2.024$ ,  $p = 0.029$ , Cohen's  $d = -0.464$  ( $SE = 0.150$ ), indicating a moderate-sized within-group increase. For the comparison group, pre–post difference scores were also normally distributed ( $p = 0.592$ ). The dependent samples t-test revealed no significant change in well-being from pretest to posttest,  $t = -1.255$ ,  $p = 0.112$ , Cohen's  $d = -0.281$  ( $SE = 0.217$ ), reflecting a small, non-significant within-group change.

### ***Between-Group Comparison***

Assumption checks for the posttest between-group analysis indicated that posttest scores were normally distributed for both the experimental group ( $p = 0.070$ ) and the comparison group ( $p = 0.883$ ), and that variances were homogeneous (Levene's  $p = 0.430$ ). An independent-samples t-test on posttest well-being scores showed no significant difference between groups,  $t(37) = 1.534$ ,  $p = 0.134$ , Cohen's  $d = 0.491$  ( $SE = 0.330$ ), reflecting a moderate but non-significant effect.

### ***Mixed ANOVA and ANCOVA (Primary Analyses)***

A 2 (Group: experimental, active comparison)  $\times$  2 (Time: pretest, posttest) mixed-design ANOVA was conducted on well-being scores to provide a more comprehensive test of differential change across the intervention period. The main effect of Time was significant,  $F(1, 37) = 5.46$ ,  $p = .025$ ,  $\eta^2p = .128$ , indicating an overall change in well-being from pretest to posttest. The main effect of Group was not significant,  $F(1, 37) = 1.06$ ,  $p = .310$ ,  $\eta^2p = .028$ . The Group  $\times$  Time interaction, which constitutes the primary test of differential intervention effects, was not significant,  $F(1, 37) = 0.33$ ,  $p = .569$ ,  $\eta^2p = .009$ . As a robustness check, an ANCOVA was performed on posttest scores with pretest scores entered as a covariate; this analysis did not support a significant between-group difference,  $F(1, 36) = 2.18$ ,  $p = .148$ ,  $\eta^2p = .057$ . Together, these results indicate that both groups showed measurable change in well-being across the intervention period, but the change did not differ significantly between the two groups. This pattern aligns with the non-significant between-group posttest comparison and supports a cautious, preliminary interpretation of the intervention's effects.

## **DISCUSSION**

### ***Acts of Kindness as a Pathway to Enhanced Well-being***

The findings of this study indicate that acts of kindness were associated with an improvement in the well-being of final-year students within the experimental group, although the between-group comparison did not reach statistical significance. The significant result obtained from the dependent-

samples t-test between the pretest and posttest scores of the experimental group demonstrates that acts of kindness had a positive within-group effect on participants' well-being. Because the between-group comparison was non-significant, however, this improvement should not be interpreted as evidence that acts of kindness are more effective than the comparison activity; rather, it indicates that participants who engaged in kindness intervention showed measurable gains over the 14-day period. This improvement may be attributed to the positive emotional experiences generated through performing kind acts, which in turn contribute to enhanced psychological well-being.

This pattern is consistent with Fredrickson's (2001) Broaden-and-Build Theory, which provides a parsimonious mechanism for the observed within-group improvement. Performing daily acts of kindness is likely to elicit positive emotions (e.g., joy, gratitude, social connection), which in turn broaden participants' thought-action repertoires and, over time, build durable psychological, social, and emotional resources. Within the context of the MHC-SF, these three resource domains map directly onto the instrument's three subscales, offering a coherent theoretical explanation for why a brief, low-intensity intervention can produce measurable changes on this outcome measure. The framework also helps explain why the same instrument is sensitive to a coloring activity which may evoke its own positive emotional states through aesthetic engagement and mindful focus (Palmer-Cooper et al., 2024) and therefore why the two interventions may yield comparable benefits even if their proximal mechanisms differ.

Ko et al. (2019) found that acts of kindness can increase positive affect, reduce negative affect, and enhance life satisfaction. Similarly, Nelson et al. (2016) and Curry et al. (2018) explained that engaging in kind behavior toward others can evoke feelings of happiness, satisfaction, and love, all of which may strengthen overall well-being and improve social relationships.

The present finding is also consistent with previous studies examining the association between acts of kindness and well-being. Lyubomirsky et al. (2005), for example, reported that individuals who performed five acts of kindness per week for six weeks experienced significant improvements in emotional well-being. Such acts may take many forms, including offering social support to others (Aknin et al., 2013). Therefore, the present study extends existing evidence by showing that the within-group benefits of acts of kindness can also be observed among final-year students who are coping with academic demands.

Within the context of final-year students, the positive experiences gained from helping others may function as an adaptive coping strategy amid academic stress. Cash et al. (2024) argued that small, routine prosocial actions can improve well-being even during difficult life periods. By engaging in kind acts, individuals may experience positive emotions that help them respond to stress in a more

constructive and adaptive manner. This is especially relevant for final-year students, who often encounter substantial academic pressure during the thesis-writing process.

### ***Effect Size and Its Practical Implications***

The within-group effect size observed in this study was moderate (Cohen's  $d = -0.464$ ), indicating that the intervention had a meaningful, although not large, impact on well-being within the experimental group. According to Cohen's (1962) guidelines, an effect size of 0.2 is considered small, 0.5 medium, and 0.8 large. Thus, the present effect size suggests practical relevance, meaning that the intervention produced beneficial changes in well-being even if the magnitude of change was not particularly strong. Given the absence of a significant between-group difference, however, this practical relevance should be interpreted cautiously and not as evidence that acts of kindness outperform other active well-being activities.

One possible explanation for this moderate effect size lies in the duration of the intervention. Lally et al. (2010) reported that the time required for individuals to develop automaticity in a behavior may range from 18 to 254 days. Automaticity refers to the capacity to perform a behavior with minimal conscious effort. Given that the present intervention lasted only 14 days, it is possible that participants had not yet engaged in acts of kindness long enough for the behavior to become habitual. As a result, the relatively short intervention period may have limited the strength of its impact. Future studies should therefore consider extending the duration of the intervention to determine whether longer engagement in acts of kindness leads to greater improvements in well-being.

### ***Simplicity and the Often-Overlooked Impact of Acts of Kindness***

Acts of kindness are often manifested in the simplest forms of everyday life, such as expressing gratitude, offering praise, or holding lifts and doors for strangers. Prior research by Kumar and Epley (2023) showed that even simple acts of kindness generate greater positive effects for recipients than givers typically expect. Their study further found that individuals who perform kind acts tend to underestimate the significance of their behavior, often perceiving their actions as less meaningful than recipients actually experience them. These findings suggest that the impact of everyday kindness is frequently overlooked, despite its potential psychological value.

Consistent with these findings, the present study showed that acts of kindness were associated with within-group improvements in well-being among final-year students, with a medium effect size ( $t = -2.024$ ,  $p = 0.029$ ,  $d = -0.464$ ). This result reinforces the view that kindness is a meaningful yet often neglected variable in psychological research. In principle, most individuals have the capacity to engage in kind behavior; however, because such actions are simple and ordinary, their importance is often underestimated in both practice and scholarship (Lomas & VanderWeele, 2026). Accordingly, this study

contributes to the early evidence base by suggesting that even small acts of kindness may hold meaningful value in improving psychological well-being, not only for individuals but also for the wider community.

### ***Why Was There No Significant Difference Between Acts of Kindness and Coloring?***

This study partially replicated previous findings showing that acts of kindness are associated with improvements in well-being (Lyubomirsky et al., 2005; Otake et al., 2006; Aknin et al., 2013; Curry et al., 2018). At the same time, the study introduced an comparison condition in which participants engaged in a daily coloring activity for 14 days. However, the between-group comparison revealed no significant difference in posttest well-being scores between the experimental and comparison groups ( $p = 0.134$ ). Several explanations may account for this result.

First, the relatively short duration of the intervention may have contributed to the absence of a significant between-group difference. Binfet and Whitehead (2019) suggested that kindness-based interventions may produce stronger effects when implemented over a longer period. Similarly, Palmer-Cooper et al. (2024) found that coloring may contribute to improved mental health when practiced consistently over at least two weeks. Therefore, although acts of kindness were associated with within-group improvements, the short intervention duration may not have been sufficient to produce a clear advantage over the comparison conditions.

Second, both interventions may have provided comparable psychological benefits, albeit through different mechanisms. Acts of kindness may enhance well-being by fostering prosocial engagement, strengthening social connection, and eliciting positive emotions (Lyubomirsky et al., 2005; Aknin et al., 2013; Otake et al., 2006). In contrast, coloring may promote relaxation, reduce stress, and facilitate mindfulness (Palmer-Cooper et al., 2024). From a Broaden-and-Build perspective, both activities can generate positive emotions that broaden cognitive-behavioral repertoires and build psychological resources, even though the proximate trigger differs (social/prosocial engagement vs. aesthetic/mindful engagement).

Although these two interventions differ in nature, both may have supported mental health in meaningful ways. This overlap in benefits may partly explain why no statistically significant difference was found between the two groups at posttest. This pattern also has practical implications: rather than viewing acts of kindness and coloring as competing interventions, both may be viable, low-cost activities that students can incorporate into their daily routines during periods of academic stress.

### ***Limitations and Future Directions***

Several limitations of this study should be acknowledged. First, the use of convenience sampling limits the generalizability of the findings. Because participants were recruited based on accessibility and

willingness to participate, the results may not fully represent the broader population of final-year students. Future research should involve more diverse samples drawn from different academic disciplines and institutions in order to improve external validity.

Second, the modest sample size ( $N = 39$ ) limited statistical power. As indicated by the post-hoc sensitivity analysis, the study was adequately powered to detect only large between-group effects ( $d \geq 0.92$ ), which may partially explain the non-significant between-group result. Future research should incorporate priori power analysis and recruit larger samples to enable detection of small-to-moderate effects.

Third, the non-randomized assignment of participants to conditions raises the possibility of selection bias. Although the baseline equivalence check did not reveal significant pre-existing differences between groups, unmeasured confounds cannot be ruled out. Future studies should employ randomized allocation where feasible, or stratified matching when randomization is not possible.

Fourth, the duration of the intervention was relatively short. As noted earlier, a 14-day period may not have been sufficient for participants to fully internalize acts of kindness as habitual behavior or to experience stronger long-term psychological benefits. Future studies should therefore test longer intervention periods to examine whether the effects become more pronounced over time.

Fifth, the use of self-report observation sheets may have introduced bias. Participants may have overreported their kind acts, misunderstood some behavioral categories, or varied in how consistently they completed the observations and reflections. Although the present study employed daily submission and weekly review of entries to monitor compliance, residual reporting bias cannot be ruled out. Future research may benefit from including additional measures, such as behavioral verification, observer ratings, or qualitative interviews, to provide a more comprehensive understanding of participants' experiences.

Finally, future studies may explore the psychological mechanisms underlying the relationship between acts of kindness and well-being. Variables such as positive affect, social connectedness, meaning in life, and adaptive coping may help explain how and why kindness-based interventions produce beneficial outcomes. A mixed-methods design may also be useful in capturing the subjective experience of participants and providing richer insight into the process of psychological change during the intervention.

## CONCLUSION

In conclusion, this study provides preliminary evidence that an acts-of-kindness intervention may be associated with improvements in the well-being of final-year students, as indicated by a significant within-group increase in MHC-SF scores. However, because the between-group comparison

did not reach statistical significance, the present findings do not support the stronger claim that acts of kindness are more effective than an alternative active well-being activity such as coloring. The results should therefore be interpreted as indicating potential, rather than confirmed, benefits.

The findings nonetheless suggest that simple, everyday acts of kindness may serve as one promising coping strategy among several that students can draw on while managing academic stress, particularly during the thesis-writing period. Although the within-group effect size was moderate, the absence of a significant between-group difference indicates that further research is needed before any firm claim of effectiveness can be made. Future studies with larger samples, randomized allocation, and longer intervention periods are recommended to test more rigorously whether acts of kindness offer benefits beyond those of other structured daily activities, and to clarify the conditions under which kindness-based interventions may be most effective.

## REFERENCES

- Aknin, L. B., Hamlin, J. K., & Dunn, E. W. (2013). Giving leads to happiness in young children. *PLOS ONE*, 8(5), e55776. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0039211>
- Abdullah, S. A., Sarirah, T., & Lestari, S. (2017). Peran Perfeksionisme terhadap Strategi Coping pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *MEDIAPSI*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2017.003.01.2>
- Binfet, J.-T., & Whitehead, J. (2019). The Effect of Engagement in a Kindness Intervention on Adolescents' Well-Being: A Randomized Controlled Trial. *International Journal of Emotional Education*, 11(2), 33–49.
- Bodys-Cupak, I., Ściło, L., & Kózka, M. (2022). Psychosocial determinants of stress perceived among Polish nursing students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3410. <https://doi.org/10.3390/ijerph19063410>
- Brysbaert, M. (2019). How Many Participants Do We Have to Include in Properly Powered Experiments? *Journal of Cognition*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.5334/joc.72>
- Cahyani, Y. E., & Akmal, S. Z. (2017). Peranan spiritualitas terhadap resiliensi pada mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. *Psikoislamedia*, 2(1), 32–41.
- Cash, T. A., Aknin, L. B., & Girme, Y. U. (2024). Everyday acts of kindness predict greater well-being during the transition to university. *Social and Personal Psychology Compass*, 18(6). <https://doi.org/10.1111/spc3.12972>
- Clemente, M., & Hezomi, H. (2016). Stress and Psychological Well-being. *Journal of Child and Adolescent Behaviour*, 4(1), 1–5.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65(3), 145–153.
- Curry, O. S., Rowland, L. A., Van Lissa, C. J., Zlotowitz, S., McAlaney, J., & Whitehouse, H. (2018). Happy to help? A systematic review and meta-analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 76, 320–329. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2018.02.014>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program. *Behavior Research Methods*, 39, 175–191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The Broaden-and-Build

- Theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218–226.  
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Gamayanti, W., Mahardianisa, M., & Syafei, I. (2018). Self Disclosure dan Tingkat Stres pada Mahasiswa yang sedang Mengerjakan Skripsi. *Psymphatic*, 5(1), 115–130.
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience sampling. *International Journal of Education & Language Studies*, 1(2).
- Goodman, F. R., Doorley, J. D., & Kashdan, T. B. (2018). Well-being and psychopathology. *Handbook of well-being*, 1–25.
- Ilham, M., Abdillah, R., & Ariyadi, A. (2025). Social Interaction as a Determinant of Social Psychological Well-Being. *Journal Social Humanity Perspective*, 3(1), 16–27.
- 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.
- Ko, K., Margolis, S., Revord, J., & Lyubomirsky, S. (2019). Comparing the Effects of Performing and Recalling Acts of Kindness. *Journal of Positive Psychology*, 16(1), 73–81.
- Krisdianto, M. A., & Mulyanti, M. (2016). Mekanisme Koping dengan Tingkat Depresi pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Ners dan Kebidanan Indonesia*, 3(2), 71–76.
- Kumar, A., & Epley, N. (2023). A little good goes an unexpectedly long way. *Journal of Experimental Psychology: General*, 152(1), 236–252.
- Lally, P., van Jaarsveld, C. H. M., Potts, H. W. W., & Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. *European Journal of Social Psychology*, 40(6), 998–1009.
- Lavoie-Tremblay, M., Sanzone, L., Aubé, T., & Paquet, M. (2022). Sources of stress and coping strategies among undergraduate nursing students. *Canadian Journal of Nursing Research*, 54(3), 261–271.
- Lomas, T., & VanderWeele, T. J. (2026). Contributions towards a positive epidemiology of compassion. *International Journal of Wellbeing*, 16(2).
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., & Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111–131.
- Nelson, S. K., Layous, K., Cole, S. W., & Lyubomirsky, S. (2016). Do unto others or treat yourself? *Emotion*, 16(6), 850–861.
- Ningsih, E., Marwa, M., & Marissa, D. N. (2025). Academic achievement students' experience in facing social pressure. *ICEI*, 2(1), 119–123.
- Otake, K., Shimai, S., Tanaka-Matsumi, J., Otsui, K., & Fredrickson, B. L. (2006). Happy people become happier by being kinder. *Journal of Happiness Studies*, 7(3), 271–292.
- Palmer-Cooper, E. C., Seneviratne, R., & Woodford, E. (2024). Can self-guided colouring improve university student wellbeing, mental health, and mindfulness? *Arts & Health*, 1–14.
- Putra, R. F. N. P. (2023). Adaptasi Mental Health Continuum – Short Form Bahasa Indonesia. *Psychocentrum Review*, 5(2), 86–96.
- Sarfika, R., Azzahra, W., Ananda, Y., Saifudin, I. M. M. Y., & Abdullah, K. L. (2025). Academic burnout among nursing students. *Teaching and Learning in Nursing*, 20(3), 253–260.
- Seligman, M. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Seligman, M. (2015). *Evidence-based approaches in positive education*. Springer.
- Seniati, L., Yulianto, A., & Setiadi, B. N. (2009). *Psikologi eksperimen*. Indeks.
- Wuthrich, V. M., Jagiello, T., & Azzi, V. (2020). Academic stress in the final years of school. *Child Psychiatry & Human Development*, 51(6), 986–1015.
- Youngs, D. E., Yaneva, M. A., & Canter, D. V. (2021). Development of a measure of kindness. *Current Psychology*, 42, 5428–5440.

# Hubungan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Self-Gifting Pada Perempuan Generasi Z

Valencia Kelly Felia<sup>1</sup>, Teguh Lesmana<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Correspondence email: teguh.lesmana@uph.edu

## **Abstract**

*This study aims to examine the relationship between social media use and self-gifting behaviour among Generation Z women in Indonesia. The respondents consisted of 157 women aged 18–28 years who actively used social media for at least three hours per day and had made online purchases for themselves within the past six months. The sampling technique used was purposive sampling. The instruments employed were the Social Media Use Scale and the Self-Gifting Consumer Behaviour Scale. Data were analyzed using Spearman's correlation, resulting in a significance value of  $< .001$  and a correlation coefficient of  $\rho = 0.651$ . The findings indicate a significant positive relationship between social media use and self-gifting consumption behaviour among Generation Z women. These findings have implications for Generation Z women to increase self-awareness in managing social media use in order to make more mindful and responsible consumption decisions.*

**Keywords:** consumption behavior; generation Z; self-gifting; social media use

**Abstrak** — Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku self-gifting pada perempuan Generasi Z di Indonesia. Responden pada penelitian ini berjumlah 157 orang perempuan berusia 18–28 tahun yang aktif menggunakan media sosial minimal tiga jam per hari dan pernah melakukan pembelian online untuk diri sendiri dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Alat ukur yang digunakan adalah *Social Media Use Scale* dan *Self-Gifting Consumer Behaviour Scale*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik korelasi Spearman dengan nilai  $\text{sig} < .001$  dan koefisien korelasi sebesar  $\rho = 0.651$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi self-gifting pada perempuan Generasi Z. Hasil penelitian ini memiliki implikasi bagi perempuan Generasi Z untuk meningkatkan kesadaran diri dalam mengelola penggunaan media sosial agar dapat membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana.

**Kata Kunci:** generasi Z; penggunaan media sosial; perilaku konsumsi; self-gifting

## PENDAHULUAN

Salah satu fenomena perilaku konsumsi yang berkembang di kalangan perempuan Generasi Z adalah *self-gifting*. *Self-gifting* diartikan sebagai tindakan membeli barang untuk diri sendiri sebagai bentuk penghargaan, perayaan, atau kompensasi emosional (Mick & DeMoss, 1990). Media sosial berperan besar dalam memperkuat perilaku ini melalui paparan terhadap tren gaya hidup dan konten *self-care*. Menurut Ismania (2023), *self-gifting* juga dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi diri (*self-communication*) yang ditujukan kepada diri sendiri, menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan identitas dan penghargaan pribadi melalui konsumsi.

Ketika seseorang menggunakan media sosial untuk mencari hiburan setelah mengalami kelelahan emosional, konten-konten yang bersifat persuasif seperti rekomendasi skincare, fashion haul, atau live selling dapat memunculkan keinginan untuk membeli sesuatu sebagai bentuk penguatan diri (*self-reward*). Pola ini sejalan dengan model *self-contracts* (Mick & DeMoss, 1990), yakni ketika individu merasa “pantas” mendapatkan hadiah atas upaya atau kondisi emosional tertentu. Dalam konteks ini, konsumsi bukan lagi semata aktivitas ekonomi, tetapi juga mekanisme regulasi diri yang dipengaruhi oleh lingkungan digital.

Beberapa penelitian telah membahas konsekuensi psikologis dari perilaku *self-gifting*. Atalay dan Meloy (2011) menemukan bahwa sekitar 62% individu melakukan pembelian dengan tujuan memperbaiki suasana hati, sementara 28% lainnya membeli hadiah untuk diri sendiri. Mardiani dan Imanuel (2013) menegaskan bahwa opini, ulasan, dan representasi gaya hidup di media sosial seringkali mendorong keputusan konsumsi yang tidak selalu rasional atau sesuai dengan kebutuhan pribadi. Di sisi lain, penelitian Astous dan Klouz (2021) menunjukkan bahwa *self-gifting* yang dilakukan secara berulang dapat meningkatkan kecenderungan materialisme dan berdampak negatif terhadap kepuasan hidup jangka panjang. Dengan kata lain, meskipun *self-gifting* dapat memberikan kepuasan emosional sesaat, kebiasaan ini juga berpotensi menimbulkan ketergantungan terhadap pembelian sebagai sumber kebahagiaan (Astous & Klouz, 2021).

Media sosial kini menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari keseharian masyarakat modern. Menurut *Data Reportal* (2025), per Januari 2025 terdapat sekitar 143 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, yang mewakili 50,2% dari total populasi sebesar 285 juta jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk berkomunikasi, mencari informasi, sekaligus menjalankan aktivitas ekonomi secara digital.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory* oleh Katz, dan koleganya (1974), individu secara aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, interaksi sosial, atau pencarian informasi. Seiring meningkatnya penggunaan media sosial, terjadi perubahan

fungsi yang semakin kompleks. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi platform yang mempengaruhi aspek psikologis dan perilaku individu, termasuk perilaku konsumsi.

Menurut Mangold dan Faulds (2009), media sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen sejak tahap pencarian informasi hingga pengambilan keputusan pembelian. Penelitian Goncavez dan koleganya (2024) juga mengungkapkan bahwa media sosial semakin dianggap sebagai sumber informasi yang kredibel dan berpengaruh dalam membentuk keputusan konsumen. Beragam platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook kini berfungsi sebagai media pemasaran digital yang memperkenalkan tren dan promosi produk. *Survei Brand and Marketing Institute* (BMI) menunjukkan bahwa 80% konsumen Indonesia mengakui media sosial sangat mempengaruhi pilihan produk mereka (Suandy, 2017). Laporan Nielsen Indonesia (Wafa, 2025) juga menegaskan bahwa pemakaian internet yang meningkat turut mendorong pertumbuhan kebiasaan belanja online di kalangan masyarakat.

Dalam konteks pengguna media sosial, Generasi Z menjadi kelompok yang sangat relevan untuk diperhatikan. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z merupakan kelompok dengan tingkat ketergantungan digital tertinggi dibandingkan generasi lainnya, terutama dalam penggunaan media sosial dan aktivitas konsumsi berbasis internet (Adiarsi *et al.*, 2024). Generasi Z merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019) dan dikenal sebagai digital natives, yaitu mereka yang sejak kecil telah terbiasa dengan teknologi digital dan akses internet (Prensky, 2001). Berdasarkan laporan *We Are Social* (2022), sekitar 97% Generasi Z di Indonesia menggunakan media sosial setiap hari dengan rata-rata durasi lebih dari tiga jam per hari. Paparan yang tinggi terhadap media sosial menjadikan kelompok ini lebih rentan terhadap pengaruh konten digital, termasuk dalam hal gaya hidup dan perilaku konsumsi. Pohan dan Nasution (2025) menyatakan bahwa Generasi Z merupakan kelompok paling dominan dalam pertumbuhan konsumsi *online*, terutama pada kategori *fashion, beauty, dan lifestyle*.

Selain faktor generasi, perbedaan jenis kelamin juga memainkan peranan penting dalam perilaku konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih banyak melakukan pembelian dibandingkan laki-laki, terutama dalam kategori produk fashion, kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari (Nielsen, 2019). Laporan *Global Web Index* (2020) mengungkapkan bahwa 74% perempuan melakukan belanja online setidaknya sekali dalam sebulan, lebih tinggi dibandingkan 62% pada laki-laki. Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan lebih aktif dalam aktivitas ekonomi digital dan lebih mudah terpengaruh oleh konten promosi di media sosial dalam mengambil keputusan pembelian.

Salah satu fenomena perilaku konsumsi yang berkembang di kalangan perempuan Generasi Z adalah *self-gifting*. *Self-gifting* diartikan sebagai tindakan membeli barang untuk diri sendiri sebagai

bentuk penghargaan, perayaan, atau kompensasi emosional (Mick & DeMoss, 1990). Media sosial berperan besar dalam memperkuat perilaku ini melalui paparan terhadap tren gaya hidup dan konten *self-care*. Menurut Ismania (2023), *self-gifting* juga dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi diri (*self-communication*) yang ditujukan kepada diri sendiri, menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan identitas dan penghargaan pribadi melalui konsumsi.

Ketika seseorang menggunakan media sosial untuk mencari hiburan setelah mengalami kelelahan emosional, konten-konten yang bersifat persuasif seperti rekomendasi skincare, fashion haul, atau *live selling* dapat memunculkan keinginan untuk membeli sesuatu sebagai bentuk penguatan diri (*self-reward*). Pola ini sejalan dengan model *self-contracts* (Mick & DeMoss, 1990), yakni ketika individu merasa “pantas” mendapatkan hadiah atas upaya atau kondisi emosional tertentu. Dalam konteks ini, konsumsi bukan lagi semata aktivitas ekonomi, tetapi juga mekanisme regulasi diri yang dipengaruhi oleh lingkungan digital.

Beberapa penelitian telah membahas konsekuensi psikologis dari perilaku *self-gifting*. Atalay dan Meloy (2011) menemukan bahwa sekitar 62% individu melakukan pembelian dengan tujuan memperbaiki suasana hati, sementara 28% lainnya membeli hadiah untuk diri sendiri. Mardiani dan Imanuel (2013) menegaskan bahwa opini, ulasan, dan representasi gaya hidup di media sosial seringkali mendorong keputusan konsumsi yang tidak selalu rasional atau sesuai dengan kebutuhan pribadi. Di sisi lain, penelitian Astous dan Klouz (2021) menunjukkan bahwa *self-gifting* yang dilakukan secara berulang dapat meningkatkan kecenderungan materialisme dan berdampak negatif terhadap kepuasan hidup jangka panjang. Dengan kata lain, meskipun *self-gifting* dapat memberikan kepuasan emosional sesaat, kebiasaan ini juga berpotensi menimbulkan ketergantungan terhadap pembelian sebagai sumber kebahagiaan (Astous & Klouz, 2021)

### ***Rumusan Permasalahan***

Penelitian ini penting untuk dilakukan agar memperoleh wawasan bagaimana media sosial berperan dalam membentuk perilaku konsumsi di kalangan perempuan Generasi Z, khususnya dalam konteks *self-gifting*. Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial digunakan ingin dilihat hubungannya dengan keputusan pembelian online sebagai bentuk *self-gifting*. Dengan meningkatnya intensitas penggunaan media sosial dan kemudahan akses terhadap informasi produk, terdapat kemungkinan bahwa media sosial dapat memiliki hubungan dengan keputusan konsumsi individu. Oleh karena itu, untuk membuktikan asumsi ini, pertanyaan yang diajukan adalah: “Apakah penggunaan media sosial berhubungan secara signifikan dengan keputusan pembelian online sebagai bentuk *self-gifting* pada perempuan Generasi Z?”

### Hipotesis

$H_0$  : Penggunaan media sosial tidak berhubungan secara signifikan terhadap perilaku konsumsi *self-gifting* pada perempuan Generasi Z.

$H_1$  : Penggunaan media sosial berhubungan secara signifikan terhadap perilaku konsumsi *self-gifting* pada perempuan Generasi Z

## METODE

### Partisipan

**Tabel 1. Data Demografis Subjek Penelitian**

Faktor Demografi	Kategori	N	%
Usia	18-20	47	29,93
	21-23	45	28,66
	24-26	50	31,85
	26-28	15	9,56
Durasi Penggunaan Media Sosial	3-4 Jam per hari	45	28,7
	5-6	64	40,8
	7-8	37	23,6
	≥ 9	11	7
Sumber Pendapatan	Uang saku yang diperoleh dari orangtua	37	23,6
	Pendapatan dari hasil bekerja sendiri	78	49,7
	Gabungan antara uang saku dari orang tua dan hasil bekerja sendiri	42	26,8
Nominal Pendapatan	Rp 0 – Rp 1.000.000	2	1,3
	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	29	18,5
	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	63	40,1
	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	47	29,9
	Rp 7.000.000 – Rp 8.000.000	13	8,3
Nominal Pengeluaran	≥ Rp 8.000.000	3	1,9
	Rp 0 – Rp 1.000.000	36	22,9
	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	75	47,8
	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	45	28,7
	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	1	0,6
Domisili	Jabodetabek	134	85,35
	Manado	8	5,10
	Pontianak	5	3,18
	Lainnya	10	6,37

Partisipan dalam penelitian ini memiliki kriteria secara spesifik perempuan yang lahir antara tahun 1997-2012, menggunakan media sosial minimal 3 jam per hari, dan pernah melakukan pembelian online untuk diri sendiri dalam 6 bulan terakhir. Alasan pemilihan responden perempuan, karena dalam survei Nielesen (2019) ditemukan perempuan lebih mungkin terpapar dalam bentuk perilaku konsumsi *self-gifting*. Berdasarkan penyesuaian desain penelitian dan perhitungan menggunakan *program G-Power*, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 111 partisipan. Penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling* sebagai metode pengambilan sampel yang bertujuan untuk memperoleh sampel yang memiliki ciri-ciri spesifik dan pengalaman relevan sesuai kriteria. Berdasarkan pengumpulan data

yang sudah dilakukan, didapatkan partisipan sebanyak 157 partisipan dengan detail data demografis dapat dilihat pada Tabel 1.

### **Desain**

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi untuk menentukan seberapa jauh nilai pada satu variabel berhubungan dengan nilai pada variabel lainnya (Kerlinger, 1973). Mortimer et al. (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif sangat cocok untuk memahami perilaku konsumen yang kompleks, seperti perilaku *self-gifting*, dengan menggunakan pendekatan terstruktur berbasis data objektif. Penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross-sectional non-experimental*, dimana pengumpulan data dilakukan satu kali dalam satu periode tertentu tanpa manipulasi variabel, untuk melihat hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku *self-gifting*.

### **Instrumen**

#### **Alat Ukur *Social Media Use Scale (SMUS)***

Skala *Social Media Use Scale (SMUS)* merupakan instrumen yang dikembangkan oleh Tuck dan Thompson (2024), berdasarkan konsep Teori *Uses and Gratifications (UGT)* yang dicetuskan oleh Katz, Blumler, & Gurevitch (1974). Teori UGT berfokus pada apa yang dilakukan pengguna terhadap media, yang berarti pengguna adalah pihak aktif, sadar, dan berorientasi pada tujuan dalam memilih media. Teori ini menyarankan bahwa individu memilih untuk terlibat dengan media untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan mereka, seperti hiburan, interaksi sosial, dan pencarian informasi. Sesuai dengan landasan teoritis ini, skala SMUS digunakan untuk mengukur intensitas dan motivasi penggunaan media sosial, terdiri dari dua puluh dua (22) item pertanyaan yang mengelompok menjadi lima dimensi, yaitu *Social Interaction, Entertainment, Information Seeking, Convenience, dan Social Comparison*. Meskipun dalam versi aslinya item-item ini disajikan dalam format skala Likert 9-poin, pada penelitian ini peneliti menyesuaikannya kembali menjadi skala Likert 5-poin, yang bervariasi dari 1 ("Tidak Pernah") hingga 5 ("Sangat Sering"). Untuk mendapatkan skor total penggunaan media sosial, skor dari keseluruhan 22 item dijumlahkan, menghasilkan skor total yang berada pada rentang 22 hingga 110. Semakin tinggi skor total yang diperoleh subjek penelitian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial yang mereka rasakan dalam lima dimensi tersebut. Sebaliknya, skor total yang lebih rendah mengindikasikan intensitas penggunaan media sosial yang lebih rendah.

Dalam studi pengembangan aslinya, SMUS menunjukkan nilai reliabilitas yang baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk lima sub-skala tersebut secara konsisten berkisar antara 0.75 hingga 0.90. Alat ukur ini juga menunjukkan validitas konstruk yang kuat melalui analisis faktor, yang mengkonfirmasi pemisahan yang jelas antara kelima dimensi tersebut (*Social Interaction, Entertainment, Information*

*Seeking, Convenience, dan Social Comparison*). Penelitian lain yang menggunakan skala yang berhubungan dengan penggunaan media sosial, seperti studi yang dilakukan oleh Ardelia (2024), juga memiliki reliabilitas yang tinggi (0.85) dan validitas yang cukup baik. Dengan demikian, penulis memilih Social Media Use Scale (SMUS) sebagai alat ukur karena tiap item dari skala tersebut mewakili setiap dimensi motivasi dan intensitas penggunaan media sosial yang ingin diukur dan sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, skala SMUS dapat dinyatakan valid dan reliabel untuk mengukur penggunaan media sosial dalam penelitian ini. Hasil reliabilitas alat ukur dari *field study* dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur Field Study Social Media Use Scale (SMUS)**

Dimensi	Cronbach's Alpha	Item-Rest Correlation
<i>Social Interaction</i>	0.892	0.559 - 0.838
<i>Entertainment</i>	0.857	0.682 - 0.783
<i>Information Seeking</i>	0.856	0.748
<i>Convenience</i>	0.720	0.563
<i>Social Comparison</i>	0.738	0.373 - 0.746
Total	0.960	0.632 - 0.793

### Alat Ukur *Self-Gifting Behaviour Scale* (SGCB)

Instrumen *Self-Gifting Consumer Behaviour Scale* (SGCB) dikonstruksi oleh Mortimer, Bougoure, dan Hasan (2015) untuk mengukur perilaku konsumen dalam membeli hadiah untuk diri sendiri (*self-gifting*). Skala ini dikembangkan berdasarkan kerangka Teori *Self-Contracts & Self-Concept* yang dicetuskan oleh Mick dan DeMoss (1990). Dalam konteks ini, *self-contracts* di mana mereka membeli hadiah untuk diri mereka sendiri sebagai imbalan karena telah memenuhi tujuan pribadi atau untuk memenuhi rasa pantas (*sense of deservingness*) (Mick & DeMoss, 1990). Mereka berargumen bahwa *self-gifting* adalah pemenuhan *self-contracts* yang mendorong seseorang memberi hadiah pada diri sendiri sebagai imbalan (*reward*) atas pencapaian atau mengatasi kesulitan; ini adalah manifestasi dari bagaimana individu mengelola konsep diri mereka.

Setelah serangkaian uji penyaringan dan analisis faktor, skala SGCB disempurnakan menjadi 27 item yang valid dan reliabel. Item-item ini merepresentasikan tujuh dimensi perilaku *self-gifting*, meliputi: *SG Reward, SG Personal Disappointment, SG Celebratory, SG Therapeutic Motivation, SG Negative Mood Reduction, SG Positive Mood Reinforcement, dan SG Hedonic*. Meskipun versi aslinya menggunakan skala Likert tujuh angka (7-point scale), mulai dari angka 1 ("Sangat Tidak Setuju") hingga 7 ("Sangat Setuju"), peneliti menyesuaikannya kembali menjadi skala Likert 5-poin, dari 1 ("Tidak Pernah") hingga 5 ("Sangat Sering"). Untuk mendapatkan nilai keseluruhan perilaku *self-gifting*, total skor dari

keseluruhan 27 item dijumlahkan, menghasilkan skor total yang berada pada rentang 27 hingga 135. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek penelitian, semakin tinggi intensitas perilaku *Self-Gifting Consumer Behaviour* yang dirasakan. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, maka semakin rendah intensitas perilaku tersebut. Hasil reliabilitas alat ukur dari *field study* dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur Field Study Self-Gifting Consumer Behaviour Scale**

Dimensi	Cronbach's Alpha	Item-Rest Correlation
SG Reward	0.860	0.542 - 0.885
SG Celebratory	0.668	0.433 - 0.574
SG Therapeutic Motivation	0.792	0.504 - 0.716
SG Negative Mood Reduction	0.584	0.430
SG Positive Mood Reinforcement	0.846	0.600 - 0.734
SG Hedonic	0.686	0.522
Total	0.962	0.644 - 0.852

### Teknik Analisis

Data penelitian dianalisis menggunakan program JASP (*Jeffreys' Amazing Statistics Program*) versi 0.16.4. Tahap awal analisis dilakukan dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik partisipan serta kecenderungan skor pada masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dan uji validitas menggunakan *Item-Rest Correlation* untuk memastikan konsistensi internal dan kelayakan item pada instrumen penelitian. Uji normalitas dilakukan menggunakan *Shapiro-Wilk* untuk mengetahui distribusi data. Hasil uji menunjukkan bahwa data variabel penggunaan media sosial dan *self-gifting* tidak berdistribusi normal ( $p < 0,05$ ), sehingga analisis hipotesis menggunakan teknik nonparametrik, yaitu korelasi Spearman's rho. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi *self-gifting* pada perempuan Generasi Z. Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

## HASIL

### Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik skor dari masing-masing variabel penelitian, yaitu penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan perilaku *self-gifting* sebagai variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk melihat kecenderungan data melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	N	Skor Minimum	Skor Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Penggunaan Media Sosial	157	38	103	67,497	9,597
Self-Gifting	157	42	124	82,344	10,684

Berdasarkan Tabel 4, variabel penggunaan media sosial memiliki skor minimum sebesar 38 dan skor maksimum sebesar 103, dengan nilai rata-rata sebesar 67,497 serta standar deviasi sebesar 9,597. Nilai mean tersebut menunjukkan bahwa secara umum partisipan memiliki intensitas penggunaan media sosial pada tingkat sedang. Standar deviasi yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa sebaran data responden relatif homogen, sehingga tidak terdapat perbedaan yang terlalu ekstrem antarpartisipan dalam penggunaan media sosial. Sementara itu, variabel *self-gifting* memiliki skor minimum sebesar 42 dan skor maksimum sebesar 124, dengan nilai rata-rata sebesar 82,344 serta standar deviasi sebesar 10,684. Hasil ini menunjukkan bahwa partisipan memiliki kecenderungan melakukan perilaku *self-gifting* pada tingkat sedang. Variasi skor yang muncul menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat perilaku *self-gifting* antar responden, namun masih dalam rentang yang wajar. Secara umum, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa perempuan Generasi Z dalam penelitian ini cukup aktif menggunakan media sosial dan memiliki kecenderungan melakukan pembelian online untuk diri sendiri sebagai bentuk *self-gifting*.

### Norma Kategorisasi

Norma kategorisasi dilakukan untuk mengelompokkan skor responden ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Kategorisasi ini bertujuan agar distribusi tingkat penggunaan media sosial dan perilaku *self-gifting* dapat dipahami secara lebih jelas. Penentuan kategori dilakukan berdasarkan nilai mean dan standar deviasi empiris. Hasil kategorisasi pada variabel penggunaan media sosial dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Kategorisasi Variabel Penggunaan Media Sosial**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 58$	27	17,2%
Sedang	$58 \leq X < 77$	102	65,0%
Tinggi	$X \geq 77$	28	17,8%
Total		157	100%

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 102 orang atau 65,0%. Selanjutnya, sebanyak 28 orang (17,8%) berada pada kategori tinggi, dan 27 orang (17,2%) berada pada kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas perempuan Generasi Z dalam penelitian ini menggunakan media sosial secara cukup aktif, namun masih

berada pada tingkat moderat dan belum mengarah pada penggunaan yang sangat tinggi secara keseluruhan. Hasil kategorisasi pada variabel *self-gifting* dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Kategorisasi Variabel Self-Gifting**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 72$	24	15,3%
Sedang	$72 \leq X < 93$	106	67,5%
Tinggi	$X \geq 93$	27	17,2%
Total		157	100%

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas partisipan berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 106 orang atau 67,5%. Sebanyak 27 orang (17,2%) berada pada kategori tinggi, sedangkan 24 orang (15,3%) berada pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan melakukan *self-gifting* dalam taraf sedang, artinya perilaku membeli hadiah untuk diri sendiri dilakukan sesekali sesuai kebutuhan emosional maupun bentuk penghargaan diri. Secara keseluruhan, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki distribusi dominan pada kategori sedang. Hal ini menandakan bahwa penggunaan media sosial dan perilaku *self-gifting* merupakan aktivitas yang cukup umum ditemukan pada perempuan Generasi Z dalam penelitian ini.

### Uji Normalitas

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas data. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data pada masing-masing variabel mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan *Shapiro-Wilk* karena jumlah sampel berada di bawah 200 responden. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Shapiro-Wilk**

Variabel	Statistik W	Sig. (p)	Keterangan
Penggunaan Media Sosial	0,671	< 0,001	Tidak Normal
Self-Gifting	0,806	< 0,001	Tidak Normal

Berdasarkan Tabel 7, variabel penggunaan media sosial memperoleh nilai signifikansi  $p < 0,001$ . Begitu pula variabel *self-gifting* memperoleh nilai signifikansi  $p < 0,001$ . Karena kedua nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, teknik analisis parametrik seperti *Pearson Product Moment* tidak dapat digunakan. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilanjutkan menggunakan teknik statistik nonparametrik, yaitu korelasi *Spearman's rho* yang sesuai untuk data tidak normal.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan perilaku *self-gifting* pada perempuan Generasi Z. Karena data tidak berdistribusi normal, maka digunakan analisis korelasi *Spearman's rho*.

### Uji Korelasi Bagian 1

Uji korelasi bagian pertama dilakukan untuk mengetahui hubungan antara skor total variabel penggunaan media sosial dengan skor total perilaku *self-gifting*. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Uji Korelasi Spearman Bagian 1**

Variabel	Koefisien Korelasi ( $\rho$ )	Sig. (p)	Keterangan
Penggunaan Media Sosial $\leftrightarrow$ <i>Self-Gifting</i>	0,651	< 0,001	Signifikan

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $\rho = 0,651$  dengan tingkat signifikansi  $p < 0,001$ . Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan perilaku *self-gifting*. Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,651 menunjukkan arah hubungan positif dengan kekuatan hubungan yang tergolong kuat. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial pada perempuan Generasi Z, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka melakukan perilaku *self-gifting*. Sebaliknya, semakin rendah penggunaan media sosial, maka kecenderungan *self-gifting* juga cenderung lebih rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki keterkaitan yang cukup besar terhadap perilaku konsumsi individu, khususnya dalam bentuk pembelian online untuk diri sendiri sebagai reward, perayaan pribadi, maupun pengelolaan emosi.

### Uji Korelasi Bagian 2

Uji korelasi bagian kedua dilakukan untuk mengetahui hubungan yang lebih spesifik antara penggunaan media sosial dengan setiap dimensi perilaku *self-gifting*. Hasil uji korelasi *spearman* bagian 2 dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9. Hasil Uji Korelasi Spearman Bagian 2**

Dimensi <i>Self-Gifting</i>	Koefisien Korelasi ( $\rho$ )	Sig. (p)	Keterangan
<i>SG Reward</i>	0,631	< 0,001	Signifikan
<i>SG Celebratory</i>	0,608	< 0,001	Signifikan
<i>SG Therapeutic Motivation</i>	0,726	< 0,001	Signifikan
<i>SG Negative Mood Reduction</i>	0,457	< 0,001	Signifikan
<i>SG Positive Mood Reinforcement</i>	0,736	< 0,001	Signifikan
<i>SG Hedonic</i>	0,457	< 0,001	Signifikan

Berdasarkan Tabel 9, seluruh dimensi *self-gifting* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan penggunaan media sosial. Korelasi tertinggi ditemukan pada dimensi *Positive Mood Reinforcement* ( $\rho = 0,736$ ), diikuti *Therapeutic Motivation* ( $\rho = 0,726$ ). Hal ini menunjukkan bahwa

penggunaan media sosial sangat berkaitan dengan perilaku pembelian untuk meningkatkan suasana hati positif maupun sebagai bentuk penghiburan diri. Sementara itu, hubungan terendah ditemukan pada dimensi *Negative Mood Reduction* dan *Hedonic* ( $\rho = 0,457$ ), meskipun keduanya tetap menunjukkan hubungan yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial tidak hanya berkaitan dengan konsumsi rasional, tetapi juga berhubungan dengan pembelian berbasis emosi dan kesenangan pribadi.

### **Kesimpulan Uji Hipotesis**

Secara keseluruhan, hasil uji korelasi bagian 1 dan bagian 2 menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan perilaku *self-gifting* pada perempuan Generasi Z, baik secara total maupun pada masing-masing dimensi perilaku *self-gifting*.

## **DISKUSI**

Berdasarkan hasil analisis norma kategorisasi terhadap 157 partisipan, diketahui bahwa sebagian besar partisipan memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, sedangkan tingkat *self-gifting* berada pada kategori sedang. Berdasarkan uji korelasi, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi *self-gifting* pada perempuan Generasi Z. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara penggunaan media sosial dan *self-gifting*, dengan nilai korelasi  $\rho = 0.651$  dan  $p < 0.001$ . Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, semakin besar kecenderungan individu untuk melakukan pembelian online sebagai bentuk pemberian hadiah kepada diri sendiri. Sesuai dengan pemikiran *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974), yang menjelaskan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan psikologis tertentu.

Temuan bahwa hubungan total antara penggunaan media sosial dan *self-gifting* berada pada kategori hubungan kuat ( $\rho = 0.651$ ) sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya di Indonesia yang menunjukkan bahwa paparan media sosial memiliki kontribusi signifikan terhadap dorongan konsumsi Generasi Z. Dalam laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* (2022) ditegaskan bahwa media sosial telah menjadi salah satu pendorong utama perilaku konsumtif generasi ini, khususnya karena sifat platform digital yang menampilkan konten berulang, mudah mempengaruhi, dan membuat orang merespons secara emosional. Lalu temuan ini juga diperkuat oleh Putri et al. (2025) yang menemukan bahwa

budaya self-reward pada Generasi Z sangat berkaitan dengan aktivitas penggunaan media sosial, terutama ketika konten yang ditampilkan bersifat hiburan dan memberi validasi emosional.

Pada penelitian ini, dimensi hiburan dari penggunaan media sosial ditemukan memiliki hubungan paling tinggi dengan perilaku *self-gifting* ( $\rho = 0.755$ ). Hasil ini sangat konsisten dengan penelitian yang menekankan bahwa salah satu motivasi utama Gen Z dalam menggunakan media sosial adalah hiburan (Adiarsi, et al., 2024). Hiburan yang dikonsumsi melalui platform seperti Instagram dan TikTok, mulai dari konten *influencers*, *live shopping*, hingga rekomendasi produk terbukti efektif meningkatkan konsumsi. Sebagai contoh TikTok Shop mendorong pola pembelian impulsif melalui konten video yang cepat dan emosional (Salsabila et al., 2023). Ketika hiburan yang dikonsumsi relevan dengan kebutuhan psikologis tertentu, hal ini menjadi strategi koping yang dianggap relevan. Hal ini sejalan dengan teori *Self-Contracts* (Mick & DeMoss, 1990), bahwa *self-gifting* terjadi sebagai respons emosional terhadap kebutuhan pemenuhan diri dan reward internal.

Sebaliknya, dimensi kenyamanan menunjukkan hubungan yang paling rendah ( $\rho = 0.091$ ), yang menandakan bahwa motivasi kenyamanan dalam menggunakan media sosial tidak berkontribusi signifikan terhadap perilaku *self-gifting*. Penelitian Pohan et al. (2025) mengungkapkan bahwa dalam konteks konsumsi Generasi Z, keputusan membeli lebih dipengaruhi oleh emosi dan gaya hidup daripada alasan fungsional. Generasi Z perempuan cenderung mencari pengalaman konsumsi yang menyenangkan dan emosional, bukan sekedar praktis. Oleh karena itu, walaupun media sosial menawarkan kemudahan dalam akses informasi, kemudahan tersebut tidak menjadi pendorong utama dalam melakukan pembelian *self-gifting*.

Selanjutnya, dimensi interaksi sosial menunjukkan tingkat hubungan yang rendah terhadap tiga dimensi *self-gifting*, yaitu terapi motivasi, pengurangan suasana hati negatif, dan hedonis ( $\rho = 0.369$ ). Temuan ini sejalan dengan Ardiasi dan Huwaida (2024) yang menegaskan bahwa meskipun fitur interaktif seperti komentar, pesan pribadi, atau live streaming meningkatkan engagement, keputusan pembelian lebih ditentukan oleh kebutuhan pribadi dan situasi emosional internal, bukan oleh aktivitas interaksi sosial secara langsung.

Hal ini juga dipahami melalui teori *Self-Concept* dan *Self-Contracts* (Mick & DeMoss, 1990), bahwa *self-gifting* merupakan perilaku yang sangat personal, sering kali dilakukan secara individual dan tidak bergantung pada pengaruh sosial langsung. *Self-gifting* berhubungan dengan *self-reward*, pemulihan suasana hati, dan perayaan pencapaian, sehingga keputusan pembelian lebih dikendalikan oleh kondisi psikologis internal daripada kebutuhan untuk berinteraksi sosial. Dengan demikian, wajar jika interaksi sosial tidak menunjukkan korelasi tinggi dengan dimensi motivasi emosional maupun hedonis dalam *self-gifting*.

Selain itu, beberapa konteks penelitian sebelumnya juga mendukung temuan tersebut. De Veirman et al. (2017) menemukan bahwa perempuan pengguna Instagram cenderung terdorong melakukan konsumsi bukan karena aktivitas interaksi sosial itu sendiri, melainkan karena paparan konten visual yang menimbulkan perbandingan sosial dan kebutuhan untuk mengatasi stres melalui pembelian produk. Konsumsi berdasarkan emosi ini lebih terkait dengan kebutuhan internal daripada interaksi sosial di platform digital.

Dikaitkan dengan perilaku konsumsi perempuan, hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang menegaskan bahwa perempuan cenderung lebih rentan terhadap pembelian emosional, impulsif, dan reward-seeking dibandingkan laki-laki (Wulandari, 2017). Karakter feminim dalam konteks budaya Indonesia berupa perawatan diri, peningkatan penampilan, dan self-reward sebagai bentuk kesejahteraan emosional. Oleh karena itu, perempuan Generasi Z lebih mudah terdorong melakukan self-gifting ketika terpapar konten media sosial yang bersifat aspiratif dan emosional.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku pembelian online sebagai bentuk self-gifting pada perempuan Generasi Z. Hal ini menegaskan bahwa media sosial berperan tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan informasi, tetapi juga sebagai faktor yang turut mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan emosional.

Penelitian ini juga menemukan bahwa dimensi hiburan merupakan aspek penggunaan media sosial yang memiliki hubungan paling kuat dengan perilaku pembelian online sebagai bentuk self-gifting. Paparan konten hiburan seperti rekomendasi produk dan tren belanja berpotensi memberikan pengaruh lebih besar terhadap dorongan self-gifting dibandingkan dimensi lainnya. Dengan demikian, media sosial dalam konteks hiburan dapat menjadi pendorong yang meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian sebagai bentuk penghargaan diri.

## Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam upaya pengembangan penelitian selanjutnya. Pertama, jumlah partisipan dalam penelitian ini masih terbatas sehingga temuan yang diperoleh belum dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Penelitian mendatang diharapkan dapat melibatkan jumlah subjek yang lebih besar dan beragam agar hasil penelitian memiliki validitas eksternal yang lebih kuat. Kedua, penelitian ini belum melakukan pemisahan karakteristik partisipan berdasarkan sumber pendapatan. Kategori pendapatan yang digunakan masih mencakup gabungan antara penghasilan pribadi dan uang jajan dari orang tua, sehingga tidak menggambarkan secara jelas

perbedaan perilaku self-gifting antara individu yang benar-benar memiliki penghasilan sendiri dan individu yang masih bergantung pada dukungan finansial keluarga. Penelitian selanjutnya disarankan untuk membuat kategori sumber.

## REFERENSI

- Ardelia, V. (2024). Adaptation and validation of Social Media Use Integration Scale in Indonesian context: An exploratory and confirmatory factor analysis. *Jurnal Psikologi*, 23(1), 61–70. <https://doi.org/10.14710/jp.23.1.61-70>
- Adiarsi, G. R., Putra, A. E., & Raymond, R. (2024). Motivasi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Gen-Z. *Jurnal Nomosleca*, 10(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v10i2.14603>
- Atalay, A. S., & Meloy, M. G. (2011). Retail therapy: A strategic effort to improve mood. *Psychology and Marketing*, 28(6), 638–659. <https://doi.org/10.1002/mar.20404>
- Astous, A., & Mouakhar-Klouz, D. (2021). Self-gift giving and satisfaction with life: A behavioural tendency perspective. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12674>
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Indonesia. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product–influencer fit on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Gonçalves, M. J. A., Oliveira, A., Abreu, A., & Mesquita, A. (2024). Social Networks and Digital Influencers in the Online Purchasing Decision Process. *Information*, 15(10), 601. <https://doi.org/10.3390/info15100601>
- GlobalWebIndex. (2020). *Data Coverage 2020 (Data coverage summary)*. GlobalWebIndex. <https://www.gwi.com/hubfs/Data%20Coverage%202020.pdf>
- Ismania, A. (2023). Self-gifting sebagai bentuk self-communication. *Guiding World: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 4(1), 56–67.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Sage.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of behavioral research (2nd ed.)*. Holt, Rinehart and Winston.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Mardiani, I. E., & Imanuel, O. J. (2013). Analisis keputusan pembelian konsumen melalui media online (e-marketing). *Jurnal Ekonomi*, 4(2). <https://doi.org/10.47007/jeko.v4i2.1035>
- Mortimer, G., Bougoure, U., Hasan, F. E., & Syed. (2015). Development and validation of the self-gifting consumer behavior scale. *Journal of Consumer Behaviour*, 165–179. <https://eprints.qut.edu.au/82429/3/82429.pdf>
- Mick, D. G., & DeMoss, M. (1990). Self-gifts: Phenomenological insights from consumer behavior. In *Advances in Consumer Research* (Vol. 17, pp. 1–6). Association for Consumer Research.
- Nielsen. (2019). Q3 2018 Total Audience Report. Nielsen. <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/2/2019/04/q3-2018-total-audience-report.pdf>

- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Indonesia (JISHI)*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Putri, I. M., Mahardika, M. A., & Mukhroji, M. (2025). Pengaruh budaya self-reward dan paparan media sosial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Gen Z di era digital. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5900>
- Salsabila, A. S., Santoso, A., & Widhianingrum, W. (2023). Antecedents and consequences of impulse buying consumer on TikTok Shop. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 653–666. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1002>
- Suandy, N. (2017, March 4). *Media sosial pengaruhi perilaku konsumen*. BeritaSatu. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/430000/media-sosial-pengaruhi-perilaku-konsumen>
- Tuck, A. B., & Thompson, R. J. (2024). The Social Media Use Scale: Development and validation. *Assessment*, 31(3), 618–633. <https://bpb-us-w2.wpmucdn.com/sites.wustl.edu/dist/f/1305/files/2025/01/Tuck-Thompson-2024-Assessment.pdf>
- Wafa, I. (2025, August 14). Penetrasi Internet Indonesia Konsisten Naik, Tembus 80% pada 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-konsisten-naik-tembus-80-pada-2025-jSGpJ>
- We Are Social & Hootsuite. (2022). *Digital 2022: Global overview report*. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/digital-2022>
- Wulandari, S. P. (2017). Pengaruh perilaku hedonic shopping experience, indulgence, dan self- gifting motivations terhadap perilaku post-purchase regret pada konsumen di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(1), 1025. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3393/2528>