



## The Effect of Gratitude on Social Comparison Among Emerging Adulthood TikTok Users in Padang City

Aisha Nabila Khairunnisa<sup>1</sup>, Hanny Rufaidah Damra<sup>2</sup>, Amin Akbar<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

**Abstract :** The rapid growth of social media use, particularly TikTok, has increased individuals' exposure to curated representations of others' lives, which may intensify social comparison processes. This study aims to examine the effect of gratitude on social comparison among emerging adulthood TikTok users in Padang City. A quantitative approach with a simple linear regression design was employed. The participants consisted of 235 emerging adults aged 18–25 years who actively use TikTok, selected through convenience sampling. Data were collected using standardized measurement scales of gratitude and social comparison. Statistical analysis was conducted using SPSS 25. The results revealed that gratitude has a negative and significant effect on social comparison ( $\beta = -0.331$ ;  $p = 0.000$ ), with a contribution of 10.9% ( $R^2 = 0.109$ ). These findings indicate that individuals with higher levels of gratitude tend to engage less in social comparison. This study highlights the role of gratitude as a protective psychological factor in mitigating the negative impact of social media use and suggests that fostering gratitude may support healthier self-evaluation processes among emerging adults in digital environment

**Keywords :** Gratitude; Social Comparison; Emerging Adulthood; TikTok; Social Media

## Pengaruh *Gratitude* terhadap *Social Comparison* pada *Emerging Adulthood* Pengguna TikTok di Kota Padang

**Abstrak :** Penggunaan media sosial yang semakin pesat, khususnya TikTok, meningkatkan paparan individu terhadap representasi kehidupan orang lain yang telah dikurasi sehingga dapat memperkuat kecenderungan melakukan perbandingan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain regresi linear sederhana. Partisipan berjumlah 235 orang dengan rentang usia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok, yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan skala terstandar untuk mengukur *gratitude* dan *social comparison*. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *gratitude* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *social comparison* ( $\beta = -0,331$ ;  $p = 0,000$ ), dengan kontribusi sebesar 10,9% ( $R^2 = 0,109$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *gratitude* individu, maka semakin rendah kecenderungan melakukan *social comparison*. Temuan ini menegaskan peran *gratitude* sebagai faktor protektif dalam mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial serta mendukung terbentuknya evaluasi diri yang lebih sehat pada *emerging adulthood* di lingkungan digital.

**Kata kunci :** *Gratitude*; *Social Comparison*; *Emerging Adulthood*; *TikTok*; *Media Sosial*

### Article history

Received: 14 April 2026

Revised: 21 April 2026

Accepted: 7 May 2026

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution (CC-BY) license



**Corresponding Author:** Aisha Nabila Khairunnisa, [aishanabila1603@gmail.com](mailto:aishanabila1603@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan sosial masyarakat, khususnya melalui kehadiran media sosial. Media sosial kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama pada generasi muda yang tumbuh dan berkembang di lingkungan digital. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menjadikan

platform digital tidak hanya sebagai sarana hiburan dan informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang membentuk nilai, norma, serta cara individu mengevaluasi dirinya sendiri (Kaye et al., 2021). Data *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa kelompok usia 18–34 tahun merupakan pengguna media sosial paling aktif di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap proses pembentukan identitas, evaluasi diri, dan kesejahteraan psikologis individu.

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang mengandalkan algoritma *For You Page (FYP)* untuk menampilkan konten sesuai dengan preferensi pengguna. Algoritma tersebut memungkinkan individu terpapar secara terus-menerus terhadap berbagai representasi kehidupan orang lain, seperti pencapaian akademik, gaya hidup, penampilan fisik, hingga relasi sosial (Kaye et al., 2021). Paparan tersebut dapat memunculkan kecenderungan *social comparison*, yaitu proses individu mengevaluasi diri dengan membandingkan kemampuan, pencapaian, maupun opini dengan orang lain (Azura & Fikry, 2025). Dalam konteks media sosial, *social comparison* tidak hanya berkaitan dengan penampilan atau keberhasilan, tetapi juga melibatkan standar sosial dan nilai kehidupan yang berkembang di ruang digital.

Fenomena *social comparison* menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan fase *emerging adulthood*. Fase ini merupakan rentang usia 18–25 tahun yang ditandai dengan eksplorasi identitas, ketidakstabilan emosi, pencarian arah hidup, serta tingginya kebutuhan akan penerimaan sosial (Santri et al., 2025). Individu pada fase *emerging adulthood* cenderung lebih sensitif terhadap evaluasi sosial dan lebih rentan melakukan perbandingan dengan orang lain (O’Mealey & Mayeux, 2022; Ramadhani & Ardelia, 2025). Penggunaan media sosial yang intens pada fase perkembangan tersebut dapat memperbesar kecenderungan individu melakukan *social comparison*, terutama ketika individu terus-menerus terpapar pada kehidupan orang lain yang tampak lebih ideal dibandingkan dirinya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* melalui media sosial berkaitan dengan berbagai dampak psikologis negatif. Paramadina et al., (2025) menemukan bahwa *social comparison* berkaitan dengan rendahnya kepuasan hidup pada dewasa awal pengguna media sosial. Penelitian Lusiana (2023) juga menunjukkan bahwa *social comparison* berhubungan dengan rendahnya *self-esteem* pada pengguna TikTok dewasa awal. Selain itu, Pratama dan Sari (2021) menemukan bahwa kecenderungan melakukan perbandingan sosial di media sosial dapat meningkatkan kecemasan dan tekanan psikologis. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa *social comparison* merupakan fenomena psikologis yang memiliki implikasi penting terhadap kesejahteraan individu, khususnya pada pengguna media sosial.

Dalam konteks tersebut, *gratitude* dipandang sebagai salah satu faktor internal yang berpotensi memengaruhi bagaimana individu memaknai *social comparison*. *Gratitude* merujuk pada kecenderungan individu untuk menyadari, menghargai, dan memaknai berbagai kebaikan dalam kehidupan secara positif (Locklear et al., 2023). Individu dengan tingkat *gratitude* yang tinggi cenderung memiliki evaluasi diri yang lebih positif dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik (Nawa & Yamagishi, 2024). Selain itu, *gratitude* dapat membantu individu mengalihkan fokus dari kekurangan diri menuju aspek positif dalam kehidupannya, sehingga mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain (Layous et al., 2023). Ding dan Liu (2022) juga menjelaskan bahwa individu dengan *gratitude* yang tinggi cenderung memandang keberhasilan orang lain sebagai sumber inspirasi, bukan sebagai ancaman terhadap harga diri.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan *gratitude* dan *social comparison* masih menunjukkan temuan yang beragam. Krisanti et al., (2023) menemukan adanya hubungan positif antara *social comparison* dan *gratitude* pada dewasa madya pengguna media sosial. Namun, penelitian Damamyanti dan Saifuddin (2022) menunjukkan bahwa *gratitude* justru memiliki hubungan negatif dengan *social comparison*. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan

bahwa hubungan antara *gratitude* dan *social comparison* masih belum konsisten dan memerlukan kajian lebih lanjut.

Selain inkonsistensi hasil penelitian, penelitian terdahulu juga masih memiliki beberapa keterbatasan. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan korelasional dan belum secara spesifik menguji pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison*. Penelitian terdahulu juga lebih banyak dilakukan pada pengguna media sosial secara umum tanpa mempertimbangkan karakteristik unik dari masing-masing platform media sosial. Padahal, penelitian Lewin et al., (2022) menunjukkan bahwa dinamika *social comparison* dapat berbeda pada setiap platform media sosial. TikTok memiliki karakteristik algoritma *FYP* yang memungkinkan pengguna menerima paparan konten visual secara intens dan berulang, sehingga berpotensi memengaruhi kecenderungan *social comparison* secara berbeda dibandingkan platform media sosial lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat *research gap* dalam penelitian sebelumnya, yaitu belum banyak penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mengkaji pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok di Kota Padang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai peran *gratitude* dalam memengaruhi kecenderungan *social comparison* pada penggunaan media sosial berbasis visual, serta memberikan kontribusi terhadap kajian psikologi perkembangan dan psikologi siber.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison*. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris dan terukur melalui analisis statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu pada fase *emerging adulthood* dengan rentang usia 18–25 tahun yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan berdomisili di Kota Padang. Sampel penelitian berjumlah 235 responden yang diperoleh menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode *convenience sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan partisipasi selama memenuhi kriteria penelitian (Golzar et al., 2022). Teknik ini digunakan karena karakteristik subjek relatif umum dan mudah dijangkau, meskipun hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara luas. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan *Google Form*. Responden diminta mengisi instrumen penelitian setelah membaca dan menyetujui lembar persetujuan partisipasi (*informed consent*).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua skala. Pertama, skala *gratitude* menggunakan Skala *Gratitude* versi Indonesia yang dikembangkan oleh Listiyandini et al., (2015), yang disusun berdasarkan konsep *gratitude* dari Fitzgerald (1998) dan Watkins et al., (2003). Skala ini mengukur tiga aspek utama, yaitu apresiasi terhadap kebaikan, perasaan positif terhadap kehidupan, dan kecenderungan untuk bertindak sebagai ekspresi rasa syukur. Kedua, *social comparison* diukur menggunakan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons & Buunk (1999), yang mencakup dua dimensi utama, yaitu *ability* dan *opinion*. Kedua instrumen menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa kedua instrumen penelitian memiliki kualitas psikometrik yang baik. Skala *gratitude* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,890, sedangkan skala *social comparison* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang tinggi. Selain itu, seluruh item pada kedua skala dinyatakan valid berdasarkan hasil uji validitas, sehingga instrumen layak digunakan dalam penelitian ini.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison*. Analisis ini digunakan untuk melihat arah hubungan serta kontribusi variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif dan analisis statistik untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian serta menguji hipotesis yang diajukan. Subjek penelitian berjumlah 235 individu pada fase *emerging adulthood* pengguna TikTok di Kota Padang. Berdasarkan data usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–23 tahun, diikuti usia 18–20 tahun, dan sebagian kecil pada usia 24–25 tahun. Deskripsi data penelitian disajikan pada Tabel 1, yang menampilkan nilai statistik deskriptif (minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi) dari kedua variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1. Statistik Deskriptif *Gratitude* Dan *Social Comparison***

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<i>Gratitude</i>	30	150	90	20	48	149	94	14,02
<i>Social Comparisson</i>	38	190	114	25,3	87	172	133	18,6

Sumber data (Peneliti, 2026)

Berikut Berdasarkan Tabel 1, nilai rata-rata (*mean*) *gratitude* sebesar 94 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat *gratitude* yang relatif tinggi dibandingkan nilai hipotetiknya. Sementara itu, nilai rata-rata *social comparison* sebesar 133 menunjukkan bahwa kecenderungan melakukan *social comparison* pada responden berada pada tingkat sedang hingga tinggi.

Selanjutnya, distribusi kategorisasi kedua variabel disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. Kategorisasi *Gratitude* Dan *Social Comparison***

Kategorisasi	<i>Gratitude</i> (f)	<i>Gratitude</i> (%)	<i>Social Comparison</i> f	
Rendah	9	8,83%	3	1,27
Sedang	202	85,96%	132	56,17
Tinggi	24	10,21%	100	42,55
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>

Sumber data (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden berada pada kategori sedang untuk variabel *gratitude* (85,96%). Pada variabel *social comparison*, mayoritas responden juga berada pada kategori sedang (56,17%), namun terdapat proporsi yang cukup besar pada kategori tinggi (42,55%).

Sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas untuk memastikan data memenuhi syarat analisis parametrik sebagaimana disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Shapiro-Wilk	Sig.	Keterangan
<i>Gratitude</i>	0,989	0,060	Normal
<i>Social Comparison</i>	0,989	0,065	Normal

Sumber data (Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk*, variabel *gratitude* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,060 dan variabel *social comparison* sebesar 0,065. Karena kedua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi analisis regresi linear sederhana. Dilakukan juga uji linearitas sebagaimana disajikan pada tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Linearitas**

Variabel	F	Sig.	Keterangan
<i>Gratitude</i> terhadap <i>Social Comparison</i>	0,797	0,852	Linear

Sumber data (Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,852 ( $p > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *gratitude* dan *social comparison* bersifat linear dan memenuhi asumsi untuk dilakukan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok di Kota Padang yang disajikan pada tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi *Gratitude* Terhadap *Social Comparison***

Variabel	B	SE	Beta	t	p	R <sup>2</sup>
Gratitude	-0,439	0,082	-0,331	-5,350	0,000	0,109

Sumber data (Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh koefisien regresi sebesar -0,439 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa *gratitude* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *social comparison*. Selain itu, diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,109 yang menunjukkan bahwa *gratitude* memberikan kontribusi efektif sebesar 10,9% terhadap *social comparison*, sedangkan sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *gratitude* terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok di Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh hasil bahwa *gratitude* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *social comparison* ( $\beta = -0,331$ ;  $p = 0,000$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *gratitude* yang dimiliki individu, maka semakin rendah kecenderungan individu melakukan *social comparison*. Selain itu, diperoleh nilai kontribusi sebesar 10,9% ( $R^2 = 0,109$ ), yang menunjukkan bahwa *gratitude* memiliki peran dalam memengaruhi *social comparison* meskipun masih terdapat faktor lain yang turut berpengaruh.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk mengevaluasi diri dengan membandingkan dirinya dengan orang lain. Pada penggunaan media sosial seperti TikTok, individu secara terus-menerus terpapar pada berbagai konten yang menampilkan pencapaian, gaya hidup, penampilan, maupun keberhasilan orang lain. Paparan tersebut dapat memicu *upward social comparison*, yaitu kecenderungan membandingkan diri dengan individu yang dipersepsikan lebih unggul. Kondisi ini berpotensi memunculkan evaluasi diri yang negatif, perasaan kurang puas terhadap diri, hingga munculnya tekanan psikologis.

Namun, individu yang memiliki tingkat *gratitude* tinggi cenderung lebih mampu mengarahkan perhatian pada aspek positif yang dimiliki dalam kehidupannya. *Gratitude* membantu individu untuk lebih menghargai pengalaman hidup, menerima kondisi diri, dan tidak terlalu berfokus pada kekurangan ketika melihat pencapaian orang lain di media sosial. Dengan demikian, individu tidak mudah terdorong untuk melakukan perbandingan sosial secara berlebihan. Temuan ini menunjukkan bahwa *gratitude* berperan sebagai faktor psikologis yang membantu individu mengelola evaluasi diri secara lebih adaptif dalam penggunaan media sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kaminger et al. (2023) yang menemukan bahwa *gratitude* berfungsi sebagai faktor protektif terhadap dampak negatif *social comparison* di media sosial, khususnya dalam menekan munculnya perasaan iri (*envy*). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu dengan *gratitude* tinggi lebih mampu mengelola emosi negatif yang muncul akibat membandingkan diri dengan orang lain di media sosial. Temuan serupa juga ditemukan oleh Mardatillah dan Aulia (2026) yang menunjukkan bahwa *gratitude* memiliki kontribusi negatif yang signifikan terhadap *social comparison* pada pengguna media sosial. Kedua penelitian tersebut mendukung hasil penelitian ini bahwa *gratitude* membantu individu mengurangi kecenderungan melakukan evaluasi diri berdasarkan standar sosial yang ditampilkan di media digital.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sari dan Utami (2024) yang menemukan bahwa *gratitude berkaitan* dengan meningkatnya *subjective well-being* pada pengguna

media sosial. Individu dengan tingkat *gratitude* yang tinggi cenderung memiliki kepuasan hidup dan emosi positif yang lebih baik sehingga tidak mudah terpengaruh oleh perbandingan sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *gratitude* tidak hanya berfungsi dalam mengurangi *social comparison*, tetapi juga membantu meningkatkan kualitas evaluasi diri dan kesejahteraan psikologis individu secara umum.

Dalam konteks perkembangan, *emerging adulthood* merupakan fase yang ditandai dengan eksplorasi identitas, pencarian arah hidup, serta tingginya kebutuhan akan evaluasi sosial. Pada fase ini, individu cenderung lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan lebih rentan melakukan *social comparison*, terutama melalui penggunaan media sosial yang intens. TikTok sebagai media sosial berbasis visual memungkinkan individu melihat berbagai representasi kehidupan orang lain secara terus-menerus, sehingga kecenderungan melakukan *social comparison* menjadi semakin tinggi. Namun, individu dengan *gratitude* yang tinggi cenderung lebih mampu menerima diri dan menghargai proses kehidupan yang dijalani, sehingga tidak mudah merasa kurang ketika membandingkan dirinya dengan orang lain.

Meskipun demikian, kontribusi *gratitude* terhadap *social comparison* dalam penelitian ini tergolong relatif kecil, yaitu sebesar 10,9%. Temuan ini menunjukkan bahwa *social comparison* merupakan fenomena psikologis yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor selain *gratitude*. Dalam konteks penggunaan media sosial, kecenderungan melakukan *social comparison* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan individu dalam bersyukur kehidupannya, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor personal, sosial, dan karakteristik platform media sosial itu sendiri. Derbaix et al., (2022) menjelaskan bahwa perilaku *social comparison* pada media sosial dipengaruhi oleh intensitas paparan konten, bentuk interaksi digital, serta karakteristik masing-masing platform media sosial. TikTok sebagai media sosial berbasis video pendek dengan algoritma *For You Page (FYP)* memungkinkan pengguna menerima paparan konten visual yang intens dan berulang, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk terus membandingkan dirinya dengan orang lain.

Selain faktor media sosial, penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *social comparison* berkaitan erat dengan faktor psikologis lain, seperti *self-esteem*, kebutuhan akan penerimaan sosial, dan evaluasi diri. Mann dan Blumberg (2022) menemukan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih mudah melakukan *social comparison* ketika menggunakan media sosial. Temuan serupa juga ditemukan oleh Lusiana (2023) yang menunjukkan bahwa rendahnya *self-esteem* berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan *social comparison* pada pengguna TikTok dewasa awal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun *gratitude* berperan dalam membantu individu mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, pengaruhnya tetap dipengaruhi oleh kondisi psikologis individu secara keseluruhan.

Selain itu, fase *emerging adulthood* juga menjadi faktor yang dapat menjelaskan rendahnya kontribusi *gratitude* dalam penelitian ini. Pada fase perkembangan ini, individu berada pada tahap eksplorasi identitas dan cenderung lebih sensitif terhadap evaluasi sosial (Yang et al., 2025). Kebutuhan untuk memperoleh pengakuan sosial dan membangun identitas diri membuat individu lebih rentan melakukan *social comparison*, terutama pada lingkungan digital yang sarat dengan representasi kehidupan ideal. Oleh karena itu, *gratitude* bukan merupakan satu-satunya faktor yang menentukan tinggi rendahnya kecenderungan *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok, melainkan hanya salah satu faktor protektif di antara berbagai faktor psikologis dan sosial lainnya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *gratitude* memiliki peran penting dalam membantu individu mengurangi kecenderungan *social comparison* pada penggunaan media sosial. Individu yang memiliki *gratitude* tinggi cenderung lebih fokus pada perkembangan diri, lebih mampu menghargai apa yang dimiliki, serta tidak mudah terpengaruh oleh standar sosial yang ditampilkan di media sosial. Dengan demikian, *gratitude* dapat dipandang sebagai salah satu faktor protektif psikologis yang membantu *emerging adulthood* menghadapi tekanan sosial di lingkungan digital.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *gratitude* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna TikTok. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu dengan tingkat *gratitude* yang lebih tinggi cenderung memiliki kecenderungan yang lebih rendah dalam melakukan perbandingan sosial. Meskipun demikian, kontribusi *gratitude* terhadap *social comparison* tergolong relatif kecil, sehingga menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang turut berperan dalam memengaruhi kecenderungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain yang relevan, seperti *self-esteem*, intensitas penggunaan media sosial, maupun faktor kepribadian, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika *social comparison* pada pengguna media sosial.

## REFERENSI

- Azura, H., & Fikry, Z. (2025). Hubungan Social Comparison di Instagram dengan Life Satisfaction pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3), 7383–7393. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19984>
- Basit, A., Ali, R., Rahman, S., & Shah, A. A. (2024). Exploring How the Practice of Gratitude Can Strengthen Interpersonal Relationships, Enhance Mental Well-Being, Foster Emotional Resilience, and Promote Greater Social Connectedness and Cooperation. *Review of Education, Administration & Law*, 7(4), 427–441. <https://doi.org/10.47067/real.v7i4.395>
- Baun, I. V. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem Dewasa Awal di Kota Kupang yang Mengakses Media Sosial. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 8(1), 377–394. <https://doi.org/10.32663/psikodidaktika.v8i1.3545>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social Comparison: The End of a Theory and the Emergence of a Field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3–21. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.09.007>
- Damamyanti, D. T., & Saifuddin, A. (2022). Correlation between gratitude and social comparison with body image in vocational high school (SMK) students. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 7(1), 102–120. <https://doi.org/10.33367/psi.v7i1.2238>
- Derbaix, M., Masciantonio, A., Balbo, L., Lao, A., Camus, S., Tafraouti, S. I., & Bourguignon, D. (2025). Understanding social comparison dynamics on social media: A qualitative examination of individual and platform characteristics. *Psychology & Marketing*, 42(6), 1588–1606. <https://doi.org/10.1002/mar.22194>
- Ding, K., & Liu, J. (2022). Comparing Gratitude and Pride: Evidence from Brain and Behavior. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 22(6), 1199–1214. <https://doi.org/10.3758/s13415-022-01006-y>
- Fitzgerald, P. (1998). Gratitude and Justice. *Ethics*, 109(1), 119–153.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Golzar, J., Tajik, O., & Noor, S. (2022). Convenience Sampling. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 72–77. <https://doi.org/10.22034/ijels.2022.162981>
- Kaminger, S., Roth, L. H. O., & Laireiter, A. R. (2023). #Blessed: the moderating effect of dispositional gratitude on the relationship between social comparison and envy on Instagram. *Frontiers in psychology*, 14, 1159999. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1159999>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). Trick and Please: A Mixed-Method Study on User Assumptions About the TikTok Algorithm. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445634>
- Krisanti, D., Hayati, S., & Zubair, A. G. H. (2023). Hubungan Perbandingan Sosial dengan Kebersyukuran pada Dewasa Madya di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 112–118. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2141>
- Layous, K., Kumar, S. A., Arendtson, M., & Najera, A. (2023). The Effects of Rumination, Distraction, and Gratitude on Positive and Negative Affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 124(5), 1053–1068. <https://doi.org/10.1037/pspp0000440>

- Lewin, K. M., Ellithorpe, M. E., & Meshi, D. (2022). Social comparison and problematic social media use: Relationships between five different social media platforms and three different social comparison constructs. *Personality and individual differences*, 199, 111865. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111865>
- Listiyandini, R. A., Nathania, A., Syahniar, D., Sonia, L., & Nadya, R. (2015). Mengukur Rasa Syukur: Pengembangan Model Awal Skala Bersyukur Versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2(1), 473–496. <https://doi.org/10.24854/jpu22015-41>
- Locklear, L. R., Sheridan, S., & Kong, D. T. (2023). Appreciating Social Science Research on Gratitude: An Integrative Review for Organizational Scholarship on Gratitude in the Workplace. *Journal of Organizational Behavior*, 44(2), 225–260. <https://doi.org/10.1002/job.2624>
- Lusiana, V. (2024). Hubungan Social Comparison Dengan Self-Esteem Pada Remaja Pengguna Tik Tok. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(4), 435–445. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i4.2705>
- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, 228, 103629. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Mardatillah, & Aulia. (2026). Pengaruh Gratitude terhadap Social Comparison pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 12(1), 45–58. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i1.9213>
- Nawa, N. E., & Yamagishi, N. (2024). Distinct Associations Between Gratitude, Self-Esteem, and Optimism with Subjective and Psychological Well-Being Among Japanese Individuals. *BMC Psychology*, 12(1), 130. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01606-y>
- O’Mealey, M., & Mayeux, L. (2022). Similarities and Differences in Popular Peers in Adolescence and Emerging Adulthood. *The Journal of Genetic Psychology*, 183(2), 152–168. <https://doi.org/10.1080/00221325.2021.2019666>
- Paramadina, A. D. M., Sutirto, S., & Rahayu, A. (2025). Harga Diri dan Perbandingan Sosial sebagai Prediktor Kepuasan Hidup pada Dewasa Awal Pengguna Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(3), 229-238. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i3.5368>
- Pratama, A. D., & Sari, D. K. (2021). Dampak Perbandingan Sosial pada Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11194800>
- Ramadhani, N. P., & Ardelia, V. (2025). Hubungan antara Perbandingan Sosial dengan Kecemasan pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(3), 1159–1169. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v12n03.p1159-1169>
- Santri, D. D., Nurrochmah, C., & Pradana, H. H. (2025). Dinamika Quarter Life Crisis pada Masa Dewasa Awal. *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi*, 3(1), 118-131. <https://doi.org/10.28926/pyschoaksara.v3i1.1706>
- Sari, S. R., & Utami, R. H. (2024). The Relationship of Gratitude with Subjective Well-Being in Social Media Addicts. *Trend: International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 2(1), 33–42. <https://doi.org/10.62260/intrend.v2i1.337>
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and Happiness: Development of a Measure of Gratitude and Relationships with Subjective Well-Being. *Social Behavior and Personality*, 31(5), 431–451. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.5.431>
- Yang, K., Zhang, L., Li, W., Jia, N., & Kong, F. (2025). Gratitude predicts well-being via resilience and social support in emerging adults: A daily diary study. *The Journal of Positive Psychology*, 20(2), 360-372. <https://doi.org/10.1080/17439760.2024.2322444>