

MODERASI KEBIJAKSANAAN DALAM HUBUNGAN IDENTITAS DIGITAL DAN PERBANDINGAN SOSIAL PADA GENERASI Z PENGGUNA LINKEDIN

Riana Sahrani¹, Cherry Delfina Setiawan², Callista Chandra³,

Ivania Rachel Harto⁴, Raisya Anaya Putri⁵

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara^{1,2,3,4,5}

e-mail: rianas@fpsi.untar.ac.id

Diterima: 6/12/2025; Direvisi: 10/ 12/2025; Diterbitkan: 2/1/2026

ABSTRAK

Digital *identity* (identitas digital) merupakan representasi diri yang dibangun melalui aktivitas daring dan menjadi aspek penting bagi Generasi Z yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah LinkedIn, yang difungsikan bukan hanya untuk memperluas jaringan kerja profesional tetapi juga sebagai sarana pembentukan citra diri. Namun, paparan terhadap profil orang lain di media sosial LinkedIn, yang cenderung dianggap lebih baik dan menarik dibandingkan dengan citra diri sendiri, dapat memicu *social comparison* (perbandingan sosial) yang berpotensi menurunkan kesejahteraan psikologis individu. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara identitas digital dan perbandingan sosial pada Generasi Z pengguna LinkedIn, serta menguji peran moderasi wisdom (kebijaksanaan) dalam hubungan tersebut. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, dengan responden 404 partisipan karyawan Generasi Z pengguna LinkedIn, berusia 18–25 tahun. Instrumen yang digunakan meliputi *Digital Identity Scale* untuk mengukur identitas digital, *IOWA Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur perbandingan sosial, serta *Brief Self-Assessed Wisdom Scale* (BSAWS) untuk mengukur kebijaksanaan. Analisis data dilakukan dengan uji korelasi dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbandingan sosial ($\beta = 0.711$, $p < 0.001$). Sementara itu, kebijaksanaan tidak memoderasi hubungan tersebut secara signifikan ($p = 0.608$). Temuan tambahan menunjukkan perbedaan kebijaksanaan yang signifikan berdasarkan usia dan status pekerjaan, namun tidak berdasarkan jenis kelamin.

Kata Kunci: *Kebijaksanaan, Identitas Digital, Perbandingan Sosial, Generasi Z, LinkedIn*

ABSTRACT

Digital identity is a self-representation built through online activities and has become a crucial aspect for Generation Z, who grew up amidst technological advancements. One widely used platform is LinkedIn, which functions not only to expand professional networks but also as a means of building self-image. However, exposure to other people's profiles on LinkedIn, which tend to be perceived as better and more attractive than one's own self-image, can trigger social comparison, potentially reducing an individual's psychological well-being. This study aims to examine the relationship between digital identity and social comparison among Generation Z LinkedIn users, as well as the moderating role of wisdom in this relationship. This study used a quantitative method, with 404 Generation Z LinkedIn employee participants aged 18–25 years old. The instruments used included the Digital Identity Scale to measure digital identity, the IOWA Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) to measure social comparison, and the Brief Self-Assessed Wisdom Scale (BSAWS) to measure wisdom. Data analysis was

conducted using correlation tests and multiple linear regression. The results showed that digital identity had a positive and significant effect on social comparison ($\beta = 0.711$, $p < 0.001$). Meanwhile, wisdom did not significantly moderate the relationship ($p = 0.608$). Additional findings showed significant differences in wisdom based on age and employment status, but not by gender.

Keywords: *Wisdom, Digital Identity, Social Comparison, Generation Z, LinkedIn*

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan salah satu kelompok populasi terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai 44,67 juta jiwa, namun tingkat partisipasi mereka di sektor formal masih rendah, yaitu sekitar 13,6% (BPS, 2025). Tantangan dalam memasuki dunia kerja turut dipengaruhi oleh perkembangan otomatisasi, penggunaan algoritma dalam sistem rekrutmen, serta meningkatnya persaingan global melalui platform digital (GoodStats, 2024). Seiring tingginya keterlibatan Generasi Z dalam penggunaan media sosial, LinkedIn menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan dalam membangun jaringan profesional. Dengan jumlah pengguna mencapai 26 juta di Indonesia pada tahun 2024, LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai ruang pencarian kerja, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas profesional secara berani (Scuderia, 2024).

Pengguna media sosial cenderung menampilkan diri secara ideal melalui seleksi konten yang strategis, yang mempengaruhi persepsi publik terhadap identitas digital mereka (Kim & Lee, 2022). Generasi yang tumbuh bersama teknologi digital menggunakan platform online untuk membentuk identitas diri dan mengembangkan kompetensi yang relevan bagi kemandirian profesional mereka (Odgers & Jensen, 2020). Paparan terhadap profil profesional dengan prestasi tinggi di LinkedIn dapat memicu tekanan dan perasaan tidak mampu, terutama pada pencari kerja muda yang sedang menghadapi persaingan ketat (Liu et al., 2023). Keterpaparan terhadap identitas profesional orang lain melalui media sosial profesional berpotensi memicu komunikasi sosial, dimana paparan terhadap presentasi diri positif orang lain di situs jejaring sosial dapat memicu proses komunikasi sosial yang berdampak negatif pada persepsi diri (de Vries & Kühne, 2015).

Perbandingan ke atas diketahui dapat berdampak negatif terhadap harga diri suatu saat, kepuasan hidup, dan berbagai indikator kesejahteraan lainnya, terutama pada remaja dan dewasa awal (Brillon et al., 2025). Spesifikasi negatif dari persahabatan sosial tersebut menunjukkan pentingnya faktor protektif psikologis yang dapat membantu individu menghadapi tekanan dalam lingkungan digital yang kompetitif. Kebijakan telah lama dipahami sebagai kemampuan merefleksikan pengalaman hidup, memahami kompleksitas situasi, dan mengatur emosi secara adaptif. Ardelt dan Jeste (2018) menyatakan bahwa kebijakan berkaitan dengan kesejahteraan yang lebih baik, termasuk kepuasan hidup yang lebih tinggi dan tingkat depresi yang lebih rendah. Sejalan dengan itu, Grossmann dkk. (2020) menyatakan bahwa kebijakan berkaitan dengan kemampuan reflektif dan regulasi emosi adaptif yang berperan dalam menurunkan beban psikologis individu.

Meskipun sejumlah penelitian telah meneliti identitas digital, perbandingan sosial, dan dampaknya terhadap kesejahteraan, sebagian besar kajian masih fokus pada media sosial umum seperti Instagram atau Facebook dan belum mempertimbangkan konteks profesional seperti LinkedIn yang memiliki karakteristik kompetitif dan berfokus pada karier. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan kebijakan sebagai faktor protektif psikologis, khususnya sebagai variabel moderator dalam hubungan antara identitas digital dan komunikasi sosial, masih sangat

terbatas, terutama pada Generasi Z yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji peran moderasi keahlian dalam hubungan antara identitas digital dan perbandingan sosial pada Generasi Z pengguna LinkedIn. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kebijaksanaan dapat memperlemah dampak perbandingan sosial yang muncul dari konstruksi identitas digital di platform profesional, sehingga diharapkan dapat memperkaya kajian psikologi digital dalam konteks profesional serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan intervensi berbasis psikologi positif guna mendukung kesejahteraan psikologis Generasi Z di era persaingan kerja digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain non-eksperimental melalui metode survei. Partisipannya adalah 404 karyawan Generasi Z (18–25 tahun) yang bekerja di berbagai perusahaan dan aktif menggunakan LinkedIn. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling melalui media WhatsApp dan media sosial, khususnya LinkedIn. Instrumen Identitas Digital diukur menggunakan *Digital Identity Scale*, Skala ini terdiri dari 25 butir pernyataan yang mencakup beberapa aspek, yaitu deskripsi identitas digital, kebutuhan terhadap identitas digital, presentasi diri, komunikasi, pembentukan kesan, dan pengelolaan reputasi. Skala tersebut memiliki nilai reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,864. Instrumen Perbandingan Sosial diukur menggunakan *IOWA-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM), instrumen ini terdiri dari 10 butir pernyataan yang terbagi ke dalam dua dimensi, yaitu perbandingan kemampuan dan perbandingan pendapat. Reliabilitas alat ukur ini ditunjukkan dengan nilai Alpha Cronbach sebesar 0,799. Instrumen Kebijaksanaan diukur menggunakan *Brief Self-Assessed Wisdom Scale* (BSAWS), skala ini terdiri dari 6 butir pernyataan yang menggambarkan penilaian diri terkait kebijaksanaan melalui refleksi terhadap pengalaman hidup dan apresiasi terhadap hal-hal sederhana.

Seluruh item menggunakan skala Likert lima tingkat yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju. Sebelum pengisian, partisipan memperoleh penjelasan tujuan penelitian dan memberikan persetujuan melalui informed consent pada lembar awal kuesioner. Prosedur penelitian dimulai dari identifikasi fenomena, penyusunan fokus dan proposal penelitian, serta pengumpulan literatur yang relevan. Pengumpulan data dilakukan setelah proposal disetujui dan izin penelitian diperoleh. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS atau JASP. Uji asumsi yang digunakan meliputi uji linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hubungan antarvariabel diuji menggunakan korelasi Pearson (jika asumsi terpenuhi). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan memasukkan variabel independen, moderator, dan interaksi keduanya untuk melihat pengaruh moderasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Partisipan Penelitian

Penelitian ini melibatkan total 404 responden yang berpartisipasi secara sukarela. Dari keseluruhan partisipan tersebut, sebanyak 187 responden adalah laki-laki, yang mencerminkan 46,3% dari total sampel. Sementara itu, terdapat 217 responden perempuan, sehingga kelompok ini menjadi mayoritas dengan persentase 53,7%. Komposisi jenis kelamin ini menunjukkan bahwa penelitian memiliki keterwakilan partisipan yang cukup seimbang. Berdasarkan

distribusi usia, partisipan yang paling dominan berusia 24 tahun dengan proporsi sebesar 18,6% dari seluruh responden. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada fase usia produktif awal. Dalam konteks penggunaan media profesional, tercatat bahwa 149 responden mengakses LinkedIn dengan frekuensi 3–6 kali per minggu. Temuan ini mengindikasikan tingkat keterlibatan digital yang cukup tinggi di kalangan partisipan. Selain itu, sebagian besar responden, yaitu sebanyak 312 orang, memiliki status sedang bekerja pada saat penelitian dilaksanakan. Informasi lengkap mengenai karakteristik partisipan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Partisipan (N = 404)

Variabel	Kategori Dominan	n (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	217 (53.7)
Usia	24 tahun (rentang 18–25)	75 (18.6)
Frekuensi Penggunaan LinkedIn	3–6 kali/minggu	149 (36.9)
Status Pekerjaan	Sedang bekerja	312 (77.2)
Pengalaman Kerja	1–3 tahun	151 (37.4)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan standar r table, yang berarti setiap item memiliki nilai $r > 0.2$, maka butir tersebut dinyatakan sebagai valid. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan pada variabel identitas digital masing-masing item memiliki $r = 0.086 - 0.487$, terdapat 1 butir yang memiliki nilai $r < 0.1$. Setelah analisis, skor berkisar antara $r = 0.109 - 0.503$ yang menandakan bahwa sisa 27 butir dinyatakan masih bisa diproses untuk tahapan uji selanjutnya. Lalu, uji validitas yang telah dilakukan pada variabel perbandingan sosial masing-masing item memiliki skor berkisar antara $r = -0.514 - 0.728$, terdapat 1 butir yang memiliki nilai $r < 0.1$. Setelah analisis, skor berkisar antara $r = 0.100 - 0.750$ yang menandakan bahwa sisa 27 butir masih bisa diproses untuk tahapan uji selanjutnya. Kemudian, uji validitas yang telah dilakukan pada variabel kebijaksanaan masing-masing item memiliki skor berkisar antara $r = 0.230 - 0.446$ yang menandakan bahwa 6 butir dalam variabel kebijaksanaan dinyatakan valid.

Pada penelitian ini, hasil uji skala kebijaksanaan menunjukkan $\alpha = 0.628$, menunjukkan bahwa 6 item butir dari alat ukur wisdom valid dan memiliki reliabilitas yang cukup. Pada uji skala pebandingan sosial menunjukkan $\alpha = 0.674$ dan terdapat 1 butir yang memiliki nilai $r = -0.514 < 0.2$. Sehingga dilakukan pembuangan satu item yaitu pada item sebelas. Setelah pembuangan item dilakukan, menghasilkan $\alpha = 0.805$, sehingga 10 item yang tersisa valid dan memiliki reliabilitas yang sangat baik. Selanjutnya pada uji reliabilitas skala identitas digital menunjukkan $\alpha = 0.761$ dan terdapat 1 butir yang memiliki nilai $r = 0.086 < 0.2$. Sehingga dilakukan pembuangan satu item yaitu pada item empat. Setelah pembuangan item dilakukan, menghasilkan $\alpha = 0.763$, sehingga 27 item yang tersisa valid dan memiliki reliabilitas yang baik.

Gambaran Variabel

Variabel kebijaksanaan diukur menggunakan skala likert yang memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5. Peneliti membagi partisipan ke dalam 3 kategori meliputi: (a) Rendah; (b) Sedang; (c) Tinggi. Adapun, kategori tertinggi pada penelitian ini merupakan kebijaksanaan

tingkat tinggi sejumlah 338 responden (83.7%) dan kategori terendah pada penelitian ini merupakan kebijakan tingkat rendah sejumlah 2 responden (0.5%). Selanjutnya pada variabel identitas digital, kategori tertinggi merupakan identitas digital tingkat tinggi sejumlah 298 responden (73.8%) dan kategori terendah sejumlah 1 responden (0.2%). Variabel perbandingan social terdapat kategori tertinggi merupakan kategori tinggi sejumlah 287 responden (71%) dan kategori terendah sejumlah 8 responden (2%).

Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov–Smirnov diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), yang secara statistik menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Namun, hasil pemeriksaan melalui grafik Normal P–P Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi mendekati normal secara visual. Mengingat jumlah sampel penelitian yang besar ($N=404$) dan bahwa uji Pearson terjustifikasi terhadap asumsi normalitas (Ghasemi & Zahediasl, 2012; Havlicek & Peterson, 1976), maka analisis korelasi dalam penelitian ini tetap dilakukan menggunakan korelasi Pearson.

Uji korelasi dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah hubungan antar variabel yang ingin diuji. Berdasarkan hasil uji korelasi dengan Pearson Correlation pada level Cronbach's alpha, $p < 0.05$, diperoleh bahwa terdapat hubungan antar variabel menunjukkan korelasi positif yang signifikan secara statistik ($p < 0.001$). Identitas digital memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perbandingan social, $r(404) = 0.401$, $p < 0.01$. Maka semakin tinggi identitas digital individu pengguna LinkedIn, maka semakin tinggi pula perbandingan social, begitupun sebaliknya. Berikut tampilan data hasil perhitungan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi antar Variabel

Variabel	Digital Identity	Social Comparison
	p	p
Digital Identity	Pearson's r p-value	.401 .000
Social Comparison	Pearson's r p-value	.401 .000

Uji regresi identitas digital terhadap perbandingan sosial

Hasil uji regresi variabel identitas digital terhadap perbandingan sosial ditunjukkan pada tabel berikut, yang mengungkapkan bahwa identitas digital memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat perbandingan sosial. Analisis regresi menunjukkan bahwa semakin kuat identitas digital seseorang, semakin tinggi kecenderungannya melakukan perbandingan sosial, diperkuat oleh nilai signifikansi $p < 0.01$ yang menegaskan adanya pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Selain itu, nilai $t = 8.772$ dengan $p < 0.01$ menunjukkan bahwa identitas digital merupakan prediktor yang signifikan terhadap perbandingan sosial. Temuan ini juga diperkuat oleh hasil uji ANOVA dengan nilai $F = 76.943$, $p < 0.001$, yang menandakan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dan dapat digunakan untuk memprediksi perbandingan sosial berdasarkan identitas digital. Berikut hasil perhitungan lengkapnya pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Digital Identity terhadap Social Comparison

Variabel	Unstandardized Coefficients		t	F	p
	B	Std. Error			
(Constant)	2.148	0.198	3.049		0.002
Digital Identity	0.711	0.053	8.772	76.943	0.000

Uji koefisien determinasi identitas digital terhadap perbandingan sosial

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar peranan variabel Digital Identity terhadap Social Comparison. Berdasarkan tabel tersebut, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.401 menunjukkan adanya hubungan positif antara identitas digital dan perbandingan sosial, sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.161 mengindikasikan bahwa identitas digital memberikan kontribusi sebesar 16.1% terhadap variasi perbandingan sosial pada partisipan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat identitas digital seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungannya untuk melakukan perbandingan sosial. Adapun 83.9% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian ini. Hasil lengkapnya disajikan pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square	Std. Error
Identitas digital → So Perbandingan sosial	0.401	0.161	0.45087

Uji Regresi Moderasi

Uji regresi moderasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan variabel kebijaksanaan dalam memoderasi hubungan antara identitas digital sebagai variabel independen dan perbandingan sosial sebagai variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian, kebijaksanaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perbandingan sosial ($\beta = 0.065$, $t = 1.305$, $p = 0.193$). Selain itu, interaksi antara identitas digital dan kebijaksanaan juga tidak signifikan secara statistik ($\beta = 0.026$, $t = 0.513$, $p = 0.608$). Temuan ini menunjukkan bahwa kebijaksanaan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara identitas digital dan perbandingan sosial. Hasil perhitungan lengkap disajikan pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Moderasi

Variabel	Unstandardized Coefficients		t	β (Standardized)	p
	B	Std. Error			
(Constant)	0.674	.410	1.646		.101
Identitas digital	0.700	.084	8.326	.395	.000

Kebijaksanaan	0.085	.065	1.305	.065	.193
ID*Kebijaksanaan	0.057	.112	0.513	.026	.608

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh identitas digital terhadap evaluasi sosial pada Generasi Z pengguna LinkedIn serta melihat peran kebijaksanaan sebagai variabel moderasi. Partisipan penelitian berjumlah 404 responden dengan komposisi gender yang seimbang, yaitu 187 laki-laki (46,3%) dan 217 perempuan (53,7%). Sebagian besar berada pada usia produktif awal, terutama usia 24 tahun (18,6%), serta memiliki tingkat keterlibatan digital yang tinggi, tercermin dari 149 responden yang mengakses LinkedIn sebanyak 3–6 kali per minggu. Mayoritas responden juga sedang bekerja (77,2%), sehingga dapat diasumsikan bahwa interaksi mereka dengan platform profesional ini bersifat aktif dan relevan dengan operator pengembangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa identitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap korelasi sosial, dibuktikan melalui korelasi Pearson $r = 0.401$, $p < 0.001$, serta hasil regresi yang menguatkan bahwa identitas digital merupakan prediktor signifikan terhadap korelasi sosial ($t = 8.772$, $p < 0.01$). Model regresi secara keseluruhan juga signifikan ($F = 76.943$, $p < 0.001$), dengan koefisien determinasi $R^2 = 0.161$. Artinya, identitas digital menjelaskan 16.1% variasi perbandingan sosial pada pengguna LinkedIn, sedangkan 83.9% lainnya dipengaruhi faktor lain di luar cakupan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbandingan sosial, dan temuan ini sejalan dengan prinsip dasar teori Festinger perbandingan sosial yang menyatakan bahwa orang mengevaluasi pendapat dan kemampuannya sendiri dengan membandingkannya dengan orang lain. Dalam konteks media digital, proses ini semakin intens karena identitas yang ditampilkan secara berani menjadi sumber utama untuk menilai diri dalam hubungan sosial. Studi kontemporer mengkonfirmasi relevansi teori tersebut di era media sosial misalnya, penelitian terbaru menemukan bahwa platform media sosial memberikan peluang berkelanjutan untuk perbandingan ke atas dan ke bawah, menjadikan perbandingan sosial sebagai mekanisme utama evaluasi diri online (Wayment & Taylor, 2020). Penguatan lain datang dari temuan bahwa sifat identitas online yang dikurasi dan diidealkan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk membandingkan harga diri mereka dengan presentasi digital orang lain (Lee, 2021). Secara keseluruhan, bukti-bukti terkini menunjukkan bahwa mekanisme sosial yang dijelaskan Festinger tetap bekerja kuat dalam konteks identitas digital, terutama ketika representasi diri secara berani menjadi rujukan penting bagi individu dalam memancarkan kemampuan, penampilan, maupun pencapaian.

Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa kebijaksanaan tidak mampu memoderasi hubungan antara identitas digital dan perbandingan sosial. Padahal, secara konseptual, kebijaksanaan dianggap sebagai faktor pelindung psikologis yang membantu individu merefleksikan diri dan mengurangi tekanan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa kebijaksanaan tidak selalu termanifestasi secara konsisten lintas situasi, khususnya dalam konteks yang sarat dengan tekanan sosial dan kompetisi. Individu cenderung menunjukkan penalaran bijaksana yang lebih rendah ketika terlibat langsung dalam situasi yang mengancam harga diri atau status sosialnya (Brienza et al., 2018). Temuan ini Studi perkembangan psikologis menemukan bahwa kebijaksanaan pada orang dewasa muda masih bersifat fluktuatif

dan belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai sumber regulasi diri yang efektif, sehingga kurang mampu menahan dorongan evaluasi sosial yang dipicu oleh lingkungan digital yang kompetitif (Ardelt et al., 2019).

Nilai koefisien determinasi penelitian ini juga menunjukkan bahwa identitas digital hanya menjelaskan sebagian kecil variasi dari perbandingan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor psikologis lain yang memiliki pengaruh lebih kuat. Sejalan dengan itu, studi psikologi menunjukkan bahwa kecemasan sosial secara konsisten dikaitkan dengan keterlibatan yang lebih besar dalam perbandingan sosial online dan penggunaan media sosial yang maladaptif (Marino et al., 2017). Penelitian menunjukkan bahwa remaja akhir dan dewasa muda menunjukkan sensitivitas yang lebih tinggi terhadap pencapaian teman sebaya dan umpan balik sosial di media digital, yang secara signifikan meningkatkan intensitas komunikasi sosial dan evaluasi diri dibandingkan kelompok usia yang lebih tua (Faelens et al., 2021). Selain itu, fenomena FOMO menjadi pemicu penting dalam intensitas perbandingan sosial. Penelitian menemukan bahwa FOMO dikaitkan dengan peningkatan keterlibatan di media sosial, didorong oleh keinginan terus-menerus untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski et al., 2013), dan hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa FOMO secara signifikan memprediksi penggunaan media sosial kompulsif dan mengintensifkan kecenderungan pengguna untuk memantau aktivitas online orang lain (Alutaybi et al., 2020). Lebih jauh, Temuan terbaru menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kepekaan tinggi terhadap indikator status sosial digital, seperti pencapaian dan validasi sosial, yang mendorong keterlibatan komunikasi sosial secara lebih intens dibandingkan generasi sebelumnya (Schmuck et al., 2019).

Temuan penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman bahwa platform profesional seperti LinkedIn tidak sekadar menjadi ruang jaringan karier, tetapi juga arena perbandingan sosial berbasis kompetensi dan pencapaian. Penelitian Niu et al. (2022) menunjukkan bahwa paparan profil profesional dan narasi kesuksesan meningkatkan tekanan performatif dan evaluasi diri pada usia produktif awal. Dengan demikian, ketidakhadiran efek moderasi kebijaksanaan menjadi indikator bahwa dinamika digital yang kompetitif lebih dominan daripada mekanisme reflektif internal. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi konselor karier dan lembaga pendidikan untuk mengembangkan literasi digital yang menekankan kesehatan mental, terutama dalam menghadapi dampak perbandingan sosial di platform profesional. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup variabel yang sempit. Penelitian lanjutan perlu mempertimbangkan variabel seperti *self-efficacy*, regulasi emosi, dan gaya berpikir reflektif untuk memahami dinamika perbandingan sosial secara lebih menyeluruh di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh identitas digital terhadap evaluasi sosial pada Generasi Z pengguna LinkedIn serta menilai peran kebijaksanaan sebagai moderator variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi sosial, yang mengindikasikan bahwa semakin kuat identitas digital yang ditampilkan pada platform profesional, semakin tinggi kecenderungan individu untuk menyiarkan diri melalui komunikasi dengan pencapaian dan representasi profesional pengguna lain. Temuan ini menegaskan bahwa LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai media jejaring karir, tetapi juga menjadi arena perbandingan sosial berbasis kompetensi dan prestasi.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi teori perbandingan sosial dalam konteks digital profesional. Identitas digital yang dikurasi dan bersifat performatif memperkuat proses evaluasi diri melalui komunikasi sosial, terutama pada Generasi Z yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap umpan balik sosial dan pencapaian teman sebaya. Namun, kebijaksanaan tidak terbukti berperan sebagai variabel moderator, yang menunjukkan bahwa kapasitas reflektif ini belum mampu meredam kecenderungan kecenderungan sosial dalam lingkungan digital yang kompetitif, khususnya pada fase dewasa muda.

Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan literasi digital dan intervensi psikologis yang berfokus pada kesejahteraan mental Generasi Z dalam konteks platform profesional. Lembaga pendidikan dan konselor karier perlu merancang program yang memperkuat efikasi diri, regulasi emosi, dan pemaknaan karir untuk membantu individu mengelola tekanan gaji sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel psikologis dan menggunakan desain longitudinal guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komunikasi sosial di era kerja digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Mengatasi Rasa Takut Ketinggalan (Fomo) Di Media Sosial: Metode Fomo-R. *Jurnal Internasional Penelitian Lingkungan dan Kesehatan Masyarakat*, 17 (17), 6128. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Ardelt, M., & Jeste, DV (2018). Kebijaksanaan Dan Masa-Masa Sulit: Efek Perbaikan Kebijaksanaan Pada Hubungan Negatif Antara Peristiwa Kehidupan Yang Merugikan Dan Kesejahteraan. *Jurnal Gerontologi: Seri B*, 73 (8), 1374–1383. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbx117>
- Ardelt, M., Gerlach, KR, & Vaillant, GE (2019). Prediktor Kebijaksanaan Dan Kesejahteraan Subjektif Di Usia Tua Pada Masa Awal Dan Pertengahan Kehidupan. *Jurnal Gerontologi: Ilmu Psikologi*, 74 (8), 1354–1364. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbx165>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik pemuda Indonesia 2025* . <https://www.bps.go.id>
- Brienza, JP, Kung, FYH, Santos, HC, Bobocel, DR, & Grossmann, I. (2018). Kebijaksanaan, Bias, Dan Keseimbangan: Menuju Pengukuran Kognisi Terkait Kebijaksanaan Yang Sensitif Terhadap Proses. *Jurnal Kepribadian dan Psikologi Sosial*, 115 (6), 1093–1126. <https://doi.org/10.1037/pspp0000171>
- Brillon, A., Visser, M., & Roche, M. (2025). Perbandingan Sosial Ke Atas Di Media Sosial Profesional Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Orang Dewasa Muda. *Jurnal Psikologi Media*, 37 (1), 12–25. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000350>
- de Vries, DA, & Kühne, R. (2015). Facebook Dan Persepsi Diri: Kerentanan Individu Terhadap Perbandingan Sosial Negatif Di Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217–221. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Fried, E., De Raedt, R., & Koster, EHW (2021). Pengaruh Negatif Penggunaan Facebook Melalui Perbandingan Sosial Dan Perenungan. *Current Opinion in Psychology*, 36 , 43–47. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Festinger, L. (1954). Sebuah Teori Tentang Proses Perbandingan Sosial. *Hubungan Manusia*, 7 (2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>



- GoodStats. (2024). *Laporan Tenaga Kerja Pemuda: Persaingan Kerja Digital Di Asia Tenggara*. <https://goodstats.id>
- Grossmann, I., Weststrate, NM, & Ardelt, M. (2020). Ilmu Kebijaksanaan Dalam Psikologi: Mendefinisikan, Mengukur, Dan Memelihara Pemikiran Bijak. *Psychological Inquiry*, 31 (2), 142–159. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2020.1750917>
- Kim, J., & Lee, JR (2022). Presentasi Diri Strategis Dan Konstruksi Identitas Ideal Di Situs Jejaring Sosial. *Komputer Dalam Perilaku Manusia*, 130, 107–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107119>
- Lee, SY (2021). Bagaimana Orang Membandingkan Diri Mereka Dengan Orang Lain Di Situs Jejaring Sosial?: Peran Presentasi Diri Yang Dikurasi Dan Orientasi Perbandingan Sosial. *Computers in Human Behavior*, 115, 106610. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106610>
- Liu, Y., Wang, X., & Zhang, L. (2023). Perbandingan Sosial Di LinkedIn Dan Dampak Psikologisnya Pada Pencari Kerja. *Computers in Human Behavior*, 140, 107602. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107602>
- Marino, C., Finos, L., Vieno, A., Lenzi, M., & Spada, MM (2017). Perilaku Facebook Objektif: Perbedaan Antara Pengguna Bermasalah Dan Tidak Bermasalah. *Computers in Human Behavior*, 73, 541–546. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.015>
- Niu, G., Sun, X., Zhou, Z., Yu, F., Yang, S., & Fan, C. (2022). Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dan Perbandingan Sosial: Sebuah Meta-Analisis. *Psikologi Terkini*, 41, 4114–4128. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00827-9>
- Odgers, CL, & Jensen, MR (2020). Tinjauan Penelitian Tahunan: Teknologi Digital, Perkembangan Identitas, Dan Masa Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Anak dan Psikiatri*, 61 (3), 336–351. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13207>
- Przybylski, AK, Murayama, K., DeHaan, CR, & Gladwell, V. (2013). Korelasi Motivasi, Emosional, Dan Perilaku Dari Rasa Takut Ketinggalan. *Komputer Dalam Perilaku Manusia*, 29 (4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J., & Stevic, A. (2019). Melihat Ke Atas Dan Merasa Ke Bawah: Pengaruh Penggunaan Situs Jejaring Sosial Seluler Terhadap Perbandingan Sosial Ke Atas, Harga Diri, Dan Kesejahteraan Pengguna Ponsel Pintar Dewasa. *Telematika dan Informatika*, 42, 101240. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240>
- Scuderia, M. (2024). *Statistik pengguna LinkedIn di Indonesia 2024*. Social Media Insights Asia. <https://socialmediainsights.asia/linkedin-indonesia-2024>
- Wayment, HA, & Taylor, SE (2020). Proses Evaluasi Diri Dalam Konteks Media Sosial. *Current Opinion in Psychology*, 36, 41–46. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.006>