

## **The Relationship of Gratitude with Subjective Well-Being In Social Media Addicts**

### **Hubungan *Gratitude* Dengan *Subjective Well-Being* Pada Pecandu Media Sosial**

**Suci Rahmita Sari<sup>1</sup>, Rahayu Hardianti Utami<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: [sucirahmita16@gmail.com](mailto:sucirahmita16@gmail.com)

#### **Abstract**

*This study aims to look at the relationship between gratitude and subjective well-being in social media addicts. The research method used in this study is quantitative with a correlational approach. The research sample consists of addictive social media users with an age level of 18-24 years and using social media Instagram and Tiktok. Data collection applies the use of the Satisfaction With Life Scale (SWLS) and the Positive Affect Negative Affect Schedule (PANAS) for measurement of subjective well-being components. Gratitude measurement applies the use of The Gratitude Questionnaire-Six Item Form (GQ-6) scale which has been adapted to the Indonesian language. Meanwhile, Bergen Social Media Addiction (BSMAS) is used to identify addictive social media users. Correlation test technique through product moment technique was used as a method in analyzing research data. The results show that there is no relationship between gratitude and life satisfaction, while subsequently there is a positive relationship between gratitude and positive affect and there is no relationship between gratitude and negative affect in social media addicts. This study provides potential implications in further studies on the dynamics of the relationship that occurs between gratitude and components of subjective well-being specifically in social media addicts.*

**Keyword:** *Gratitude, Subjective well-being, Social media addicts*

#### **Abstrak**

Studi ini bertujuan dalam melihat hubungan antara *gratitude* dengan *subjective well-being* pada pecandu media sosial. Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel penelitian terdiri dari pengguna media sosial adiktif dengan jenjang umur 18-24 tahun dan menggunakan sosial media Instagram dan Tiktok. Pengumpulan data mengaplikasikan penggunaan skala *Satisfaction With Life Scale* (SWLS) dan *Positive Affect Negative Affect Schedule* (PANAS) untuk pengukuran komponen *subjective well-being*. Pengukuran *gratitude* mengaplikasikan penggunaan skala *The Gratitude Questionnaire-Six Item Form* (GQ-6) yang telah diadaptasikan ke bahasa Indonesia. Sedangkan, *Bergen Social Media Addiction* (BSMAS) digunakan untuk mengidentifikasi pengguna media sosial adiktif. Teknik uji korelasi melalui teknik *product moment* digunakan sebagai metode dalam analisis data penelitian. Hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *gratitude* dengan kepuasan hidup, sedangkan selanjutnya terdapat hubungan positif antara *gratitude* dengan afek positif, dan tidak terdapat hubungan *gratitude* dengan afek negatif pada pecandu media sosial. Studi ini memberikan implikasi potensial dalam studi lebih lanjut pada dinamika hubungan yang terjadi antara *gratitude* dengan komponen *subjective well-being* secara khusus pada pecandu media sosial.

**Kata Kunci:** *Gratitude, Subjective well-being, pecandu media sosial*

## PENDAHULUAN

Penggunaan dari media sosial menarik masyarakat umum mulai dari anak-anak hingga dewasa hampir memiliki akun media sosial (Saekoko & Arianti, 2024). Pengguna media sosial didominasi oleh kelompok usia dengan rentang 18-25 tahun (Praditha & Wulanyani, 2024). Hal ini juga didukung dari penelitian Milian et al, (2022) menunjukkan bahwa pengguna media sosial terbanyak berada pada kelompok dengan usia 18-24 tahun sebanyak 84,3%, dengan Instagram dan TikTok sebagai media sosial yang sering digunakan oleh responden pada penelitian tersebut. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian (Liah et al., 2023) bahwa partisipan pada penelitian lebih sering menggunakan media sosial berupa TikTok, Instagram, dan Twitter. Sehingga memungkinkan pada kelompok ini rentan ketergantungan terhadap internet dan media sosial (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

Mackson et al, menyatakan bahwa penggunaan media sosial lebih dari 2 jam dalam sehari dapat meningkatkan tekanan psikologis seperti depresi dan kecemasan, akan tetapi pengurangan dalam penggunaan media sosial juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan, namun berpengaruh kepuasan diri (Rahman et al., 2021). Selain itu, permasalahan pada pola pikir yang berorientasi pada kehidupan orang lain dan memaksakan gaya hidup yang tidak sesuai dengan kemampuan ekonomi menimbulkan ketidakpuasan terhadap kehidupan sendiri yang disertai dengan emosi-emosi negatif seperti stres, depresi, hingga bunuh diri (Satria et al., 2019). Sehingga penggunaan media sosial berkemungkinan membuat individu kesulitan dalam menerima diri sendiri, mengkritik diri sendiri serta memiliki keyakinan bahwa dirinya tidak cukup yang memicu tingkat depresi (Meilana, 2021)

Dari berbagai dinamika yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial yang disebutkan sebelumnya, pengguna media sosial akan merefleksikan evaluasi kesejahteraan subjektif terhadap pengalaman yang terjadi pada dirinya. Kesejahteraan subjektif atau *subjective well-being* menurut Diener et al, (2002) mendefinisikan sebagai evaluasi individu yang ditinjau dari dua aspek, yaitu kognitif pada kepuasan dan pemenuhan serta afektif pada reaksi emosional terhadap peristiwa yang dialami oleh individu. Komponen kognitif berarti evaluasi individu terhadap kehidupannya dalam menilai hidupnya sesuai dengan harapan atau standar ideal yang berujung pada kepuasan hidup pada individu tersebut dan komponen afektif merupakan perasaan positif dan negatif yang terjadi pada individu dalam pengalaman yang dialaminya, sehingga dikatakan bahwa individu yang memiliki komponen afektif yang tinggi jika individu tersebut lebih sering merasakan perasaan positif dibanding perasaan negatif (Atmadja dan Kiswantomo, 2020).

Tingkat *subjective well-being* pada individu tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, namun juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya seperti kepribadian, dukungan sosial, *self-esteem*, *forgiveness*, *spiritualitas*, dan kebersyukuran (Dewi & Nasywa, 2019). Salah satu variabel yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kebersyukuran (*gratitude*). Hal ini dikarenakan *gratitude* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dari *subjective well-being* (Gaol & Darmawanti, 2022).

Diener et al, (2018) yang menyatakan bahwa perasaan subjektif akan kebahagiaan dan kepuasan hidup bermanfaat bagi keberfungsian efektif individu dan masyarakat. Ketika adanya rasa bersyukur (*gratitude*) yang dimiliki pada individu akan memiliki kesadaran tentang kebaikan, pemberian, penghargaan, serta penerimaan yang diberikan oleh Tuhan dan orang disekitarnya (Gaol, et al., 2022). Sehingga rasa syukur tersebut akan berdampak baik pada lingkungan individu tersebut seperti adanya perasaan menghargai atau terima kasih.

Dampak negatif dari penggunaan media sosial diindikasikan memiliki keterkaitan dengan adanya tingkat kebersyukuran yang dimiliki oleh individu. Perbandingan sosial yang sering terjadi pada pengguna media sosial disimpulkan individu tersebut memiliki kurangnya rasa syukur, begitu juga sebaliknya, individu dengan rasa syukur tinggi akan jarang melakukan perbandingan sosial (Winata & Andangsari, 2017). Selain itu, dalam hal kecemasan, Umi dan Mubarak (2017) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa semakin tinggi kebersyukuran yang dimiliki

seseorang, maka semakin rendah kecemasan. Kebersyukuran juga dianggap mampu meningkatkan kesejahteraan subjektif pada individu melalui dari aspek kepuasan hidup baik dari kepuasan hidup secara global maupun dalam domain kehidupan (haq et al., 2021). Berdasarkan dinamika yang muncul dari keadaan *subjective-well-being* pada pecandu media sosial. Studi ini berusaha menggali hubungan antara *gratitude* dengan *subjective well-being* pada pecandu media sosial.

## METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Jenis penelitian ini adalah metode mengumpulkan data melalui alat ukur yang telah ditentukan peneliti untuk disebarakan kepada sampel untuk memperoleh data yang bersifat alami (Sugiyono, 2013). Teknik *sampling* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Sugiyono (2013) mendefinisikan *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk penentuan sampel yang didasarkan pada karakteristik-karakteristik tertentu. Karakteristik sampel pada penelitian ini adalah: (1) pengguna media sosial dengan umur 18-24 tahun; (2) pengguna media sosial yang menggunakan platform Instagram dan Tiktok. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 119 orang dengan penarikan sampel menggunakan formula yang dikembangkan oleh Lemeshow et al, (1990).

**Tabel 1. Reliabilitas Skala**

Instrumen Skala	Reliabilitas	
	Nilai Reliabilitas	Keterangan
<i>Positive Affect</i>	0.909	Reliabel
<i>Negative Affect</i>	0.879	Reliabel
<i>Satisfaction With Life Scale</i>	0.814	Reliabel
<i>The Gratitude Questionnaire</i>	0.845	Reliabel

Skala *subjective well-being* melalui skala bahasa Indonesia yang diadaptasi Akhtar (2019) dari *Satisfaction With Life Scale* (SWLS) oleh Diener et al, (1985) bertujuan untuk mengukur kepuasan hidup pada individu dan skala *Positive Affect Negative Affect Schedule* (PANAS) oleh Watson et al, (1988) untuk mengukur afeksi positif dan negatif pada individu. *Gratitude* diukur menggunakan skala *The Gratitude Questionnaire-Six Item Form* (GQ-6) dari McCullough, Emmons, dan Tsang (2002) yang telah diadaptasi versi Indonesia oleh (Pamungkas, 2021). Sedangkan, pecandu media sosial diidentifikasi melalui skala *Bergen Social Media Addiction Scale* versi Indonesia (Sumaryati et al., 2024). Reliabilitas skala telah mempertimbangkan proses penggalan validitas melalui *expert judgement*, serta uji daya diskriminasi aitem yang didapat setelah uji coba skala. Data dikumpulkan melalui *google form* dan diolah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Deskripsi data bertujuan untuk menjelaskan hal-hal penting ditemukan dari data yang relevan dengan penelitian. Deskripsi data berisi rerata hipotetik dan rerata empirik yang diperoleh dari data penelitian pada skala pengukuran *gratitude* dan *subjective well-being*.

**Tabel 2. Skor Hipotetik dan Empirik *Gratitude* dan Komponen *Subjective Well-Being***

Variabel/Komponen	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Kepuasan Hidup	5	35	20	5	8	35	19.34	6.043
Afek Positif	9	45	27	6	13	44	31.55	6.450
Afek Negatif	10	50	30	6.6	16	48	32.97	6.651
<i>Gratitude</i>	6	42	24	6	14	42	33.32	5.8

Tabel 2 menunjukkan bahwa skor empirik dari kepuasan hidup memiliki rata-rata empirik yang lebih rendah dari mean hipotetik yaitu  $19.34 < 20$ , artinya subjek penelitian secara keseluruhan memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih rendah daripada dugaan penelitian.

**Tabel 3. Kategori Skor Komponen Subjective Well-Being**

Komponen Subjective Well-Being	Skor	Kategorisasi	F	(%)
Kepuasan Hidup	$X \leq 15$	Rendah	31	26.1%
	$15 < X \leq 25$	Sedang	71	59.7%
	$X > 25$	Tinggi	17	14.3%
<b>Jumlah</b>			<b>119</b>	<b>100%</b>
Afek Positif	$X \leq 21$	Rendah	9	7.6
	$21 < X \leq 33$	Sedang	64	53.8
	$X > 33$	Tinggi	46	38.7
<b>Jumlah</b>			<b>119</b>	<b>100%</b>
Afek Negatif	$X \leq 23.4$	Rendah	10	8.4
	$23.4 < X \leq 36.6$	Sedang	80	67.2
	$X > 36.6$	Tinggi	29	24.4
<b>Jumlah</b>			<b>119</b>	<b>100%</b>

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa ketiga aspek *subjective well-being* yaitu afek positif, afek negatif, dan kepuasan hidup pada subjek penelitian berada pada kategori sedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pecandu media sosial memiliki tingkat kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif yang cenderung berada pada kategori sedang.

**Tabel 4. Kategori Skor Skala Gratitude**

Skor	Kategorisasi	F	(%)
$X \leq 18$	Rendah	1	0.8%
$18 < X \leq 30$	Sedang	37	31.1%
<b><math>X &gt; 30</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>81</b>	<b>68.1%</b>
<b>Jumlah</b>		119	100%

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar subjek pecandu media sosial yaitu sebesar 81 orang (68%) berada pada tingkat *gratitude* kategori tinggi. *Gratitude* dengan kategori sedang sebanyak 37 orang (31.1%) dan kategori rendah sebanyak 1 orang (0.8%).

Selanjutnya, pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk menguji hipotesis apakah *gratitude* berkorelasi dengan komponen *subjective well-being* pada pecandu media sosial. Sebelum uji hipotesis, ketiga skala dilakukan uji prasyarat yakni uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas melalui Kolmogorov Smirnov pada tiap-tiap skala menunjukkan hasil nilai signifikansi, yaitu kepuasan hidup sebesar 0.426, komponen afektif sebesar 0.591, dan *gratitude* sebesar 0.061. Hasil uji linearitas menunjukkan hasil nilai signifikansi (*deviation from linearity*) pada *gratitude* dan kepuasan hidup sebesar 0.260 dan *gratitude* dengan komponen afektif sebesar 0.705. Berdasarkan hasil kedua uji prasyarat tersebut memenuhi asumsi pengujian  $> 0.05$ , maka dianggap normal dan linear.

**Tabel 5. Uji Hipotesis**

Variabel dan Komponen	Pearson Corelation	Sig.	Keterangan
<i>Gratitude</i> dan kepuasan hidup	0.168	0.068	H <sub>01</sub> Diterima/Tidak Berkorelasi
<i>Gratitude</i> dan Afek Positif	0.538	0.000	Ha <sub>2</sub> diterima/berhubungan
<i>Gratitude</i> dan Afek Negatif	-0.064	0.492	H <sub>03</sub> diterima/tidak berhubungan

Berdasarkan tabel 5, , nilai Sig. (2-tailed) pada variabel *gratitude* dan kepuasan hidup adalah  $0.068 > 0.05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Ha<sub>1</sub> ditolak atau H<sub>01</sub> diterima, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *gratitude* dengan kepuasan hidup. Variabel *gratitude* dan afek positif memiliki nilai Sig (2-tailed)  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa H<sub>02</sub> ditolak atau Ha<sub>2</sub> diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *gratitude* dengan afek positif pada pecandu media sosial. Selanjutnya, variabel *gratitude* dan afek negatif memiliki nilai Sig (2-tailed)

0.492 > 0.05, maka dikatakan bahwa  $H_{a3}$  ditolak atau  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *gratitude* dengan afek negatif.

## PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menyoroti adanya ketidakhubungan antara *gratitude* dengan kepuasan hidup, yang mana seharusnya mereka saling berhubungan. Namun, pada konteks pecandu media sosial (*social media addicts*) dalam kasus ini, *gratitude* yang tinggi tidak memiliki hubungan dengan kepuasan hidup yang sedang. Pecandu media sosial kerap tidak selalu menghubungkan orientasi positif dalam mengembangkan keadaan *subjective well-being* yang ada pada diri mereka. Berbanding terbalik dengan orang-orang yang tidak terindikasi adiktif, orang-orang yang tidak adiksi cenderung untuk mengembangkan orientasi yang positif (Zhao, 2021), sehingga beberapa konteks positif layaknya kebersyukuran yang baik dapat mampu meningkatkan keadaan *subjective well being* pada individu.

Pada pecandu media sosial memiliki kepuasan hidup pada kategori sedang yang berarti individu tersebut cukup mampu dalam mengevaluasi kehidupannya terhadap reaksi dari pengalaman hidupnya. Peningkatan pada media sosial berkorelasi dengan peningkatan pada tingkat kepuasan (Wang, 2021). Adanya penggunaan media sosial yang meningkat disebabkan adanya ketidakmampuan mereka dalam bersosialisasi dalam kehidupan nyata, sehingga terhadap penggunaan dari media sosial ini memberi mereka kepuasan yang sehingga memicu mereka untuk semakin terlibat didalamnya (Griffiths, 2013). Peningkatan pada kepuasan hidup yang dimiliki pada mayoritas pecandu media sosial dalam kasus ini, disebabkan oleh adanya manfaat sosial yang cukup besar melalui intensitas penggunaan media sosial sehingga menimbulkan peningkatan pada kepuasan hidup (Pang, 2018).

Adanya media sosial sebagai wadah komunikasi bagi setiap individu. Hadirnya media sosial memberikan efek dalam dinamika interaksi dan hubungan sosial yang dilakukan oleh tiap individu dengan orang lain (Sari et al., 2018). Hal ini ditunjukkan pada hasil penggunaan media sosial oleh pecandu media sosial, mayoritas responden menggunakan media sosial sebagai media komunikasi. Hubungan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan hidup (Diener, 1984). Salah satu faktor kunci yang berhubungan dengan hasil kesejahteraan adalah adanya penggunaan media sosial untuk tujuan komunikatif dibandingkan non komunikatif (Best et al., 2014). Maka, dapat dikatakan bahwa pecandu media sosial memiliki hubungan sosial yang baik sehingga memiliki kepuasan hidup yang cenderung baik.

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa dalam konteks adiksi media sosial, *gratitude* memiliki korelasi positif terhadap afek positif dan tidak memiliki hubungan dengan afek negatif. Pada komponen afektif terbagi atas dua yaitu afek positif dan negatif. Ditinjau dari afek positif, dikatakan bahwa semakin tinggi *gratitude* pada pecandu media sosial, maka semakin meningkat afek positifnya. Syukur sendiri merupakan orientasi umum terhadap apresiasi pada hal-hal positif sehingga pemanfaatan dari rasa syukur dapat dikembangkan dan mendorong prospektif positif terhadap kehidupan pada individu sehingga terbukti dalam meningkatkan afek positif dan menurunkan afek negatif (Greetham et al., 2015). Namun dalam kasus ini, skor afek negatif lebih mendominasi dibandingkan afek positif. Selain itu, mengekspresikan rasa syukur di media sosial juga turut berkontribusi pada keadaan emosi atau afek positif pada seseorang (Mateo et al., 2024). Ditinjau dari afek negatif, *gratitude* tidak berhubungan yang signifikan dengan afek negatif. *Gratitude* yang dimiliki oleh pecandu media sosial tidak selalu menurunkan afek negatif pada individu tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Sciara et al, (2021) yang menyatakan bahwa pada paparan rasa syukur pada konten media sosial tidak menemukan pengaruh yang signifikan pada *gratitude* dengan afek negatif. Sehingga hal ini memungkinkan paparan rasa syukur yang ditampilkan oleh media sosial tidak menunjukkan reaksi emosional negatif pada pecandu media sosial dalam kasus ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada hubungan *gratitude* dengan *subjective well-being* pada pecandu media sosial, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat korelasi antara *gratitude* dengan kepuasan hidup, terdapat korelasi positif antara *gratitude* dengan afek positif, dan tidak



terdapat korelasi antara *gratitude* dengan afek negatif. Pecandu media sosial pada studi ini memiliki kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif berada pada kategori sedang dan tingkat *gratitude* pada kategori tinggi. Mayoritas pada pecandu media sosial didominasi oleh mahasiswa (79%) dan tidak bekerja (89.1%).

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi terkait *gratitude* dan *subjective well-being* pada pecandu media sosial dan mengatasi kekurangan dari penelitian ini. Kemudian, peneliti selanjutnya bisa mendalami penelitian ini dengan mempertimbangkan media sosial lainnya yang mungkin berpengaruh pada variabel *gratitude* dan *subjective well-being*. Penelitian selanjutnya juga bisa mengeksplorasi faktor lainnya yang mungkin berhubungan dengan kepuasan hidup pada pecandu media sosial. Terakhir, peneliti selanjutnya juga bisa mengeksplorasi faktor lainnya yang mungkin berhubungan dengan kepuasan hidup dan afek negatif pada pecandu media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan media sosial (*fomo*) pada generasi milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 86-106.
- Akhtar, H. (2019). Evaluasi properti psikometris dan perbandingan model pengukuran konstruk *subjective well-being*. *Jurnal Psikologi*, 18(1), 29-40
- Atmadja, K., & Kiswantomo, H. (2020). Hubungan antara komponen-komponen *subjective-well being* dan *internet addiction*. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 4(1), 27-42.
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36.
- Dewi, L., & Nasywa, N. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi *Subjective well-being*. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 54-62.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575. doi:10.1037/0033-2909.95.3.542
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75
- Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). *Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction*. In *Handbook of positive psychology*. Oxford University Press
- Diener, Ed., Lucas, Richard. E., & Oishi, Shigero. (2018). *Subjective well being: the science of happiness and life satisfaction*. Dalam C.R. Synder & S.J. Lopez (edtr.), *Handbook of positive psychology* (hal 63-73). New York: Oxford University Press
- Gaol, T. P. L., & Darmawanti, I. (2022). Hubungan antara *gratitude* dengan *Subjective well-being* pada mahasiswa psikologi Unesa di masa pandemi covid-19. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(1), 180-194.
- Greetham, D. V., Sengupta, A., Hurling, R., & Wilkinson, J. (2015). Interventions in social networks: impact on mood and network dynamics. *Advances in Complex Systems*, 18(03n04), 1550016.
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), 1-2.
- Haq, M. S., Diponegoro, A. M., & Purwadi, P. (2021). Hubungan antara Kebersyukuran dan Subjective Well-Being pada Perawat Wanita dan Bidan di RSUD Sis Al-Djufrie Palu. *Psyche 165 Journal*, 148-152
- Lemeshow, S. (1990). Adequacy of sample size in health studies.
- Liah, A. N., Maulana, F. S., Aulia, G. N., Syahira, S., Nurhaliza, S., Rozak, R. W. A., & Insani, N. N. (2023). Pengaruh media sosial terhadap Degradasi Moral Generasi Z. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 68-73.
- Mateo, Hitl., Greb, N., & Bagić Babac, M. (2024). Quantitative analysis of the relationship between expressing Gratitude and forgiveness and user sentiment on social media. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J.-A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>

- Meilana, M. S. (2021). Media Sosial Bagi Penerimaan Diri, Harga Diri Dan Kebahagiaan Remaja: Apakah Akan Merusak Atau Membangun?. *Jurnal Selaras: Kajian Bimbingan dan Konseling serta Psikologi Pendidikan*, 4(2), 132-143.
- Milian, G. U. A. P., Buntoro, I. F., Sagita, S., & Hutasoit, R. M. (2022). Hubungan Antara Lama Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Kecemasan Dalam Menerima Vaksin Covid-19 Bagi Masyarakat Di Kota Kupang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 254-260.
- Pamungkas, T. B. (2021). *Hubungan syukur dengan kesejahteraan psikologis pada pedagang asongan di kawasan taman jam gadang kota bukittinggi. Skripsi*. Padang: Universitas Negeri Padang
- Pang, H. (2018). Exploring the beneficial effects of social networking site use on Chinese students' perceptions of social capital and psychological well-being in Germany. *International Journal of Intercultural Relations*, 67, 1-11.
- Praditha, K. S. G., & Wulanyani, N. M. S. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa: Literature Review. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 2506-2524
- Rahman, S., Nawal, N., Insani, H. M., & Tobing, E. I. L. (2021). Penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan psikologis orang dewasa. *Mempersiapkan Generasi Digital Yang Berwatak Sociopreneur: Kreatif, Inisiatif, dan Peduli di Era Society 5.0*.
- Saekoko, P. P., & Arianti, R. (2024). Hubungan antara Happiness dengan Fear of Missing Out pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial di NTT. *Kajian Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(1), 13-22.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Satria, J., Listiyandini, R. A., Rahmatika, R., & Kinanthi, M. R. (2019). Pelatihan kebersyukuran untuk meningkatkan emosi positif. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 59-65.
- Sciara., Daniela, Villani., Anna, Flavia, Di, Natale., Camillo, Regalia. (2021). 3. *Gratitude and Social Media: A Pilot Experiment on the Benefits of Exposure to Others' Grateful Interactions on Facebook.. Frontiers in Psychology*, doi: 10.3389/FPSYG.2021.667052
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (18<sup>th</sup> Ed). Bandung: Alfabeta.
- Sumaryati, I. U., Sirodj, D. A. N., & Gadama, M. (2024). Adaptasi Indonesia Bergen Social Media Addiction Scale. *Jurnal Psikogenesis*, 12(1), 10-18.
- Umi & Mubarak, M. (2017). Pengaruh Kebersyukuran Terhadap Kecemasan Menghadapi Persalinan Pada Ibu Hamil Trimester Tiga Di Banjarmasin. *Jurnal Psikologi*, 13(1), 73-80.
- Wang, X. (2021). Positive Emotions' Role on Social Media Addiction among Chinese Young Adults. In *2021 4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2021)* (pp. 2214-2218). Atlantis Press.
- Watson, David; Clark, Lee A.; Tellegen, Auke. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales.. , 54(6), 1063–1070. doi:10.1037/0022-3514.54.6.1063
- Winata, C., & Andangsari, E. W. (2017). Dispositional gratitude and social comparison orientation among social media users. *Humaniora*, 8(3), 229-237.
- Zhao, L. (2021). The impact of social media use types and social media addiction on subjective well-being of college students: A comparative analysis of addicted and non-addicted students. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100122.