

Abstrak

Di era industri 4.0 bidang teknologi dan informasi berkembang sangat pesat karena hampir semua aktivitas yang dilakukan tidak lepas dari teknologi dan cara berkomunikasi dapat dilakukan melalui media sosial. Tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui peran *self-esteem* sebagai variabel moderator pada pengaruh *social comparison* terhadap *subjective well-being* pada mahasiswa pengguna media sosial. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional. Responden dalam penelitian ini sebanyak 379 orang yang merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu INCOM (Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale), RSES, SWLS dan PANAS-SF dan teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda dan uji Process. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social comparison* berpengaruh secara signifikan terhadap *subjective-wellbeing* dengan nilai signifikansi ($0.002 P < 0.05$) *self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap *subjective-wellbeing* dengan nilai signifikansi ($0.000 P < 0.05$) dengan nilai R^2 sebesar 0.421 atau 42.1% artinya bahwa sebesar 42.1% varians variabel *subjective well-being* dipengaruhi oleh variabel *social comparison* dan *self-esteem*, selain itu sebesar 57.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Sedangkan *self-esteem* tidak dapat menjadi variabel moderator dalam penelitian ini dengan nilai $p\text{-value } 0.1233 > 0.05$.

Kata kunci : *social comparison, self-esteem, subjective well-being*