



Adaptasi dan Validasi Alat Ukur SAI (*Social Awareness Inventory*) di Indonesia Menggunakan CFA

Aya Oqi Rahmawati*, M. Nursalim Malay, dan Citra Wahyuni

Fakultas Ushuludin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, Lampung 35111, Indonesia

*E-mail: oqiaya@gmail.com

Abstrak

Kesadaran sosial merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan merespons isu-isu sosial yang ada di sekitarnya, serta berkontribusi dalam menciptakan perubahan positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi dan memvalidasi alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) dalam konteks budaya Indonesia menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Proses adaptasi melibatkan penerjemahan, sintesis, uji coba, serta validasi oleh para ahli. Uji reliabilitas dengan *alpha* Cronbach dan McDonald's *omega* menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan nilai masing-masing .923 dan .922 menandakan alat ini konsisten dalam mengukur kesadaran sosial. Hasil CFA menunjukkan bahwa model pengukuran yang dimodifikasi memenuhi syarat validitas model berdasarkan rentang nilai *loading* faktor masing-masing item sebesar .333 sampai dengan .682. Sedangkan untuk standar CFA yaitu dengan hasil CFI = .994, TLI = .990, RMSEA = .011, dan SRMR = .034 menunjukkan model sesuai standar kecocokan. Alat ukur ini terbukti valid dan reliabel untuk mengukur kesadaran sosial pada Generasi Z di Indonesia, yang mencakup tiga dimensi utama: *Tacit Awareness*, *Focal Awareness*, dan *Content Awareness*. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika kesadaran sosial, khususnya pada Generasi Z, alat ukur ini valid serta dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

Kata kunci: kesadaran sosial, Generasi Z, validasi, CFA, alat ukur

Adaptation and Validation of the SAI (*Social Awareness Inventory*) Measuring Instrument in Indonesia Using CFA

Abstract

Social awareness refers to an individual's ability to understand and respond to social issues in their surroundings, as well as to contribute to creating positive change. This study aims to adapt and validate the Social Awareness Inventory (SAI) within the Indonesian cultural context using Confirmatory Factor Analysis (CFA). The adaptation process involved translation, synthesis, pilot testing, and expert validation. Reliability testing using Cronbach's Alpha and McDonald's Omega produced excellent results, with values of .923 and .922, respectively, indicating that the instrument is consistent in measuring social awareness. The CFA results showed that the modified measurement model met the model validity requirements, with factor loadings for each item ranging from .333 to .682. According to CFA standards, the results CFI = .994, TLI = .990, RMSEA = .011, and SRMR = .034 indicated an acceptable model fit. This instrument was proven to be valid and reliable for measuring social awareness among Generation Z in Indonesia, encompassing three main dimensions: Tacit Awareness, Focal Awareness, and Content Awareness. The findings of this study provide a significant contribution to understanding the dynamics of social awareness, particularly among Generation Z, and establish a valid foundation for future research.

Keywords: social awareness, generation z, validation, CFA, measurement instrument

Pendahuluan

Kesehatan mental telah menjadi salah satu isu kesehatan masyarakat yang semakin diakui penting (Rich & O'Donnell, 2023; Yuliasari & Pusvitasari, 2023). Menurut WHO, gangguan kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan menjadi salah satu penyebab utama hilangnya produktivitas di dunia (Panggalo et al., 2024). Namun, perhatian terhadap kesehatan mental masih sering kali terbatas (Wijaya, 2019; Novianty & Cuwandayani, 2021).

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, informasi tentang kesehatan mental banyak disuarakan oleh Generasi Z. Generasi Z sangat menyadari akan pentingnya kesehatan mental, baik untuk diri mereka sendiri maupun orang lain (Rudianto, 2022). Generasi Z lebih terbuka untuk membahas isu-isu kesehatan mental dan mendukung inisiatif yang mendobrak stigma terhadap penyakit mental (Baral et al., 2022). Hal ini merupakan bagian dari kesadaran sosial yang lebih luas yang mendorong mereka untuk mendukung lingkungan yang sehat secara mental dan emosional bagi orang-orang di sekitar mereka (Habibah et al., 2024).

Kesadaran sosial menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat (Lubis & Nasution, 2023; Zulfa & Najicha, 2022). Kesadaran sosial merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan merespons isu-isu sosial yang ada di sekitarnya, serta berkontribusi dalam menciptakan perubahan positif di masyarakat (Septianingsih et al., 2024). Dinamika lingkungan sosial pun sangat berpengaruh dalam perkembangan Generasi Z dalam membentuk kesadaran sosialnya (Lestari, 2021). Generasi Z adalah generasi yang saat ini sedang berkembang dan memiliki karakteristik unik, terutama dalam hal kesadaran sosial mereka terhadap lingkungan sekitar (Andini Sudirman et al., 2024). Menurut American Student Assistance (2022), Generasi Z adalah generasi yang sangat peka terhadap isu-isu sosial, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan pengalaman hidup di tengah berbagai isu global. Namun, Generasi Z memiliki kesadaran sosial (*social awareness*) dan moral yang lemah dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z terlalu fokus dengan gadget sehingga terkesan mengabaikan lingkungan sekitarnya (Fusnika & Dua, 2019). Kesadaran sosial, yang melibatkan pemahaman terhadap isu-isu sosial dan empati terhadap sesama, turut memiliki peran penting dalam mengatasi isu kesehatan mental (Safitri, 2024; Fitri et al., 2023). Ketika masyarakat lebih sadar akan pentingnya kesadaran sosial dan mendorong mengenai isu kesehatan mental, stigma terhadap gangguan mental dapat berkurang, dan individu yang mengalami masalah kesehatan mental merasa lebih didukung dan tidak sendirian (Manjari & Sudhesh, 2024).

Beberapa peneliti terdahulu banyak yang meneliti kesadaran sosial dengan berbagai macam definisi, seperti teori *Social Connectedness* dari Lee & Robbins (1995) mendefinisikan bahwa keterhubungan sosial adalah kesadaran subjektif individu untuk berada dekat dengan kehidupan sosialnya secara umum. Alat ukur yang mengukur ini telah diadaptasi di Indonesia versi revisi yaitu *Social Connectedness Scale Revised* (SCS-R) edisi bahasa Indonesia (Bagaskara & Widyastuti, 2023). Selain itu, teori lain yang membahas kesadaran sosial adalah teori *Social Sensitivity* oleh Sieber & Stanley (1988), yang mendefinisikan kesadaran sosial sebagai penggambaran yang memiliki potensi konsekuensi sosial bagi para partisipan atau kelompok orang. Selanjutnya, Wegner dan Giuliano (1982) mendefinisikan *social awareness* sebagai peristiwa mental seseorang kemudian membentuk representasi mental dari diri sendiri atau orang lain. Teori *Social Awareness* memiliki alat ukur yaitu *Social Awareness Inventory* (SAI) yang dikonstruksikan oleh Sheldon (1996).

Sheldon (1996) membuat konstruk kesadaran sosial berdasarkan persilangan tiga dimensi, yaitu *tacit awareness* (perspektif diri sendiri dan orang lain), *focal awareness* (diri sendiri sebagai objek dan orang lain sebagai objek), dan *awareness content* (kesadaran yang dapat diamati dan pengalaman yang tidak dapat diamati). Konstruk *Social Awareness* yang berdasarkan konstruk dibedakan menjadi dua target yaitu *self as target* dan *others as target*. Dari persilangan dimensi terdapat delapan subskala dari *Social Awareness* tersebut yaitu: (1) *self-experience from the self-perspective*, (2) *self-experience from the other's perspective*, (3) *self-appearance from the self-perspective*, (4) *self-appearance from the other's perspective*, (5)

other's experience from the self-perspective, (6) *other's experience from the other's perspective*, (7) *other's appearance from the self-perspective*, dan (8) *other's appearance from the other's perspective*. Hal ini dinilai peneliti lebih kompleks dan komprehensif dalam mengukur kesadaran sosial termasuk di kalangan Generasi Z.

Alat ukur kesadaran sosial, seperti *Social Awareness Inventory* (SAI), dirancang untuk mengevaluasi berbagai dimensi kesadaran sosial, termasuk empati, keterlibatan sosial, dan pemahaman terhadap isu-isu sosial (Sheldon, 1996). Oleh karena itu, penting untuk memiliki alat ukur yang valid dan reliabel untuk menilai kesadaran sosial individu (Azwar, 2022). Dengan adanya alat ukur ini, peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi tingkat kesadaran sosial individu atau kelompok, serta merancang intervensi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran sosial di masyarakat. Penggunaan alat ukur yang dikembangkan di negara lain tidak selalu dapat diterapkan secara langsung di Indonesia (Purwono & Warni, 2024).

Perbedaan budaya, nilai-nilai sosial, dan konteks lokal dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas alat ukur tersebut (Azwar, 2022b; van de Vijver & Tanzer, 2004). Oleh karena itu, adaptasi dan validasi alat ukur SAI di Indonesia menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa alat tersebut dapat digunakan secara efektif dalam konteks budaya Indonesia (Purwono & Warni, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk melakukan adaptasi dan validasi alat ukur *Social Awareness Inventory* di Indonesia menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA). Penggunaan model CFA adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel laten dan variabel observasi (Umar & Nisa, 2020). Karena sifatnya yang "konfirmasi" maka CFA dapat digunakan untuk menguji validitas konstruk dari sebuah alat ukur psikologi (Azwar, 2022). Uji CFA dapat mengkonfirmasi sejauh mana seluruh item dari tes tersebut memang mengukur atau memberikan informasi tentang suatu hal yaitu apa yang hendak diukur (Brown & Moore et. al, 2012).

Dengan melakukan adaptasi, diharapkan alat ukur ini dapat mencerminkan konteks sosial dan budaya Indonesia. Selain itu, validitas menggunakan CFA akan memastikan bahwa alat ukur ini memiliki struktur faktor yang sesuai dan dapat diandalkan untuk mengukur kesadaran sosial di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan pendidikan. Dengan adanya alat ukur yang valid dan reliabel, peneliti dan praktisi dapat lebih memahami kesadaran sosial masyarakat Indonesia.

Metode

Populasi pada penelitian ini menggunakan Generasi Z yang berusia 18-25 tahun atau sedang pada masa perkembangan remaja akhir. Sehingga belum diketahui jumlah populasi dalam menentukan ukuran sampel yang tepat. Gable (1986) menyatakan responden untuk memperoleh data berada pada enam sampai 10 kali lipat dari jumlah item yang akan dianalisis (McCoach et al., 2013). Maka teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pemilihan sampel secara bebas. Kuesioner penelitian dibuat dengan Google Form kemudian disebarluaskan melalui sosial media. Berikut ini demografis responden pada penelitian ini.

Data demografis mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan total 257 responden atau sekitar 61.9%. Berada pada tahap perkembangan dewasa awal ($M\ age = 124.07$) total 80 responden. Sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMA, yaitu sebanyak 180 orang atau 44.5% dari total responden. Berdasarkan tempat tinggal, mayoritas responden berasal dari pedesaan, yakni 288 orang atau 69.4% dari total.

Desain penelitian ini adalah penelitian adaptasi alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI). Adaptasi alat ukur merupakan suatu prosedur metodologis yang bertujuan untuk menyesuaikan instrumen yang awalnya dikembangkan di luar konteks budaya Indonesia agar dapat diterapkan pada responden di Indonesia. Proses ini esensial guna menjamin

validitas instrumen dalam mengukur konstruk yang sama ketika digunakan pada latar budaya dan bahasa yang berbeda. (Hambleton et al., 2005).

Penelitian ini mendasarkan prosedur adaptasi menurut Beaton et al. (2000). Proses penerjemahan alat ukur dimulai dengan tahap pertama *initial translation (forward translation)*, yaitu menerjemahkan alat ukur yang berbahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Dalam tahap ini, dua penerjemah yang mahir dalam bahasa Inggris secara independen menerjemahkan alat ukur tersebut. Penerjemah masing-masing memiliki latar belakang pendidikan bahasa Inggris yang mumpuni dibuktikan dengan pengalaman pada penerjemahan bertahun-tahun. Hasil dari kedua penerjemah ini kemudian digabungkan pada tahap kedua *synthesis of the translation*, dilakukannya sintesis untuk memilih terjemahan yang paling sesuai dengan alat ukur aslinya. Setiap item terjemahan didiskusikan dengan seorang ahli dibidang terkait guna memastikan bahwa makna dan konteksnya tetap terjaga.

Tahap ketiga adalah *back translation*, yang dilakukan oleh dua penerjemah yang berbeda dari tahap awal. Pada tahap ini penerjemahan pertama dilakukan oleh lembaga penerjemah yang tersertifikasi badan hukum yang sudah memiliki sertifikasi penerjemah secara legal, sedangkan penerjemah kedua dilakukan oleh penerjemah dengan latar belakang pendidikan bahasa Inggris, dibuktikan dengan nilai TOEFL 500. Hasil terjemahan dari bahasa Indonesia dikembalikan ke bahasa Inggris untuk memeriksa adanya inkonsistensi atau kesalahan konseptual dalam terjemahan. Tahap keempat adalah *expert committee*, yang terdiri dari seorang ahli metodologi pada penelitian ini dipilih karena mahir dalam bidang metodologi dikhususkan psikometri, ahli profesional di pilih dengan latar belakang psikologi sosial sesuai dengan alat ukur ini, dan ahli bahasa bertugas untuk meninjau seluruh hasil terjemahan dan membuat keputusan akhir terkait terjemahan yang paling tepat.

Tahap kelima, *test of prefinal version*, dilakukan untuk menguji coba alat ukur pada 30 hingga 40 orang yang dipilih sebagai sampel representatif. Uji coba ini bertujuan untuk memeriksa validitas konten alat ukur dan memastikan keterbacaan dari segi bahasa dan makna pada kelompok sampel tersebut. Hasil menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat dipahami oleh subjek penelitian yang dituju dan tidak memiliki makna ganda dalam butir itemnya. Dari 30 responden dengan rentang usia sesuai dengan alat ukur yang dituju yaitu 18-25 tahun, menyetujui bahwa alat ukur dapat dipahami dengan jelas. Tahap terakhir adalah mendokumentasikan seluruh proses adaptasi dan dikirimkan kembali kepada peneliti sebelumnya.

Penelitian ini mengadaptasi konstruk *social awareness* dari Sheldon (1996) ke dalam konteks budaya dan bahasa Indonesia serta menguji validitas dan reliabilitas alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) yang terdiri dari 64 item skala Likert. Alat ukur ini memiliki tiga dimensi, yaitu: 1) *tacit awareness*, 2) *focal awareness*, dan 3) *awareness content*. Dimensi-dimensi tersebut kemudian dibagi menjadi delapan bentuk *social awareness* yang dikonstruksi oleh Sheldon (1996), yaitu 1) *self-experience from the self-perspective*, 2) *self-experience from the other's perspective*, 3) *self-appearance from the self-perspective*, 4) *self-appearance from the other's perspective*, 5) *other's experience from the self-perspective*, 6) *other's experience from the other's perspective*, 7) *other's appearance from the self-perspective*, dan 8) *other's appearance from the other's perspective*. Alat ukur ini memiliki alternatif jawaban 4 poin yang terdiri dari sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Metode analisis data yang dipakai adalah analisis *confirmatory factor analysis* (CFA), yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel laten dan variabel observasi (Umar & Nisa, 2020). Dalam CFA, model pengukuran digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel laten (faktor) dengan variabel observasi. Model ini didasarkan pada asumsi bahwa variabel observasi merupakan indikator yang mewakili konstruk laten yang lebih (Hair et al., 2019; Amalia, 2019). CFA memungkinkan untuk menguji dan mengukur sejauh mana model yang diusulkan cocok dengan data empiris yang ada (Brown & Moore, 2012).

Langkah-langkah CFA menurut Umar & Nisa (2020) adalah sebagai berikut: Pertama, spesifikasi model, yang mencakup penetapan model secara verbal, figural (dalam bentuk diagram), serta matematis menggunakan persamaan regresi. Kedua, estimasi parameter dilakukan dengan mengumpulkan data, menghitung matriks korelasi, dan menerapkan metode *maximum likelihood* untuk memperkirakan parameter. Selanjutnya, dilakukan uji model *fit*, yaitu menghitung selisih antara matriks korelasi teoritis dan data lapangan menggunakan uji statistik seperti *chi-square* atau RMSEA. Jika model tidak sesuai, langkah keempat adalah modifikasi model, yang bisa dilakukan dengan menghilangkan item tertentu atau menambah parameter hingga model tersebut sesuai dengan data. Terakhir, model dianggap *fit* apabila memenuhi indeks-indeks berikut: *comparative fit index* (CFI) > .95, *Tucker-Lewis index* (TLI) > .90, *root mean square error of approximation* (RMSEA) < .06, dan *standardized root mean square residual* (SRMR) < .08, sesuai dengan standar.

Hasil

Pada proses adaptasi yang dilakukan pada alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI), dilakukan uji *content validity* menggunakan *Aiken's V*. Dalam penelitian ini, ahli yang bertindak sebagai penilai berjumlah tiga orang dengan latar belakang ahli bidang metodologi khususnya psikometri, ahli bahasa Indonesia maupun Inggris dan ahli pada bidang psikologi sosial. Adapun umpan balik yang diberikan terkait dengan penggunaan kata yang lebih efisien agar dipahami oleh responden yang merupakan Generasi Z usia 18-25 tahun. Hasil *content validity* pada alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) menunjukkan besaran nilai *Aiken's V* yaitu .795. Hal ini menunjukkan hasil bahwa *content validity* pada alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) berada pada kategori tinggi dengan standar pada *Aiken's V* sebesar .60 (Aiken, 1980).

Dilakukan juga uji reliabilitas dan validitas menggunakan perangkat lunak JASP 0.17.1. Uji reliabilitas yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal pada seluruh item menggunakan *Cronbach's alpha* dan *McDonald's omega*. Hasil yang ditunjukkan pada uji reliabilitas alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) menunjukkan bahwa ω : .923 dan α : .922. Dengan hasil ini, dapat dideskripsikan alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) ini valid. *Cronbach's alpha* dan *McDonald's omega* mengukur konsistensi internal item-item dalam suatu alat ukur untuk mengetahui item-item tersebut saling berkorelasi dan mengukur konstruk yang sama (Azwar, 2022). *Cronbach's alpha* dan *McDonald's omega* menunjukkan efektivitas tinggi dalam menilai keajekan respons item dalam suatu instrumen pada kelompok

Tabel 1. Demografis Responden Alat Ukur SAI

Karakteristik	N	%	Social Awareness	
			M	SD
Jenis kelamin				
Perempuan	257	61.9	126.09	12.432
Laki-laki	158	38.1	129.91	9.403
Usia				
18	47	11.3	126.23	14.907
19	41	9.8	126.63	9.417
20	55	13.4	129.84	10.493
21	80	19.3	124.07	13.146
22	68	16.3	127.81	10.977
23	55	13.4	130.95	7.392

Karakteristik	N	%	Social Awareness	
			M	SD
24	35	8.4	126.63	11.487
25	34	8.1	130.55	10.195
Pendidikan terakhir				
SMA	180	44.5	126.10	12.899
MA	36	9.8	128.75	9.779
SMK	76	18.5	128.03	10.437
Diploma	45	10.8	128.98	9.750
S1	55	16.4	129.85	9.859
Tempat tinggal				
Perkotaan	127	30.6	128.00	11.357
Perdesaan	288	69.4	126.55	11.836

Tabel 2. Hasil Modifikasi Alat Ukur SAI

Model Fit	Fit Index	Nilai		Keterangan
		Sebelum	Sesudah	
Incremental index (comparative/relative index)	Comparative fit index (CFI)	.363	.994	Valid
	Tucker-Lewis Index (TLI)	.326	.990	Valid
	Bentler-Bonett non-normed fit index (NFI)	.311	.990	Valid
	Bollen's incremental fit index (IFI)	.371	.994	Valid
	Relative noncentrality index (RNI)	.363	.994	Valid
Parsimony index	Root mean square error of approximation (RMSEA)	.089	.011	Valid
Absolute (standalone) index	Standardized root mean square residual (SRMR)	.192	.034	Valid
	Goodness-of-fit index (GFI)	.984	.995	Valid

responden tertentu (Bagaskara & Widyastuti, 2023). Pada pengujian reliabilitas ini, pengguguran sebanyak 25 item pada alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) mengacu pada teori mengenai *item-rest correlation* $> .300$ (Azwar, 2022). *Item-rest correlation* digunakan untuk menggambarkan respons subjek (Malay, 2022). Item yang gugur merupakan item yang kurang relevan digunakan dan memiliki validitas $< .300$.

Pengujian validitas selanjutnya dilakukan menggunakan CFA. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana item-item dalam alat ukur dapat merepresentasikan konstruk *social awareness*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode CFA melalui aplikasi JASP 17.0. CFA berfungsi sebagai bukti validitas konstruk dan bertujuan untuk mengidentifikasi model yang paling sesuai yang menjelaskan hubungan antara item-item dengan konstruk yang diukur. Model ini didasarkan pada kajian teoritis yang sudah dirancang oleh peneliti sebelumnya, dengan jumlah faktor yang telah ditentukan sebelum pengambilan data. Sebuah model pengukuran dikatakan baik apabila setiap item yang ada dapat berfungsi sebagai indikator yang tepat untuk konstruk yang diukur.

Menurut Hair et al. (2019), ketepatan model yang lain dapat dipengaruhi oleh nilai RMSEA, SRMR, dan GFI dengan kriteria $RMSEA < .08$, $SRMR < .08$ dan $GFI > .9$. Tabel 3 menunjukkan nilai $RMSEA = .089$, $SRMR = .192$ dan $GFI = .984$, yang berarti model belum memenuhi kriteria. Adanya item yang mengandung bias akan menyebabkan model unidimensional tidak *fit* dengan data (Umar & Nisa, 2020). Selanjutnya peneliti melakukan modifikasi model melalui korelasi *error* antar item berdasarkan *residual covariances*. Modifikasi dilakukan pada seluruh dimensi *Social Awareness Inventory* (SAI) untuk mendapatkan nilai CFI, TLI, NNFI, PNFI, IFI, RNI, RMSEA, SRMR, dan GFI yang mencapai *model fit*.

Setelah diperoleh hasil pengujian *fit index* yang menunjukkan bahwa struktur item-item berhasil mengukur dimensi *social awareness*, langkah berikutnya adalah mengevaluasi nilai *factor loading*. Hal paling penting adalah memperhatikan tanda *factor loading*, yang menunjukkan arah (dalam hal ini, perhitungan menunjukkan arah positif), serta besaran *factor loading* yang dinyatakan dalam Std. Est (all). Selain itu, penting juga untuk memperhatikan nilai p dari *factor loading* untuk setiap variabel dalam model pengukuran, karena hal ini juga merupakan indikator penting dalam analisis model.

Temuan pada analisis *factor loading* dilakukan dengan menggunakan uji *confirmatory factor analysis*. Setiap item ditemukan memiliki *factor loading* pada kisaran .333–.682, seperti yang terlihat pada Tabel 4. Terdapat 24 item yang memiliki *factor loading* di kisaran $\pm .30$ – $\pm .50$, 13 item yang sama dengan atau di atas .50 (Conway et al., 2025; Layyinh & Kumalasari, 2022). Sebagian besar indikator dalam tabel ini menunjukkan nilai *factor loading* yang cukup baik, dengan banyak di antaranya berada di atas .3, yang umumnya dianggap sebagai batas minimum yang memadai (Brown &

Tabel 3. *Factor Loading*

<i>Item</i>	<i>Pernyataan</i>	<i>Factor Loading</i>
SES_5	Untuk membantu diri saya menjadi orang yang disukai, saya menilai kembali tindakan saya terhadap berbagai hal.	.589
SES_7	Saya percaya bahwa saya adalah orang yang responsif terhadap diri, terutama ketika merasakan kecemasan	.441
SES_8	Saya cenderung pesimis dalam menilai tindakan saya	.398
SEO_4	Terkadang saya tidak yakin apakah yang saya rasakan dapat diterima, sampai saya tahu ada orang lain yang merasakan dampak dari yang saya lakukan yang sama.	.440
SEO_5	Terkadang saya memperhatikan pandangan orang lain tentang apa yang saya rasakan.	.380
SEO_6	Saya merasa tidak nyaman jika saya tahu bahwa keputusan saya berbeda dengan orang-orang di sekitar saya	.577
SEO_7	Terkadang saya tidak tahu apa yang saya rasakan sampai seseorang memberi tahu kepada saya	.503
SAS_3	Jika berat badan saya bertambah beberapa kilogram, saya bisa mengetahui perbedaan dalam penampilan walaupun orang lain tidak menyadari	.468
SAS_5	Harga diri saya menurun ketika dandanan saya belum memenuhi standar.	.648
SAS_6	Saya menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan pakaian yang saya kenakan	.519
SAS_7	Saya hanya bisa bahagia ketika saya merasa sehat	.516
SAO_3	Jika saya bertemu orang yang saya kenal tapi berpakaian berbeda, saya kadang merasa tidak nyaman	.682
SAO_5	Terkadang saya bertanya-tanya apa yang akan dipikirkan orang lain jika saya memiliki penampilan yang berbeda.	.392
SAO_6	Jika saya pikir pakaian saya sudah bagus, tetapi teman-teman tidak suka maka saya akan menggantinya	.612
OES_3	Saya sering melihat orang-orang yang amarahnya dimanipulasi oleh orang lain di sekitar mereka, tetapi mereka tidak menyadarinya	.416
OES_4	Saya biasanya tahu apa yang orang lain rasakan, meskipun mereka tidak tahu diri mereka sendiri	.561
OES_5	Saya tertarik pada pengalaman orang lain, dan saya mencoba mencari tahu seperti apa pengalaman mereka	.407
OES_6	Saya terkadang tidak setuju dengan penjelasan orang tentang mengapa mereka merasakan hal tertentu	.483
OES_8	Biasanya mudah bagi saya untuk mengetahui mengapa orang lain merasakan apa yang mereka rasakan	.564
OEO_2	Saya benar-benar bisa menempatkan diri saya dalam situasi orang lain	.402
OEO_3	Ketika berbicara dengan orang lain, saya cenderung terbawa dengan kekhawatiran mereka, bahkan jika itu bukan kekhawatiran saya.	.486
OEO_4	Saya cenderung berempati dengan masalah orang lain, bahkan ketika saya tahu penyebabnya adalah tindakan mereka sendiri	.360
OEO_5	Seperti yang lain, saya juga bisa menempatkan diri saya pada posisi orang lain	.451
OEO_6	Ketika seseorang bercerita dengan saya tentang sesuatu hal, saya merasa seolah-olah ada di cerita mereka.	.389
OEO_7	Saya bisa "menjadi" orang lain ketika saya mendengarkan mereka.	.490
OEO_8	Saya bisa memahami pengalaman orang lain meski saya belum pernah mengalaminya	.497
OAS_2	Saya biasanya bisa melihat langsung "tindakan" orang lain	.441
OAS_3	Saya cenderung memperhatikan penampilan atau perilaku orang lain, dari sudut pandang saya	.448
OAS_5	Saya bisa mengetahui banyak hal tentang orang lain hanya dengan melihat mereka berinteraksi dalam situasi sosial.	.548

Item	Pernyataan	Factor Loading
OAS_8	Saya suka mengamati dan mengkritik bagaimana orang lain bertindak dalam berbagai situasi	.421
OAS_4	Saya dapat mengetahui apakah seseorang baik atau tidak dari cara mereka bersikap dan membawa diri	.484
OA0_2	Saya bisa tahu kesan seperti apa yang coba dimunculkan seseorang.	.429
OA0_3	Ketika seseorang berpakaian berlebihan di sebuah acara, saya bisa merasakan bahwa mereka mungkin merasa gelisah atau tidak percaya diri dengan penampilan mereka	.474
OA0_4	Saya sering merasakan bagaimana orang lain menilai diri mereka sendiri.	.473
OA0_5	Saya dapat mengetahui ketika seseorang merasa malu dengan logat bicara atau gaya rambutnya	.520
OA0_6	Saya mengetahui ketika seseorang gugup berbicara di depan sekelompok orang	.333
OA0_7	Tidak sulit untuk mengetahui kesan orang lain	.532

Moore, 2012). Sebagai contoh, SAS_5 memiliki nilai *factor loading* yang tinggi, yaitu .492, yang berarti item ini sangat kuat dalam menjelaskan salah satu bentuk kesadaran sosial yaitu *self-appearance from the self-perspective*.

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa setiap item dalam dimensi alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) memiliki validitas yang memadai untuk mengukur dimensi-dimensi spesifik dari kesadaran sosial. Setiap indikator memiliki nilai *factor loading* yang menggambarkan besarnya kontribusi item tersebut dalam menjelaskan faktor latennya (Hair et al., 2019). *Factor loading* menunjukkan hubungan antara item-item tersebut dengan faktor yang diukur. Semakin tinggi nilai *factor loading*, maka semakin baik item tersebut dalam mencerminkan faktor tersebut. Signifikansi koefisien *factor loading* dapat dilihat dari nilai $Z > 1.96$ yang berarti item tersebut signifikan.

Selain itu, tabel juga menampilkan *standard error* untuk setiap estimasi *factor loading*. *Standard error* ini menggambarkan seberapa akurat estimasi tersebut; semakin kecil nilainya, semakin reliabel estimasi *factor loading* tersebut. Pada tabel ini, *standard error* untuk sebagian besar item tergolong kecil, yang menandakan bahwa hasilnya dapat diandalkan. Sebagai contoh, *standard error* untuk SES_5 adalah .043, yang merupakan nilai yang relatif kecil, menandakan bahwa pemuatan faktor untuk item ini memiliki tingkat ketepatan yang cukup baik. Selanjutnya *p-value* yang ditampilkan pada tabel hampir seluruhnya kurang dari .001, yang berarti bahwa hasil estimasi *factor loading* sangat signifikan secara statistik. Ini menandakan bahwa hubungan antara indikator-indikator dan faktor latennya bukanlah hasil kebetulan, melainkan sangat signifikan dan dapat dipercaya.

Tabel 4. *Factor Loading* JASP

Factor	Indicator	Symbol	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% CI		Std. Est. (all)
							Lower	Upper	
SES	SES_5	λ_{11}	.390	.043	8.989	< .001	.305	.475	.589
	SES_7	λ_{12}	.268	.037	7.174	< .001	.194	.341	.441
	SES_8	λ_{13}	.272	.043	6.307	< .001	.187	.356	.398
SEO	SEO_4	λ_{21}	.268	.035	7.667	< .001	.199	.336	.440
	SEO_5	λ_{22}	.217	.033	6.653	< .001	.153	.281	.380
	SEO_6	λ_{23}	.405	.041	9.866	< .001	.325	.486	.577
	SEO_7	λ_{24}	.334	.038	8.872	< .001	.260	.408	.503
SAS	SAS_3	λ_{31}	.307	.036	8.457	< .001	.236	.378	.468
	SAS_5	λ_{32}	.492	.041	12.108	< .001	.412	.571	.648
	SAS_6	λ_{33}	.331	.035	9.507	< .001	.263	.400	.519
	SAS_7	λ_{34}	.337	.035	9.491	< .001	.267	.406	.516
SAO	SAO_3	λ_{41}	.567	.046	12.413	< .001	.478	.657	.682

Factor	Indicator	Symbol	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% CI		Std. Est. (all)
							Lower	Upper	
OES	SAO_5	λ_{42}	.229	.033	6.905	< .001	.164	.294	.392
	SAO_6	λ_{43}	.449	.041	11.048	< .001	.369	.528	.612
	OES_3	λ_{51}	.246	.032	7.652	< .001	.183	.309	.416
	OES_4	λ_{52}	.357	.034	10.451	< .001	.290	.424	.561
	OES_5	λ_{53}	.280	.037	7.502	< .001	.207	.354	.407
	OES_6	λ_{54}	.343	.038	9.024	< .001	.268	.417	.483
OEO	OES_8	λ_{55}	.338	.032	10.720	< .001	.277	.400	.564
	OEO_2	λ_{61}	.239	.032	7.483	< .001	.176	.301	.402
	OEO_3	λ_{62}	.334	.037	9.141	< .001	.262	.406	.486
	OEO_4	λ_{63}	.203	.030	6.737	< .001	.144	.262	.360
	OEO_5	λ_{64}	.256	.031	8.309	< .001	.196	.316	.451
	OEO_6	λ_{65}	.232	.032	7.223	< .001	.169	.295	.389
OAS	OEO_7	λ_{66}	.290	.031	9.294	< .001	.229	.351	.490
	OEO_8	λ_{67}	.311	.033	9.497	< .001	.247	.376	.497
	OAS_2	λ_{71}	.251	.032	7.946	< .001	.189	.312	.441
	OAS_3	λ_{72}	.284	.035	8.157	< .001	.216	.352	.448
	OAS_5	λ_{73}	.346	.034	10.259	< .001	.280	.412	.548
	OAS_8	λ_{74}	.245	.032	7.622	< .001	.182	.309	.421
OAO	OAS_4	λ_{75}	.295	.033	8.902	< .001	.230	.360	.484
	OA0_2	λ_{81}	.244	.031	7.850	< .001	.183	.305	.429
	OA0_3	λ_{82}	.322	.037	8.700	< .001	.250	.395	.474
	OA0_4	λ_{83}	.285	.033	8.636	< .001	.220	.350	.473
	OA0_5	λ_{84}	.302	.031	9.679	< .001	.241	.363	.520

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi dan memvalidasi alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) ke dalam versi bahasa Indonesia. Alat ini digunakan untuk mengukur kesadaran sosial, sebuah konsep penting dalam memahami kemampuan seseorang untuk merespons kebutuhan dan perasaan orang lain. Dalam konteks ini, kesadaran sosial juga sangat penting dalam memahami dinamika interaksi sosial dan empati, terutama bagi Generasi Z yang lahir dan tumbuh dalam era digital. Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan alat ukur yang valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian-penelitian terkait kesadaran sosial di Indonesia.

Secara keseluruhan, proses adaptasi dan validasi ini menunjukkan bahwa alat ukur SAI versi bahasa Indonesia memiliki reliabilitas dan validitas yang memadai. Pengujian reliabilitas yang dilakukan menggunakan *Cronbach's alpha* dan *McDonald's omega* juga memperlihatkan hasil yang sangat baik, dengan nilai *alpha* dan *omega* di atas .9, menunjukkan bahwa alat ukur ini konsisten dalam mengukur konstruk yang diinginkan (Bonniga & Saraswathi, 2020). Validitas ini memastikan bahwa setiap item berfungsi sesuai dengan harapan untuk mengukur bentuk-bentuk kesadaran sosial, seperti yang telah dijelaskan oleh teori dan model pengukuran sebelumnya (Brown, 2002).

Hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) menunjukkan bahwa model pengukuran telah memenuhi syarat validitas model setelah dilakukan modifikasi, termasuk peningkatan indeks kesesuaian model seperti *comparative fit index* (CFI) dan *Tucker-Lewis index* (TLI) yang mencapai nilai lebih dari .9. Sebelum modifikasi, model ini belum memenuhi syarat dengan CFI sebesar .363. Setelah koreksi terhadap item-item yang memiliki *error* besar, model modifikasi menunjukkan peningkatan CFI menjadi .994, yang berarti model pengukuran dikatakan valid (Hair et al.,

2019).

Modifikasi ini penting untuk memastikan bahwa alat ukur SAI mampu merepresentasikan konstruk yang ada dengan lebih akurat, yang pada akhirnya berpengaruh pada reliabilitas dan validitas hasil pengukuran (Utami & Arfensia, 2024). Oleh karena itu hasil analisis faktor menunjukkan bahwa setiap item dalam alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) secara signifikan dapat mengukur aspek-aspek kesadaran sosial. Meskipun nilai *factor loading* item tersebut adalah .40, jika nilai $Z > 1.96$ setiap item memiliki kontribusi yang signifikan terhadap konstruk sosial yang diukur. Ini mengindikasikan hubungan yang kuat antara item dengan dimensi *social awareness* yang ditetapkan (Brown & Moore, 2012).

Melihat hasil penelitian yang menunjukkan reliabilitas dan validitas yang tinggi, alat ukur ini dapat digunakan secara efektif untuk mengukur kesadaran sosial di populasi target dalam penelitian, yaitu Generasi Z di Indonesia. Peneliti menyarankan bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai kesadaran sosial di konteks budaya dan populasi Indonesia.

Dengan hasil yang menunjukkan reliabilitas dan validitas yang tinggi, alat ukur ini dapat digunakan secara efektif untuk mengukur kesadaran sosial di kalangan Generasi Z di Indonesia, yang merupakan populasi target dalam penelitian ini. Selain itu, nilai Cronbach's *alpha* dan McDonald's *omega* juga menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik, sehingga memberikan keyakinan bahwa alat ukur ini dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya. Dalam keseluruhan penelitian, pemanfaatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) berperan penting dalam menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel laten dengan variabel observasi. Dengan menggunakan CFA, peneliti berhasil menunjukkan bahwa model pengukuran yang diajukan mampu menjelaskan data empiris dengan baik setelah modifikasi dilakukan (Umar & Nisa, 2020).

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat ukur *Social Awareness Inventory* (SAI) versi bahasa Indonesia memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Modifikasi model berdasarkan hasil CFA memungkinkan alat ukur ini untuk merepresentasikan konstruk kesadaran sosial secara akurat. Item-item dalam alat ukur ini menunjukkan koefisien *factor loading* yang signifikan, dengan nilai standar lebih dari .3, yang menunjukkan hubungan yang kuat antara item dengan konstruk yang diukur. Oleh karena itu, alat ukur ini dapat digunakan untuk mengukur kesadaran sosial di kalangan Generasi Z di Indonesia. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperluas cakupan populasi dan menguji alat ukur ini dalam kelompok demografis lain. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengembangkan alat ukur bersamaan dengan *mental health awareness* agar dapat melihat adanya korelasi pada antara dua variabel penting tersebut.

Daftar Pustaka

- Aiken, L. R. (1980). Content validity and reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement*, 40(4), 955–959.
- Amalia, E. (2019). Good governance for zakat institutions in Indonesia: a confirmatory factor analysis. *Journal of Social Sciences & Humanities*, 27(3).
- Azwar, S. (2022). *Reliabilitas dan validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Bagaskara, R. S., & Widyastuti, T. Adaptasi Social Connectedness Scale-Revised edisi bahasa Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 19(2), 106–116.
- Baral, S. P., Prasad, P., & Raghuvamshi, G. (2022). Mental health awareness and generation gap. *Indian Journal of Psychiatry*, 64(Suppl 3), S636.

- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Acta Odontologica Scandinavica*, 57(4), 225–230. <https://doi.org/10.1080/000163599428823>
- Bonniga, R., & Saraswathi, D. A. B. (2020). Literature review of cronbachalphacoefficient and mcdonald's omega coefficient. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(06).
- Brown, J. D. (2002). The Cronbach alpha reliability estimate. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 6(1).
- Brown, T. A., & Moore, M. T. (2012). Confirmatory factor analysis. In R. H. Hoyle (Ed.), *Handbook of structural equation modeling* (pp. 361–379). Guilford Publications.
- Conway, A., Harkin, D., Ryan, A., & Slater, P. (2025). Examination and testing of structural validity of the Confidence in Dementia Scale with nursing students: an international perspective. *Nurse Education Today*, 151, 106723. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2025.106723>
- Fitri, F. I., Lage, C., Mollayeva, T., Santamaria-Garcia, H., Chan, M., Cominetti, M. R., Daria, T., Fallon, G., Gately, D., & Gichu, M. (2023). Empathy as a crucial skill in disrupting disparities in global brain health. *Frontiers in Neurology*, 14, 1189143.
- Fusnika, F., & Dua, F. L. (2019). Kontribusi budaya lokal gawai dalam menumbuhkan nilai solidaritas generasi z pada suku dayak mualang. *JURNAL PEKAN: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 4(2), 149–158.
- Rich., G. J., & O'Donnell, K. (2023). Global mental health. *Psychology*. <http://dx.doi.org/10.1093/obo/9780199828340-0316>
- Hambleton, R. K., Merenda, P. F., & Spielberger, C. D. (2005). *Adapting educational and psychological tests for cross-cultural assessment*. L. Erlbaum Associates.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1995). *Multivariate data analysis* (4th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Layyinah, N. U., & Kumalasari, A. D. (2022). Adaptation and psychometric properties of the Indonesian version of the Positivity Scale. *JP3I (Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia)*, 11(2), 112–22. <http://dx.doi.org/10.15408/jp3i.v11i2.25748>
- Lestari, Y. I. (2021). Dinamika relasi orang tua dan remaja sebagai upaya prediksi outcomes pembentukan karakter. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.24014/pib.v2i2.11373>
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan teknologi informasi dan dampaknya pada masyarakat. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(12), 41–50.
- Malay, M. N. (2022). *Belajar mudah & praktis analisis data dengan SPSS dan JASP*. CV. Madani Jaya.
- Manjari, A. S., & Sudhesh, N. T. (2024). Knowledge, attitude, and stigma among adolescents: effect of Mental Health Awareness and Destigmatisation (MHAD) Program. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 37(4), e70003.
- McCoach, D. B., Gable, R. K., & Madura, J. P. (2013). Instrument development in the affective domain: school and corporate applications (10th ed.). Springer.
- Nikoukar, R., Regoli, L., Halford, A. J., Zettergren, M. D., Dialynas, K., & Filwett, R. (2023). Raising awareness on mental health in the heliophysics community. *Frontiers in Physics*, 11. <https://doi.org/10.3389/fphy.2023.1237166>
- Novianty, A., & Cuwandayani, L. (2021). Studi literatur kesehatan mental dan budaya. *Community Psychology*, 2019(December), 21.

- Panggalo, I. S., Arta, S. K., Qarimah, S. N., Adha, M. R. F., Laksono, R. D., Aini, K., Kirana, S. A. C., & Judijanto, L. (2024). *Kesehatan mental*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Purwono, U., & Warni, W. E. (2024). *Statistika dan Pengukuran Psikologi* (S. Azwar, Ed.; 1st ed.). Pustaka Belajar.
- Rudianto, Z. N. (2022). Pengaruh literasi kesehatan terhadap kesadaran kesehatan mental Generasi Z di masa pandemi. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 11(1), 57. <https://doi.org/10.31290/jpk.v11i1.2843>
- Safitri, D. (2024). Peran guru dalam menumbuhkembangkan kesadaran sosial pada siswa. [Bachelor's thesis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu].
- Septianingsih, R., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2024). Peningkatan kesadaran sosial siswa melalui integrasi pembelajaran IPS dalam mengatasi masalah sosial. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(4), 84–94.
- Sheldon, K. M. (1996). The social awareness inventory: Development and applications. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(6), 620–634.
- Sudirman, N. A., Rahayu, A. P., Pattipeilohy, P., & Mutmainnah, I. (2024). Manajemen pendidikan karakter pada remaja Generasi Z dalam mengelola kondisi emosional. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1862–1873.
- Habibah, S., Frannes, I. O. T., Pujianahum, N. F., Perunaziah, N., Fathna, S. Z., Agustian, A. R., & Laksana, H. A. (2024). Psikoedukasi untuk meningkatkan kesehatan mental dan self-awareness masyarakat. *Ekspresi: Publikasi Kegiatan Pengabdian Indonesia*, 1(3), 23–39. <https://doi.org/10.62383/ekspresi.v1i3.224>
- Umar, J., & Nisa, Y. F. (2020). Uji validitas konstruk dengan CFA dan pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.16964>
- Utami, G., & Arfensia, D. S. (2024). Adaptasi Binge-Watching Engagement Scale Questionnaire (BWESQ) dalam bahasa Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi: JPPP*, 13(2), 94–110. <https://doi.org/10.21009/JPPP.132.03>
- van de Vijver, F., & Tanzer, N. K. (2004). Bias and equivalence in cross-cultural assessment: an overview. *European Review of Applied Psychology*, 54(2), 119–35. <https://doi.org/10.1016/j.erap.2003.12.004>
- Wijaya, Y. D. (2019). Kesehatan mental di Indonesia : kini dan nanti. *Buletin Jagaddhita*, 1(1), 1–4.
- Yuliasari, H., & Pusvitasari, P. (2023). Mental health literacy ditinjau dari Big Five Personality Traits pada remaja di Yogyakarta. *Journal of Psychological Science and Profession*, 7(1), 1–12.
- Zulfa, A., & Najicha, F. U. (2022). Urgensi penguatan identitas nasional dalam menghadapi Society 5.0 di era globalisasi. *Jurnal Kalacakra: Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(2), 65. <https://doi.org/10.31002/kalacakra.v3i2.6267>