

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Medan adalah satu diantara berbagai kota terbesar lainnya di Indonesia yang berada di pulau Sumatera bagian utara. Sebagai ibu kota provinsi Sumatera Utara yang mempunyai jumlah penduduk 2.435.252 jiwa (Badan Pusat Statistika Kota Medan, 2020). Jumlah penduduk yang banyak ini membuat kota Medan disebut sebagai salah satu kota dengan jumlah penghuni terbesar se-Sumatera Utara (Medan dalam Angka, 2012). Mayoritas masyarakat yang menempati kota Medan terdiri dari suku Batak Toba, Batak Simalungun, Batak Karo, dan suku-suku lainnya yang tinggal di kota Medan. Wilayah kota Medan ini terdiri atas 21 kecamatan dengan 151 kelurahan didalamnya.

Wilayah kota Medan terdiri dari penduduk yang memiliki usia yang beragam. Jumlah penduduk yang berusia 10-24 tahun berada diangka \pm 580.000 jiwa (Badan Pusat Statistika Kota Medan, 2020) yang berarti kurang lebih $\frac{1}{4}$ (satu per empat) dari total jumlah keseluruhan penduduk kota Medan. Masyarakat yang berkategori usia tersebut berada dalam fase tahap perkembangan remaja awal sampai remaja akhir.

Santrock (2007) mendefenisikan remaja merupakan salah satu tahap perkembangan individu dimana ciri individu tersebut sering mengalami masa krisis identitas dan ambiguitas. Tahap remaja adalah tahapan transisi yang berada

diantara perkembangan dan pertumbuhan dimulai dari periode kanak-kanak hingga mencapai periode dewasa awal, mencakup banyak transformasi seperti melibatkan adanya perubahan sosioemosional, kognitif, dan juga biologis berawal dari jenjang umur 11-13 tahun, dan selesai pada umur antara 18-22 tahun (Santrock, 2007). Diener, dkk., (1999) mengatakan tahap remaja adalah tahap yang sesuai untuk mengasah berbagai minat dan juga potensi yang dimiliki oleh remaja tersebut, seperti minat, bakat, keterampilan, kemampuan, serta memperkuat nilai sosial, dan mencari kebahagiaan yang sesuai dengan dirinya. Jika remaja bisa mengasah dan memperoleh semua sikap dan nilai positif dengan penuh perhatian dan sungguh-sungguh, dia pasti dengan mudah mencapai dan memenuhi *subjective well-beingnya*.

Diener (2000) mengemukakan bahwa keberhasilan tugas perkembangan remaja bisa menimbulkan munculnya *subjective well-being* dari diri remaja tersebut, begitu juga apabila tugas perkembangannya gagal akan menimbulkan suatu masalah ataupun kesulitan pada tahap perkembangan setelahnya. Remaja dalam tahap tumbuh kembangnya menampilkan hal-hal unik sehingga terbentuknya potensi positif pada kemajuan dirinya ke arah yang lebih baik. Kemampuan-kemampuan yang remaja itu miliki pasti bisa dikembangkan jika *subjective well-beingnya* mereka diperhatikan dan dipenuhi.

Remaja yang memperlihatkan kebahagiaan di wajahnya belum tentu terlihat dia selalu bahagia, dan remaja yang menampilkan ketidak bahagiannya juga belum tentu selalu tidak bahagia. Fakta ini banyak terlihat dari banyaknya kasus atau masalah yang timbul disekitar kita seperti berita tentang kasus tawuran

yang pelakunya dilakukan para remaja di kota Medan yang dirilis oleh AntarNews (2021) kejadian ini membuat masyarakat disekitar lokasi kejadian resah dan terganggu. Kasus yang melibatkan remaja yang terjadi dikota Medan yang dirilis Merdeka.com (2021) yaitu 2 gadis remaja di Medan dianiaya perkara memperebutkan pacar, 4 remaja jadi tersangka. Adapun motif penganiayaan itu dilatarbelakangi oleh permasalahan asmara penganiayaan yang disertai dengan perundungan itu lalu viral di media sosial. Tawuran dan penganiayaan yang melibatkan dan dilakukan oleh remaja merupakan contoh gambaran ketidakbahagiaan remaja, para remaja seharusnya pada usia mereka berada dibangku sekolah dan memperluas pertemanan mereka untuk mencari jati diri mereka sesungguhnya (Rahmawati & Suharsono, 2015).

Darmayanti&Hasmayni (2013) Rasa ketidakbahagiaan remaja menjadikan contoh jika faktor lingkungan memiliki peran yang cukup berarti untuk memenuhi kebahagiaan remaja, baik dari sisi ruang lingkup keluarga maupun ruang lingkup sosial. Istilah kebahagiaan remaja biasanya dikenal dengan kesejahteraan subjektif atau dengan sebutan *subjective well-being*. *Subjective well-being* menurut Diener (1984) memiliki pengertian sebagai penilaian subjektif individu terhadap kehidupan yang dijalannya baik itu secara afektif dan kognitif, dalam artian yaitu memiliki kepuasan hidup yang tinggi dan diikuti dengan perasaan negatif yang rendah serta perasaan positif yang tinggi. *Subjective well-being* terdiri dari dua komponen pokok yang penting yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitifnya terdiri dari kepuasan hidup (*life satisfaction*) sedangkan

komponen afektif meliputi afek positif (*positive affect*) dan afek negatif (*negatif affect*) (Diener, 1984).

Menurut Dewi & Nasywa (2019) hal yang mempengaruhi *subjective well-being* salah satunya yaitu dukungan sosial. Hal ini juga dijelaskan oleh Santrock (2007) bahwa dukungan yang bisa disumbangkan untuk kebahagiaan hidup remaja yaitu dengan kehadiran orang tua dan ruang lingkup kehidupan yang ditempati memiliki lingkungan yang positif, supaya diharapkan remaja tidak mengalami kecemasan atas hal yang tidak pasti. Salah satu tugas perkembangan remaja yang harus dilewati yaitu perkembangan sosial yang mengharuskan mereka untuk berinteraksi dan menjalin hubungan dengan orang lain.

Mirakustia (2013) mengungkapkan hal yang bisa dilakukan oleh remaja untuk menjalani perkembangan sosial dalam hal ini untuk bisa mendapatkan dukungan sosial dapat berupa berkumpul dengan teman-temannya, melakukan aktivitas-aktivitas yang bisa meningkatkan emosi positif, salah satunya seperti menggunakan media sosial untuk bisa berinteraksi secara virtual dengan teman-temannya dan juga dengan orang lain. Kegiatan tersebut dapat dilakukan remaja dengan tujuan supaya remaja mengalami kepuasan dalam hidupnya dan bisa merasakan kebahagiaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan media sosial salah satunya yaitu faktor motif sosial (Casdari, 2006). Remaja menggunakan media sosial karna dipengaruhi oleh orang lain dan lingkungan dan juga karna adanya keinginan untuk menciptakan sebuah hubungan yang baik dan dekat dengan orang lain disekitarnya dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan sosial yang berasal

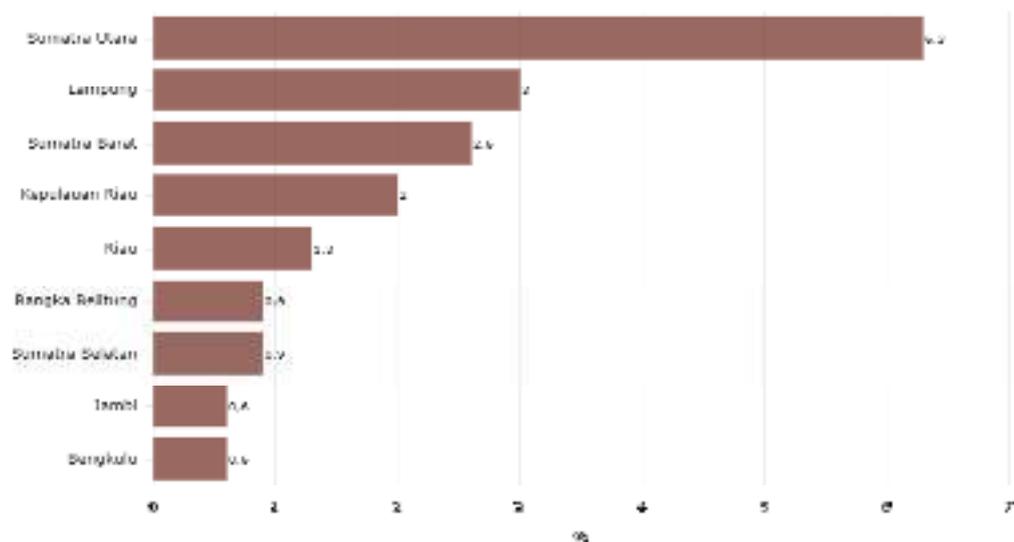
dari orang lain atau dari teman-temannya di media sosial. *Subjective well being* juga dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu dukungan sosial, dan dukungan sosial dapat diperoleh salah satunya dari penggunaan media sosial karena dilandasi oleh salah satu faktor dari penggunaan media sosial itu sendiri yaitu faktor motif sosial.

Cahyono (2016) mengatakan media sosial merupakan suatu media *online*, dimana para individu yang menggunakan media sosial dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi, dan membuat sebuah forum, blog, wiki, jejaring sosial, dan dunia virtual. Perlu ditegaskan bahwa faktanya semua media dan juga semua perangkat lunak adalah “sosial” yang memiliki arti hal ini merupakan hasil dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Media sosial juga memiliki pengaruh dan berfungsi untuk membantu mempermudah segala pekerjaan manusia seperti mempermudah penggunaannya untuk melakukan berbagai aktivitas (Tegal, 2017).

Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Statistik Telekomunikasi Indonesia (2019) (dalam DataBooks, 2020) menjelaskan bahwa sebagian besar warga negara Indonesia yang berdomisili di kota ataupun di desa menggunakan internet dengan tujuan untuk mengakses media sosial dengan presentase yaitu sebesar 87,20%. Lalu, dalam mendapatkan informasi/berita 69,90%. Lalu digunakan untuk hiburan (62,13%), dalam mengerjakan tugas sekolah (25,86%), mengirim/menerima email (13,94%), pembelian barang/jasa (12,83%), fasilitas finansial (6,46%) dan lainnya (3,25%).

Media sosial ini sering dijadikan sebagai suatu alat atau media dalam menjalin komunikasi satu sama dengan yang lain. Adapun jenis media sosial yang diakses paling banyak oleh warga Indonesia menurut sumber data dari Databooks (2020) yaitu *Youtube* yang memiliki presentase yang paling tinggi dibandingkan platform lainnya. kemudian disusul oleh *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*, *Twitter*, *Messenger*, *Line*, dan *TikTok*, *LinkedIn* dan *Pinterest*.

Tabel 1.1 Kontribusi pengguna internet di sumatera dari seluruh pengguna internet



(Sumber : www.DataBooks.co.id)

Berdasarkan hasil survei tentang penetrasi internet & perilaku pengguna internet di Indonesia (2019) diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari data diatas Sumatra Utara merupakan provinsi dengan pengguna internet terbanyak di Pulau Sumatra, yakni mencapai 6,3% provinsi selanjutnya adalah Lampung (3%), Sumatra Barat (2,6%), Kepulauan Riau (2%), dan Aceh (1,5%). Kemudian, Riau (1,3%), Bangka Belitung dan Sumatra Selatan (0,9%), serta Bengkulu dan Jambi (0,6%) (Databooks, 2019). Dari data tersebut

provinsi Sumatera Utara merupakan pengguna internet terbanyak sepulau sumatera karena luasnya daerah Sumatera Utara, dan pengguna media sosial di dominasi oleh para mahasiswa atau pelajar.

Dalam menggunakan media sosial umumnya penggunanya bisa menghabiskan waktu berjam-jam dalam mengakses suatu media sosial tertentu. Warga Indonesia yang mempunyai usia 16-64 tahun mengakses internet dalam rata-rata hingga 7 jam 59 menit dalam sehari. Media sosial menjadi tingkat kedua dimana para penduduk Indonesia yang menggunakan waktu hingga 3 jam 26 menit (Databooks, 2020). Dalam hal ini terlihat bahwa terdapat intensitas dalam bentuk tingkat keseringan dan banyaknya waktu yang dihabiskan oleh seorang individu dalam mengakses media sosial.

Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi bisa menjadi salah satu penyebab pemicu depresi bagi beberapa remaja (O'Keeffe & Pearson, 2011). Selain itu, juga dapat menimbulkan masalah seperti remaja membandingkan kehidupannya dengan teman-teman disekitarnya sehingga menimbulkan perasaan bahwa dia merasa tidak puas dan tidak bahagia dengan kehidupan yang dia miliki (Tenis, 2018). Penurunan interaksi sosial dengan orang lain didunia nyata juga dapat terjadi karna intensitas penggunaan media sosial karna remaja merasa lebih nyaman dan bersedia menghabiskan waktu berjam-jam untuk berhubungan dengan orang lain yang dekat dengannya dimedia sosial (Sarvamangala & Sharmista, 2016).

Anak-anak rata-rata menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial sekitar 88 menit perhari, sedangkan para remaja dengan usia 15 hingga 16 tahun

menggunakan media sosial kurang lebih sekitar 118 menit perhari (O'Neill, 2015). Apabila remaja terlalu sering menggunakan media sosial akan menimbulkan dampak seperti emosi yang ada diposting dalam media sosial dapat ditularkan tanpa disadari oleh penggunanya dan memungkinkan penggunanya merasakan emosi yang sama. Saat individu melihat dan mengakses konten-konten yang bernuansa negatif bisa jadi dia akan mengunggah konten bernuansa negatif juga, begitu juga sebaliknya (Adam, 2017). Tetapi dilain sisi terdapat dampak positif yang diberikan oleh penggunaan media sosial salah satunya yaitu untuk mendapatkan hiburan sehingga penggunanya merasa senang dan bahagia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Syahreza dan Tanjung (2018) menggambarkan bahwa pengguna menggunakan media sosial untuk mencari kesenangan/ hiburan memiliki presentase sebesar 45%. Remaja yang merasakan hiburan tersebut secara tidak sadar ikut berdampak terhadap kepuasan hidupnya dalam hal mencapai kebahagiaan.

Banyaknya jenis dan fitur yang disediakan oleh media sosial membuat para remaja semakin intens dalam menggunakannya. Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan sebuah usaha yang dikeluarkan yang mempunyai hasil dalam bentuk tindakan atau perilaku yang sama dan diulang, dalam hal ini menggunakan media sosial. Suatu hal yang mengenai tindakan yang dilakukan individu pada masa waktu tertentu yang mempunyai jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas. Intensitas penggunaan media sosial seseorang dapat terlihat dari aspek yang

diungkapkan oleh Ajzen (1991) yaitu perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi seseorang dalam mengakses media sosial yang dia miliki.

Media sosial biasanya digunakan oleh para kalangan remaja. Mereka mengunggah tentang curhatannya, kegiatan pribadinya dan juga foto dirinya ketika sedang berada ditempat dan suasana yang sama dengan temannya. Remaja beranggapan ketika dirinya semakin aktif dan semakin sering dia dalam menggunakan media sosial maka dirinya pasti diakui sebagai seorang yang gaul dan mengikuti zaman sedangkan remaja yang kurang aktif dalam bermedia sosial akan dinilai kuno atau ketinggalan jaman dan kurang memiliki pergaulan (Putri, dkk., 2016).

Media sosial dapat digunakan oleh berbagai tingkatan masyarakat, salah satunya yaitu remaja yang merupakan pengguna tertinggi media sosial dengan presentasi 75,50 % (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 2017). Hal ini terlihat bahwa remaja harus semakin aktif untuk menggunakan media sosial untuk bisa merasakan dirinya akan lebih dihargai dan dihormati dengan adanya *feedback* berupa pujian dan *likes* didalam media sosial mereka sehingga membuat remaja akan merasa lebih berani untuk menunjukkan dirinya dan membuat orang lain terkesan dengan citra yang dia dibangun (Carolina & Mahestu, 2020). Pendapat dan komentar dari teman-temannya di media sosial dalam bentuk tanda tidak suka atau suka dan umpan balik dari sesama pengguna media sosial, memberikan pengaruh bagi penilaian diri remaja itu sendiri (Sumarti, 2019).

Hal ini sejalan dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa remaja yang berdomisili di kota Medan yaitu :

“Saya merasa senang kak, ketika foto yang saya upload di media sosial dilike dan juga dikomentari positif oleh orang lain, apalagi kalau total like yang saya dapatkan itu sangat banyak, saya juga semakin senang. Tetapi kalau saya mendapatkan like yang sedikit dari followers saya dan komentar yang negatif membuat saya sedih.

(Jen, 05 Mei 2021)

“Saat saya sedih dan senang saya membuka media sosial, saya mengungkapkan apa yang saya rasakan itu di media sosial yang saya punya. Saya merasa lebih lega dan kepercayaan diri saya langsung naik pada saat itu.

(Jo, 13 Mei 2021)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa *subjective well-being* yang dialami remaja dalam bentuk perasaan senang ataupun sedih mereka membuka media sosialnya dan meluapkan perasaannya di media sosial tersebut, mereka juga senang ketika apa yang mereka unggah di media sosial mendapat reaksi positif dari teman-teman mereka. Para remaja ini menjadi lebih bisa mengungkapkan perasaan dan pandangannya tentang kehidupan sehari-harinya ketika memperlihatkannya kepada orang lain disekitarnya (Bazarova & Choi, 2014). Jika seseorang sanggup membeli barang *branded*, pergi berlibur, kemudian memposting di media sosial yang mereka miliki maka akan memunculkan perasaan kepuasan tersendiri bagi dirinya (Ranghunatan & Corfman, 2006). Hal

tersebut menimbulkan individu akan semakin membuka dirinya dan berupaya memperlihatkan tentang kehidupannya sendiri ke media sosial.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa apabila semakin lama dan seringnya seseorang menggunakan media sosial maka tingkat stress yang dihadapi semakin tinggi dan semakin rendah kebahagiaan yang ada dalam diri mereka (Brooks, 2015). Penelitian lain juga menunjukan bahwa individu dapat menjadi ketergantungan Internet dan juga dapat mengganggu fungsi profesional, sosial, dan pribadi yang berdampak negatif pada *well-being* (Caplan, 2002, 2003; Davis, 2001; Muda, 1996, dalam Spraggins 2009).

Penelitian sebelumnya menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *subjective well-being*. Penelitian ini dilakukan oleh Sumarti (2019) poulasi yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu pelajar di SMP Negeri 11 Yogyakarta, dimana sampel yang digunakan 103 pelajar yang diperoleh dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*, adapun hasil penelitiannya menunjukan bahwa ada hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well-being*, yang berarti semakin tinggi penggunaan media sosial, maka akan diikuti dengan semakin tingginya *subjective well-being*. Tingkat penggunaan media sosial tergolong tinggi yaitu sebesar 53,40% namun tingkat *subjective well-being* remaja juga tinggi yaitu sebesar 86,41%.

Maka sebab itu peneliti ingin melaksanakan penelitian yang berjudul “Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *subjective well-being* pada remaja di Kota Medan.”

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis kemukakan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *subjective well-being* pada remaja di kota Medan ditinjau dari kepuasan hidup?
- b. Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *subjective well-being* pada remaja di kota Medan ditinjau dari *affect positive* dan *affect negative*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan yaitu :

- a. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *subjective well-being* pada remaja di kota Medan ditinjau dari kepuasan hidup.
- b. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *subjective well-being* pada remaja di kota Medan ditinjau dari *affect positive* dan *affect negative*

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin peneliti peroleh dalam penelitian ini yaitu :

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan dalam hal Penggunaan Media Sosial Terhadap *Subjective well-being* dan juga diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu Psikologi.
- b. Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan juga pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami media sosial dapat mempengaruhi *Subjective well-being* seseorang, serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Subjective well-being*

2.1.1. *Pengertian Subjective Well-being*

Subjective well-being merupakan evaluasi subjektif seseorang terhadap hidupnya baik saat ini maupun untuk periode yang lebih lama seperti setahun terakhir. Evaluasi ini mencakup reaksi emosional orang-orang terhadap peristiwa, suasana hati mereka, dan penilaian mereka tentang bentuk kepuasan hidup, pemenuhan dan kepuasan terhadap pernikahan dan pekerjaan (Diener, dkk., 2003). Individu dapat dikatakan mempunyai tingkat *subjective well-being* yang tinggi apabila mereka merasa puas dengan kondisi hidupnya saat ini, sering merasakan emosi positif, dan jarang merasakan emosi negatif (Diener, dkk., 2005).

Subjective well-being memiliki 2 komponen yaitu terdiri dari dua komponen utama yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen afektif mencakup afek positif (*positive affect*), afek negatif (*negatif affect*), sedangkan komponen kognitifnya mencakup kepuasan hidup (*life Satisfaction*). (Diener, 1984). Individu dikatakan memiliki *Subjective well-being* tinggi jika mengalami *life satisfaction* yang tinggi dan memiliki *affect positif* (kegembiraan, optimisme, dll.) dan memiliki *Affect negatif* yang jarang (Sedih, marah, dll.). Sebaliknya, individu yang dikatakan memiliki *subjective well-being* rendah jika

mereka tidak puas dengan kehidupannya, memiliki pengalaman sukacita yang kurang, dan sering merasakan emosi negatif seperti marah atau kecemasan (Proctor, 2014).

Definisi *subjective well-being* menggunakan teori Diener, dkk., (2005) dimana *subjective well-being* memiliki pengertian evaluasi kognitif dan afektif seseorang terhadap kehidupannya. Dari definisi di atas disimpulkan bahwa *subjective well-being* merupakan evaluasi kognitif mencakup kepuasan hidup dan evaluasi afektif itu sendiri mencakup pengaruh positif atau emosi positif dan pengaruh positif atau emosi negatif dalam hidupnya.

2.1.2. Komponen *Subjective Well-Being*

Subjective well-being merupakan evaluasi subjektif seseorang terhadap hidupnya baik secara kognitif dan afektif, yang ditandai dengan tingginya kepuasan hidup dan perasaan positif serta rendahnya perasaan negatif (Diener, 1984). *Subjective well-being* mempunyai komponen atau aspek-aspek seperti yang telah dijelaskan di atas, *subjective well-being* pada dasarnya terdiri dari dua komponen pokok yakni komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitifnya mencakup kepuasan hidup (*life satisfaction*) sedangkan Komponen afektif mencakup afek positif (*positive affect*), afek negatif (*negatif affect*) (Diener, 1984).

1. Komponen Kognitif (*Life Satisfaction*)

Setiap individu dapat menilai kondisi kehidupannya sendiri, dan kemudian mengevaluasi kehidupannya ke dalam skala memuaskan dan tidak memuaskan. Evaluasi global semacam ini disebut sebagai penilaian kognitif atas kepuasan hidup (Wangi & Anissa, 2015). Komponen kognitif yaitu tertuju pada kepuasan hidup individu yang terdiri dari kepuasan hidup secara global (*life satisfaction*) yaitu evaluasi responden terhadap kehidupannya secara keseluruhan dan kepuasan pada domain tertentu seperti kesehatan fisik dan kesehatan mental, pekerjaan, rekreasi, hubungan sosial dan keluarga (Fitrianur, dkk., 2018).

Kepuasan hidup menurut Diener, dkk., (1997) adalah kemampuan seseorang untuk menikmati pengalaman-pengalamannya disertai dengan kegembiraan. Menurut Sheldon dan Linda (2001) kepuasan hidup bisa tercapai apabila terdapat kesesuaian antara harapan dengan kenyataan. Kesesuaian itu dapat menyangkut prestasi atau dimensi kehidupan yang lain. Tingkat keberhasilan individu ketika memecahkan masalah penting dalam kehidupannya juga mempengaruhi kepuasan hidup individu tersebut.

Dalam penelitian ini kepuasan hidup diartikan sebagai evaluasi kognitif seseorang dalam menikmati dan menilai pengalaman-pengalamannya di masa lalu dan sekarang. Individu yang puas mempunyai penilaian bahwa apa yang sudah dicapai atau diperolehnya sudah sesuai dengan harapan atau cita-citanya dan memandang secara positif kehidupannya di masa yang akan datang (Rakhman, 2018).

2. Komponen Afektif

Kesejahteraan individu juga diukur berdasarkan frekuensi emosi positif (senang, gembira, puas) dan negatif (marah, sedih, takut) yang individu rasakan. Diener (1984) mengatakan bahwa emosi positif dan negatif diperoleh dari respon seseorang terhadap suatu kejadian. Semakin sering seseorang merespon pengalaman dengan emosi positif maka semakin sejahtera individu tersebut. Diener (2003) mendefinisikan afeksi merupakan evaluasi seseorang mengenai pengalaman-pengalaman yang dialami dalam hidupnya. Sedangkan *positive affect* dan *negative* menggambarkan *mood* dan emosi terhadap pengalaman yang terjadi dalam kehidupan individu.

Komponen afektif ini terbagi menjadi dua, yaitu afek positif dan afek negatif. Afek positif adalah emosi-emosi yang merefleksikan reaksi seseorang terhadap kejadian-kejadian yang menunjukkan bahwa hidup berjalan sesuai dengan apa yang individu itu inginkan, misalnya tertarik atau berminat akan sesuatu (*interested*), gembira (*excited*), kuat (*strong*), antusias (*enthusiastic*), waspada atau siap siaga (*alert*), bangga (*proud*), bersemangat (*inspired*), penuh tekad (*determined*), penuh perhatian (*attentive*), dan aktif (*aktif*).

Diener, dkk., (2005) menjelaskan bahwa afek negatif menggambarkan respon negatif yang dialami individu sebagai reaksi terhadap keadaan dan kejadian yang mereka alami, misalnya sedih atau susah (*distressed*), kecewa (*disappointed*), bersalah (*guilty*), takut (*scared*), bermusuhan (*hostile*), lekas

marah (*irritable*), malu (*shamed*), gelisah (*nervous*), gugup (*jittery*), dan khawatir (*afraid*).

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Subjective Well-Being*

Subjective well-being individu tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhinya. Walaupun tidak ada faktor penentu tunggal bagi *subjective well-being*, namun beberapa faktor seperti hubungan sosial yang baik, lingkungan, pekerjaan, pernikahan, usia, budaya, dan karakteristik individu sedikit banyak bisa menjadi faktor yang berpengaruh terhadap tingkat *subjective well-being* seseorang (Proctor, 2014). Beberapa faktor yang mempengaruhi *subjective well-being* (Dewi & Nasywa, 2019) yaitu :

1. Kepribadian (*personality*)

Penelitian yang dilakukan oleh Stead dan Bibby (2017) yang menunjukkan bahwa kepribadian mempengaruhi *subjective well-being* seseorang. Soto (2015) menyatakan bahwa bahwa tingkat *subjective well-being* yang tinggi berhubungan dengan tingginya tingkat *ekstraversi*, *agreeableness*, dan *conscientiousness*, serta rendahnya tingkat *neuroticism*. Efek kesejahteraan prospektif menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kesejahteraan yang tinggi akan menjadi individu yang lebih menyenangkan, teliti, stabil secara emosional, dan *introvert*.

2. Dukungan sosial

Dukungan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *subjective well-being* seseorang. Gulacti (2010) menyatakan bahwa *subjective well-being* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dukungan sosial, dimana dukungan dari keluarga berpengaruh positif terhadap *subjective well-being* seseorang. Lutfiyah (2018) juga menemukan terdapat hubungan yang signifikan antara dukungan sosial dengan kepuasan hidup seseorang. Penelitian ini memiliki tujuan melihat *subjective well-being* seseorang dengan melihat latar belakang berbagai macam budaya dan kondisi sebagai bentuk dukungan sosialnya.

3. Kebersyukuran

Kebersyukuran merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *subjective well-being*. Datu (2013) menunjukkan bahwa rasa syukur itu berpengaruh sebagai penentu kesejahteraan *subjective* individu. Suseno & Pramithasari (2020) menemukan bahwa ada korelasi positif antara bersyukur dengan *Subjective well-being*.

4. *Forgiveness*

Forgiveness memberikan pengaruh terhadap *subjective well-being* seseorang. Allemand, dkk., (2012) menunjukkan bahwa *forgiveness* memberikan pengaruh yang positif terhadap *subjective well-being*. Septarianda, dkk., (2020) menjelaskan ada hubungan yang positif antara

forgiveness dengan *subjective well-being* melalui tiga komponen dalam *subjective well-being*. Hasil penelitian ini memberikan dampak tentang pentingnya *forgiveness* dalam meningkatkan *subjective well-being* pada remaja.

5. Self esteem

Pengaruh dari *self esteem* terhadap *subjective well-being* ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Kong, dkk., (2012) dimana hasilnya menunjukkan bahwa harga diri memiliki pengaruh yang penting terhadap *subjective well-being*. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Li, dkk., (2015) mereka menemukan bahwa harga diri memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well-being*.

6. Spiritualitas

Spiritualitas juga mempengaruhi *subjective well-being*. Penelitian Joshanloo dan Daemi (2014) menemukan bahwa terdapat hubungan antara spiritualitas dengan *subjective well-being*. Seseorang yang berada dalam kondisi miskin ditemukan bahwa mereka mampu menemukan kebahagiaan dengan taat beribadah, menerima keadaan, bersyukur dan kebersamaan dengan keluarga (Ashari, 2016).

2.2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

2.2.1. Pengertian Intensitas

Ajzen (1991) mengungkapkan intensitas adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang atau individu dalam melakukan sebuah aktivitas tertentu. Menurut Yuniar & Nurwidawati (2013) intensitas adalah tingkat keseringanseseorang dalam mengerjakan sebuah kegiatan tertentu yang dimotivasi oleh rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Chaplin (2008) mendefenisikan intensitas sebagai sifat kuantitatif dari suatu penginderaan yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya.

Wulandari (2000) menyatakan jika intensitas merujuk pada waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) dan jumlah ulangan untuk melakukan aktivitas tertentu dalam waktu tertentu (frekuensi). Intensitas dapat diartikan sebagai frekuensi atau seberapa sering suatu kegiatan atau perilaku dilakukan (Chaplin, 2008).

Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah keadaan atau tingkatan atau seberapa banyak waktu yang dilakukan atau digunakan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu, misalnya menggunakan media sosial.

2.2.2. Pengertian Media Sosial

Kaplan, dkk., (2010) menjelaskan media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang diciptakan di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang mengizinkan penciptanya dalam pertukaran *user-generated-content*. Carr & Hayes (2015) juga mendefinisikan media sosial adalah saluran berbasis Internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara oportunistik dan menampilkan diri secara selektif, baik secara *real-time* dengan oranglain secara luas dan sempit yang akan memperoleh nilai dari konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Dari uraian diatas, disimpulkan bahwa media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis Internet yang diciptakan di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, dan mengizinkan pengguna untuk berinteraksi secara oportunistik dan menampilkan diri secara selektif dan berharap menciptakan kesan yang positif dari orang lain. Dan juga media sosial juga merupakan penunjang yang baik untuk berkomunikasi, bisnis, maupun media untuk hiburan.

2.2.3. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) Intensitas penggunaan media sosial merupakan sebuah usaha yang dikeluarkan individu yang memiliki jumlah dalam pola tindakan dan perilaku yang sama, dalam hal ini menggunakan media sosial. Sebuah dorongan usaha yang berbentuk tindakan yang ditunjukkan seseorang suatu waktu yang mempunyai jumlah volume tindakan yang disebut dengan intensitas.

Intensitas penggunaan media sosial adalah gambaran berapa lama dan seringnya pengguna media sosial menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan dan juga motivasi (Andarwati & Sankarto, 2005). Intensitas penggunaan media sosial juga merupakan seberapa jauh penggunaan media sosial terintegrasi dengan perilaku sosial dan rutinitas pengguna, serta seberapa jauh koneksi emosional yang terjalin antar para penggunanya (Jenkins, dkk., 2013).

Menurut Aziz (2020) intensitas penggunaan media sosial merupakan kuantitas perhatian dan ketertarikan individu dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman atau kekuatannya dalam menggunakan media sosial. Sedangkan, menurut Larasati & Sunarto (2020) intensitas penggunaan media sosial adalah suatu ukuran kuantitatif mengenai seberapa lama, seberapa sering dan seberapa konsentrasinya seseorang dalam menggunakan media sosial.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan seberapa jauh dan lamanya individu menggunakan media sosial dan seberapa banyak kuantitas perhatian dan waktu yang diberikan pengguna media sosial untuk mengakses media sosial tersebut.

2.2.4. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Ajzen (1991) mengemukakan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial yaitu:

1. Perhatian

Perhatian adalah ketertarikan atau minat seseorang terhadap suatu kegiatan yang akan jauh lebih kuat dilakukan dibandingkan dengan kegiatan yang lain. Dalam hal ini individu memberikan minat atau perhatian yang lebih ketika mengakses media sosial, sehingga seseorang itu akan menikmati aktivitasnya dalam menggunakan media sosial.

2. Penghayatan

Penghayatan mengarah pada adanya usaha atau keinginan seseorang untuk bisa memahami, menikmati, menghayati dan menyerap informasi yang didapatkan sebagai suatu pengetahuan.

3. Durasi

Durasi merupakan gambaran tentang seberapa lamanya waktu yang dihabiskan dalam mengakses media sosial. Kategori durasi penggunaan media sosial yang tinggi dikategorikan jika lebih dari 3 jam per hari dan dikatakan rendah jika hanya menggunakan selama 1-3 jam per hari (Juditha, 2011).

4. Frekuensi

Frekuensi merupakan gambaran tentang seberapa sering atau seberapa banyaknya pengulangan perilaku baik disengaja maupun tidak dalam menggunakan media sosial. Kategori frekuensi penggunaan media sosial dikatakan tinggi apabila lebih dari 4 kali per hari dan masuk dalam kategori rendah jika pengulangan penggunaannya hanya 1-4 kali per hari (Juditha, 2011).

2.2.5. Faktor-Faktor Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Casdari (2006) menyebutkan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial yaitu :

1. Faktor kebutuhan dari dalam

Faktor ini berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan psikologis manusia, salah satunya kebutuhan afiliasi yang merupakan kebutuhan manusia untuk menjalin hubungan yang dekat dengan manusia lain (*relatness*).

2. Faktor motif sosial

Intensitas penggunaan media sosial juga bisa dipengaruhi oleh adanya orang lain atau lingkungan untuk mendapatkan dukungan sosial, seperti salah satunya adalah sikap konformitas mahasiswa dengan teman sebayanya.

3. Faktor emosional

Faktor emosional dapat mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial. Sebagai contoh, mahasiswa akan mengulang aktivitas penggunaan media sosial yang menimbulkan perasaan senang.

2.3. Remaja

2.3.1. Pengertian Remaja

Menurut Hurlock (1980) *Adolescence* atau remaja berasal dari kata latin (*Adolescere*) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Istilah *Adolescence* mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Piaget (dalam Hurlock, 1980) mengungkapkan bahwa masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa.

Menurut Santrock (2007) masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional, yang dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun. Jahja (2011) menambahkan bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*dependence*) terhadap orang tua kearah kemandirian (*independence*), minat

seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan masa transisi dari tahap kanak-kanak ke tahap remaja yang melibatkan perubahann-perubahan tertentu baik secara fisik, sosioemosional maupun kognitif, lebih mandiri dan lebih memperhatikan estetika dan isu-isu moral.

2.3.2. Perkembangan Masa Remaja

Pada masa perkembangan remaja ini ada beberapa aspek yang sangat menonjol perkembangannya (Fatmawati, 2017) antara lain adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan Fisik Secara umum

Pertumbuhan dan perkembangan fisik sangat pesat pada usia 12/13-17/18 tahun. Pada masa ini, remaja merasakan ketidaknyamanan dan ketidakharmonisan pada diri mereka karena anggota badan dan otot-otonya tumbuh secara tidak seimbang. Pertumbuhan otak secara cepat terjadi pada usia 10-12/13 dan 14- 16/17 tahun. Pertumbuhan otak wanita meningkat 1 tahun lebih cepat daripada laki-laki yaitu pada usia 11 tahun, sedangkan pertumbuhan otak laki-laki meningkat 2x lebih cepat dari pada wanita dalam usia 15 tahun.

2. Perubahan Eksternal

Untuk tinggi rata-rata anak perempuan mencapai tinggi yang matang pada usia antara 17-18 tahun. Sedangkan laki-laki 1 tahun lebih lambat dari pada perempuan. Untuk berat perubahan berat badan mengikuti jadwal yang sama dengan perubahan tinggi, tetapi berat badan sekarang tersebar ke bagian-bagian tubuh yang tadinya hanya mengandung sedikit lemak atau tidak mengandung lemak sama sekali. Sedangkan untuk organ seks, organ seks laki-laki maupun perempuan akan mencapai ukuran yang matang pada akhir masa remaja. Untuk proporsi tubuh : berbagai bagian tubuh lambat laun akan menunjukkan perbandingan yang baik, misalnya badan melebar dan memanjang yang mengakibatkan tubuh tak kelihatan terlalu panjang.

3. Perubahan Internal

- a. Sistem Pencernaan Perut menjadi lebih panjang sehingga tidak terlalu menyerupai bentuk pipa. Hati bertambah berat dan kerongkongan bertambah panjang. Otot-otot di perut dan dinding-dinding usus menjadi lebih tebal dan kuat. Usus bertambah panjang dan bertambah besar.
- b. Sistem Peredaran Darah : Jantung tumbuh pesat pada masa remaja pada usia 17/18 tahun, beratnya 12 kali berat pada waktu lahir.

Panjang dan tebal dinding pembuluh darah meningkat dan mencapai tingkat kematangan bilamana jantung sudah matang.

- c. Jaringan Tubuh : perkembangan kerangka berhenti rata-rata pada usia 18 tahun, sedangkan jaringan selain tulang terus berkembang sampai tulang mencapai ukuran matang.
- d. Sistem Pernafasan : kapasitas paru-paru anak perempuan hampir matang pada usia 17 tahun, anak laki-laki mencapai tingkat kematangan beberapa tahun kemudian.

4. Perkembangan Emosi

Perkembangan emosi pada masa remaja ini cenderung lebih tinggi dari masa anak-anak. Hal ini dikarenakan mereka berada di bawah tekanan social dan menghadapi kondisi yang baru. Kematangan emosi juga diperlihatkan dengan menilai masalah secara kritis terlebih dahulu daripada yang emosional, bukan sebaliknya.

5. Perkembangan Kognisi

Mulai dari usia 12 tahun, proses pertumbuhan otak telah mencapai kesempurnaan. Pada masa ini, sistem syaraf yang memproses informasi berkembang secara cepat dan telah terjadi reorganisasi lingkaran syaraf *lobe frontal* yang berfungsi sebagai kegiatan kognitif tingkat tinggi, yaitu kemampuan merumuskan perencanaan strategis atau mengambil

keputusan. Perkembangan *lobe frontal* ini sangat berpengaruh pada kemampuan intelektual remaja.

6. Perkembangan Sosial

Social cognition berkembang pada masa remaja. *Social Cognition* yaitu kemampuan untuk memahami orang lain. Remaja dapat memahami orang lain sebagai individu yang unik, baik menyangkut sifat-sifat pribadi, minat nilai-nilai maupun perasaannya. Pemahaman ini mendorong remaja untuk menjalin hubungan sosial yang lebih akrab dengan mereka, terutama teman sebaya.

2.4. Hubungan intensitas penggunaan media sosial terhadap *subjective well-being* remaja

Berdasarkan data yang di ungkapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo, 2020) mengungkapkan Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna *Facebook* terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Pada penelitian ini berfokus pada pengguna media sosial usia remaja.

Keberadaan media sosial dapat menimbulkan seseorang merasakan reaksi positif dalam dirinya seperti perasaan bahagia saat postingannya disukai oleh orang lain, mendapatkan informasi penting melalui konten yang dibagikan orang

lain, bertemu dengan individu lain dengan minat yang sama, mendapatkan hal-hal baru untuk mengembangkan diri, serta hal-hal positif lainnya (Hudson, dkk., 2015). Selain itu, salah satu masalah mengenai penggunaan media sosial yang sedang berkembang adalah penggunaan media sosial yang tinggi dapat menjadi pemicu depresi bagi remaja (O'keeffe & Pearson, 2011). Penggunaan media sosial juga dapat mempengaruhi dan mengganggu kondisi diri seseorang sehari-hari, terutama kondisi yang berkaitan dengan aspek psikologis individu (Maier et al., 2015).

Kondisi remaja yang mempunyai pengaruh pada kesehatan mental individu, khususnya pada *subjective well-being* adalah ketergantungan dalam menggunakan dan beraktivitas di media sosial. Misalnya kegiatan posting konten, komentar, berbagi kegiatan pribadi dan sebagainya. Perubahan *mood* remaja karena respon dalam bentuk komentar dari media sosial juga akan mempengaruhi kondisi *well-being* (Best, dkk., 2014). Keinginan untuk diperhatikan juga ditunjukkan oleh pengguna media sosial, seperti membagikan kisah-kisah pribadi kepada publik dan berharap adanya respon yang diharapkan dari orang lain (Naslund, dkk., 2014).

Subjective well-being atau sering disebut sebagai kebahagiaan, merupakan evaluasi subjektif seseorang terhadap hidupnya baik secara kognitif dan afektif, yang ditandai dengan tingginya kepuasan hidup dan perasaan positif serta rendahnya perasaan negatif (Diener, 1984).

Penelitian yang dilakukan oleh Kim (2014) tentang dukungan sosial yang diberlakukan di media sosial dan subjective well-being kepada 626 mahasiswa di eastern university. Hasil menunjukkan bahwa dukungan sosial yang diterima melalui media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup (*subjective well-being*).

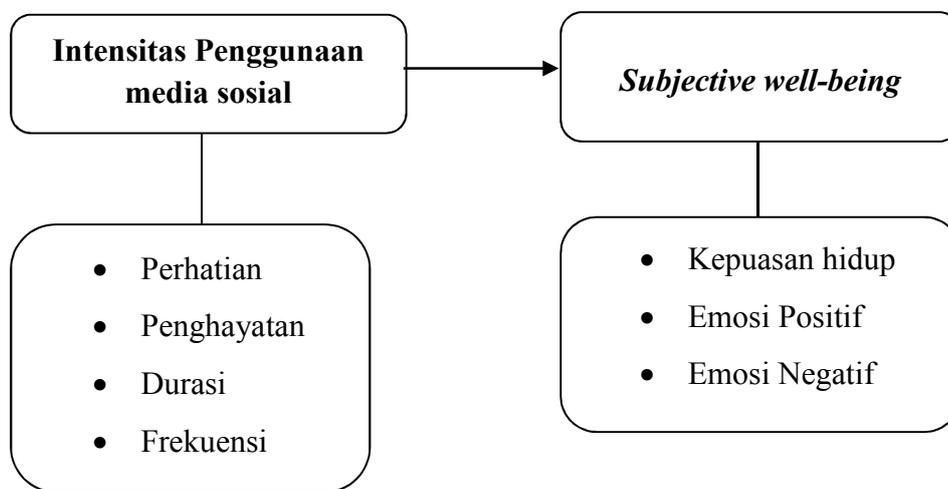
Media sosial merupakan suatu teknologi yang mempunyai dampak positif dan negatif sehingga apabila remaja telah berada pada taraf adiksi, maka akan mempengaruhi kondisi *subjective well-being* remaja (Ardi & Sukmawati, 2019). Valkenburg (2006) menyatakan bahwa jika remaja mendapatkan umpan balik positif dari orang lain, hal itu akan meningkatkan *subjective well-being*nya. Media sosial dalam hal ini terdiri beberapa jenis yaitu seperti *Facebook, Instagram, Wikipedia, Google, Youtube, Whatsapp, Tiktok, Twitter, Blog*, dll.

Perilaku penggunaan media sosial yang dilakukan secara berulang-ulang dan konsistensi setiap harinya dapat membuat sebuah kebiasaan baru bagi kehidupan individu yang menggunakannya. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi membuat remaja membandingkan hidupnya dengan orang lain membuat dia merasa tidak puas dan tidak bahagia dengan kehidupan yang dimilikinya (Tenis, 2018).

Dari penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila seseorang menggunakan media sosial dan mendapatkan respon positif dari oranglain maka individu tersebut akan mengalami emosi positif yang banyak dibandingkan dengan emosi negatif serta memiliki kepuasan hidup yang merupakan salah satu

indikator *subjective well-being*. Begitu juga sebaliknya apabila remaja menggunakan media sosial dan mendapatkan respon negatif dari orang lain maka dia akan mengalami emosi negatif dan memiliki kepuasan hidup yang kurang. Oleh karena itu, peneliti berasumsi semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi *subjective well-being* yang dimiliki oleh remaja tersebut.

2.5. Kerangka Konseptual



2.6. Hipotesis

Ha₁ : Ada hubungan antara intensitas Penggunaan Media sosial dengan *subjective well-being* ditinjau dari kepuasan hidup pada remaja di kota Medan

Ha₂ : Ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *subjective well-being* ditinjau dari *affect positive* dan *affect negative* pada remaja di kota Medan

H0₁ : Tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *subjective well-being* ditinjau dari kepuasan hidup pada remaja di kota Medan

H0₂ : Tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *subjective well-being* ditinjau dari *affect positive* dan *affect negative* pada remaja di kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Menurut Azwar (2012) variabel juga dapat didefinisikan sebagai suatu konsep mengenai atribut atau sifat yang ada pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif atau secara kualitatif. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (X) : Intensitas penggunaan media sosial
2. Variabel Tergantung (Y) : *Subjective well-being*

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Intensitas penggunaan media sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan perilaku yang ditunjukkan individu dalam bentuk ketertarikan (perhatian), penghayatan, tingkat keseringan (frekuensi) dan seberapa lamanya (durasi) individu menggunakan media sosial seperti *Whatsaap, Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok* dan sebagainya. Pengukuran intensitas penggunaan media sosial ini akan diukur dengan Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial yang akan disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan Ajzen (1991) berupa perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi penggunaan media sosial.

3.2.2. *Subjective well-being*

Subjective well-being merupakan suatu evaluasi atau penilaian individu terhadap kepuasan hidup yang dia jalani selama ini dan juga penilaian dirinya terhadap perasaan positif dan negatif yang dia rasakan baik secara kognitif maupun afektif dan tidak dipengaruhi oleh orang lain. *Subjective well-being* memiliki komponen-komponen yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitifnya mencakup kepuasan hidup (*life satisfaction*) sedangkan komponen afektif mencakup afek positif (*positive affect*), afek negatif (*negatif affect*).

Peneliti mengembangkan alat ukur yang berdasarkan alat ukur yang disusun oleh Diener, dkk (1984). Komponen kognitif pada variabel *subjective well-being* ini diukur dengan menggunakan skala *Satisfaction With Life Scale (SWLS)* yang mana skala ini mengukur kepuasan hidup secara menyeluruh. Demikian juga dengan komponen afektif, yang terdiri dari afek atau pengalaman positif dan negatif yang kemudian akan diukur menggunakan sub skala *Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)*.

3.3. Subjek Penelitian

Adapun subyek penelitian ini adalah seluruh remaja di kota Medan yang menggunakan media sosial. Karakteristik dari subjek penelitian ini adalah :

1. Remaja berusia 13-22 Tahun (Santrock, 2007).
2. Berdomisili di kota Medan
3. Aktif menggunakan media sosial

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini merupakan remaja pengguna media sosial yang berada di wilayah kota Medan.

3.4.2. Sampel

Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat dan karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Noor, 2011). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil dihitung dengan rumus sampel Isaac dan Michael. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah populasi relatif besar dan tidak dapat teridentifikasi dengan pasti, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan jumlah populasi tak terhingga. Maka jumlah responden berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan kesalahan 5% berjumlah 349 orang. Oleh karena itu, peneliti responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 349 remaja.

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Random Sampling* sebagai teknik penentuan sampel, dikarenakan populasi yang cukup luas (Sugiyono, 2015). Karena kota Medan yang sangat luas maka peneliti memutuskan untuk mengambil 5 kecamatan dari 21 kecamatan yang ada berdasarkan jumlah penduduk terbesar

(BPS Kota Medan, 2020). Diharapkan remaja yang berada di 5 kecamatan ini dapat mewakili seluruh remaja yang berada wilayah kota Medan. Adapun 5 kecamatan tersebut yaitu Kecamatan Medan Deli, Kecamatan Medan Marelan, Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Helvetia, Kecamatan Medan labuhan.

Tabel 3.1 Daftar nama kecamatan dan jumlah penduduk kota Medan

No.	Kecamatan	Jumlah penduduk
1.	Medan Tuntungan	97.249
2.	Medan Johor	151.756
3.	Medan Amplas	129.726
4.	Medan Denai	169.643
5.	Medan Area	117.029
6.	Medan Kota	84.666
7.	Medan Maimun	49.231
8.	Medan Polonia	59.915
9.	Medan Baru	36.522
10.	Medan Selayang	103.176
11.	Medan Sunggal	129.063
12.	Medan Helvetia	164.910
13.	Medan Petisah	71.844
14.	Medan Barat	88.602
15.	Medan Timur	116.985
16.	Medan Perjuangan	103.813
17.	Medan Tembung	146.534
18.	Medan Deli	189.321
19.	Medan Labuhan	133.765
20.	Medan Marelan	182.515
21.	Medan Belawan	108.987

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2020

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Instumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala psikologis. Skala psikologis adalah serangkaian item yang digunakan untuk mengungkapkan suatu atribut psikologis tertentu (Supratiknya, 2015). Proses penyebaran skala ini nantinya akan menggunakan media *Google Form* dalam pelaksanaannya. Peneliti juga

menggunakan skala jenis *likert* dalam pengembangan alat ukurnya khususnya dalam skala *subjective well-being*. Skala *likert* adalah teknik mengukur dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan (Noor, 2011).

Terdapat dua alat ukur psikologi yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini yaitu :

1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial disusun dalam bentuk skala Likert yang disusun berdasarkan aspek intensitas yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) berupa perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi penggunaan media sosial.

2. Instrumen *subjective well-being*

Instrumen atau alat ukur *subjective well-being* yang bertujuan untuk mengukur kesejahteraan subjektif seseorang ini terdiri dari dua subskala yakni skala kepuasan hidup atau *Satisfaction With Life Scale (SWLS)* dan skala afek positif dan negatif yaitu *Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)*.

- Skala Kepuasan Hidup (*Satisfaction with Life Scale*). Alat ukur SWLS yang terdiri dari 5 item-nya ini sendiri merupakan skala yang dikembangkan oleh Diener, Emmons, Larsen, dan Griffin pada tahun 1984, yang sengaja dirancang demi mengukur penilaian kognitif global terhadap kepuasan dengan kehidupan seseorang (Diener, dkk., 2005). Skala yang dilindungi hak cipta ini bebas untuk digunakan oleh siapapun tanpa melalui izin atau biaya, selama pihak pengguna yang terkait memberikan kredit kepada pembuat skala.

- Skala Pengalaman Positif dan Negatif (*Scale of Positive and Negative Experience*) menggunakan alat ukur *Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)* (Diener, dkk., 2005) yang merupakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 12 item, dimana 6 itemnya ditujukan untuk menilai perasaan positif dan 6 item lainnya untuk menilai afek atau perasaan negatif. Cara perhitungan dalam skala ini adalah dengan mengurangkan skor total dari jumlah skor pertanyaan perasaan positif dan pertanyaan perasaan negatif. Skala ini pun sama, diperbolehkan untuk digunakan secara bebas dengan syarat yang sama.

3.6. Pelaksanaan Penelitian

Adapun prosedur pelaksanaan penelitian ini terdiri dari dua tahapan yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

3.6.1. Tahap Persiapan Penelitian

A. Pembuatan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berbentuk skala yang disusun dan dikembangkan oleh peneliti. Skala *subjective well-being* diadopsi langsung oleh peneliti menggunakan skala yang disusun oleh Diener, dkk., (2005) dengan bantuan dan arahan dari dosen pembimbing. Sedangkan skala intensitas

penggunaan media sosial disusun berdasarkan aspek-aspek yang diungkapkan oleh Ajzen (1991) yang terdiri atas Perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi. Skala intensitas penggunaan media sosial sendiri terdiri atas 48 item. Item-item pernyataan tersebut kemudian disusun menjadi instrument uji coba seperti dibawah ini :

**Tabel 3.2 Blueprint Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial
Sebelum Uji Coba**

No	Aspek	Indikator	No. item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Perhatian	Ketertarikan individu terhadap kegiatan yang sesuai dengan minatnya sendiri	1, 9, 17, 25	33*, 41	6
		Individu memperlihatkan konsentrasi yang tinggi pada saat mengakses media sosial yang mereka sukai	2, 10, 18, 26	34*, 42	6
		Individu menikmati aktivitas saat mengakses media sosial yang mereka sukai	3, 11, 19, 27*	35*, 43	6
2	Penghayatan	Individu suka meniru atau mengikuti hal ataupun informasi yang terdapat didalam media sosial	4, 12, 20, 28	36*, 44*	6
		Individu memahami dan menyerap informasi yang	5, 13, 21, 29	37*, 45*	6

		didapat dari media sosial dan disimpan untuk menjadi pengetahuan baru			
		Individu mudah terpengaruh hal ataupun informasi yang didapat dari media sosial	6, 14, 22, 30	38*, 46*	6
3	Durasi	Lamanya waktu yang digunakan dalam menggunakan media sosial	7, 15*, 23*, 31	39*, 47	6
4	Frekuensi	Seberapa sering atau banyaknya pengulangan yang dilakukan dalam menggunakan media sosial	8*, 16, 24, 32	40, 48*	6
Jumlah			32	16	48

Note : tanda (*) merupakan item gugur

Begitu juga dengan skala *subjective well-being* yang dibuat dengan melewati beberapa tahapan prosedur adaptasi dan telah melalui tahapan validasi internal dari *Expert Judgement*. *Expert judgement* merupakan penilaian alat ukur yang dilakukan oleh ahli. Beberapa prosedur seperti mulai dari awal pencarian alat ukur yang disesuaikan oleh tujuan awal oleh peneliti, dan dilanjutkan dengan dilakukannya translasi instrumen (ahli bahasa) lalu *back translate* secara mandiri oleh peneliti. Proses ahli bahasa atau translasi dilakukan bertujuan untuk menghasilkan beberapa perubahan terkait tata bahasa instrumen yang pada dasarnya berbahasa Inggris. Setelahnya, tidak lupa juga instrumen telah divalidasi oleh suatu panel ahli atau *expert judgement* dengan latar belakang profesi yang sesuai. Para ahli yang menilai instrumen yang peneliti gunakan, memiliki latar

belakang sebagai dosen pemimping 1 peneliti pada jurusan Psikologi Universitas HKBP Nommensen Medan dengan pendidikan terakhir Doktor (S3) yaitu Ibu Dr. Nenny Ika Putri, M.Psi., Psikolog dan dosen pemimping 2 peneliti yaitu Bapak Freddy Butar-butar, M.Psi., Psikolog. Sebaran uji coba skala *subjective well-being* tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.3 Blueprint Instrumen *Subjective well-being* Sebelum Uji Coba

No.	Dimensi	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Kepuasan hidup (<i>life satisfaction</i>)	1, 2, 3, 4, 5	-	5
2	Afek positif (<i>positive affect</i>)	1*, 3, 5, 7, 9, 11*	-	6
3	Afek negatif (<i>negative affect</i>)	2, 4, 6, 8, 10, 12	-	6
Jumlah		17	0	17

Note : tanda (*) merupakan item gugur

Tabel 3.4 Kisi-kisi *Satisfaction With Life Scale (SWLS)* Sebelum Uji Coba

Dimensi	Item		Jumlah
	Favorable	unfavorable	
Kepuasan hidup (<i>life satisfaction</i>)	1. Hampir semua hal dihidup saya mendekati harapan ideal saya.	-	1
	2. Kondisi dari hidup saya dalam keadaan yang sangat baik	-	1
	3. Saya merasa puas dengan hidup saya	-	1
	4. Sejauh ini saya telah memperoleh hal-hal penting yang saya inginkan dalam hidup saya	-	1
	5. Jika saya bisa mengulang kembali hidup ini, saya hampir tidak akan mengubah apapun dalam hidup saya.	-	1
Total item			5

Tabel 3.5 Kisi-kisi *Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)* Sebelum Uji Coba

No	Dimensi	Item	Jumlah
----	---------	------	--------

		Favorable	Unfavoble	
1	Afek Positif (<i>Positive Affect</i>)	1.Merasakan Perasaan Positif (cth: antusias, optimis)	-	1
		3.Merasakan perasaan baik (cth: Bersyukur)	-	1
		5.Merasakan perasaan menyenangkan (cth : gembira, senang hati)	-	1
		7.Merasakan perasaan bahagia (cth: sejahtera, bahagia)	-	1
		9.Merasakan perasaan gembira (cth: senang, kegiraan, ceria)	-	1
		11.Merasakan perasaan puas (cth: lega, tenang, tentram)	-	1
2	Afek Negatif (<i>Negative Affect</i>)	2.Merasakan perasaan negative (cth: tidak menikmati aktivitas, tidak suka dengan sesuatu hal)	-	1
		4.Merasakan perasaan buruk (cth: dengki, iri)	-	1
		6.Merasakan perasaan tidak menyenangkan (cth: tidak gembira, murung, stress, frustrasi)	-	1
		8.Merasakan perasaan sedih (cth: susah hati, dukacita)	-	1
		10.Merasakan perasaan takut (cth : tidak berani, cemas, khawatir)	-	1
		12.Merasakan perasaan marah (cth: gusar, murka)	-	1
Total item				12

B. Uji Coba Alat Ukur

Setelah alat ukur disusun, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji coba alat ukur. Uji coba alat ukur dilakukan untuk menguji apakah validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian nantinya. Peneliti melakukan uji coba alat ukur pada tanggal 11-12 Agustus 2021 pada 60 responden yang mana respondennya yakni remaja berusia dengan rentang 13-22 tahun, aktif menggunakan media sosial, dan berdomisili di kota Medan. Penelitian ini dilakukan peneliti dengan memberikan skala secara online dalam bentuk *google form* kepada subjek.

Setelah pengumpulan data uji coba selama dua hari, data yang akhirnya terkumpul kemudian di-input ke dalam program SPSS 25.0 *for windows* untuk melalui prosedur analisis sederhana, yakni untuk mengetahui koefisien reliabilitas dan uji analisis daya diskriminasi item. Dalam melakukan uji daya diskriminasi item, sebelumnya peneliti melakukan uji validitas isi berdasarkan pada penilaian para ahli terhadap instrumen *subjective well-being (satisfaction with life scale dan scale of positive and negative experience)*, serta instrumen intensitas penggunaan media sosial sebelum uji coba. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen atau alat ukur yang digunakan valid, yakni dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dasar pengambilan keputusan dari hasil uji validitas tersebut adalah jika suatu item dikatakan valid dan dapat digunakan yaitu jika r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). R tabel berdasarkan jumlah subjek uji coba awal dalam penelitian ini yang mana dari sebanyak 60 subjek dengan $df = n-2$, memiliki r tabel sebesar 0,254. Begitu juga dengan uji reliabilitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen atau alat ukur yang digunakan memiliki kestabilan atau konsistensi dalam mengukur sesuatu yang sama di berbagai waktu. Dasar pengambilan keputusan dari uji ini mengacu pada kaidah Guilford (Sugiyono, 2015) yaitu >0.6 .

Tabel berikut ini akan menjelaskan hasil uji validitas dari instrumen intensitas penggunaan media sosial :

Tabel 3.6 Blueprint Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial setelah Uji Coba

No	Aspek	Indikator	No. item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Perhatian	Ketertarikan individu terhadap kegiatan yang	1, 9, 17, 25	41	5

		sesuai dengan minatnya sendiri			
		Individu memperlihatkan konsentrasi yang tinggi pada saat mengakses media sosial yang mereka sukai	2, 10, 18, 26	42	5
		Individu menikmati aktivitas saat mengakses media sosial yang mereka sukai	3, 11, 19	43	4
2	Penghayatan	Individu suka meniru atau mengikuti hal ataupun informasi yang terdapat didalam media sosial	4, 12, 20, 28	-	4
		Individu memahami dan menyerap informasi yang didapat dari media sosial dan disimpan untuk menjadi pengetahuan baru	5, 13, 21, 29	-	4
		Individu mudah terpengaruh hal ataupun informasi yang didapat dari media sosial	6, 14, 22, 30	-	4
3	Durasi	Lamanya waktu yang digunakan dalam menggunakan media sosial	7, 31	47	3
4	Frekuensi	Seberapa sering atau banyaknya	16, 24, 32	40	4

		pengulangan yang dilakukan dalam menggunakan media sosial			
Jumlah			28	5	33

Setelahnya, berdasarkan hasil uji validitas atau daya diskriminasi skala intensitas penggunaan media sosial dari 48 item ada 15 item yang gugur karena r hitungannya kurang dari r tabel, dan reliabilitas skala intensitas penggunaan media sosial adalah 0.822 yang termasuk kateogeri reliable.

Begitu juga dengan instrumen *subjective well-being* tabel berikut ini akan menjelaskan hasil uji validitas dari instrumen *subjective well-being* :

Tabel 3.7 Blueprint Instrumen *Subjective well-being* Setelah Uji Coba

No.	Dimensi	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Kepuasan hidup (<i>life satisfaction</i>)	1, 2, 3, 4, 5	-	5
2	Afek positif (<i>positive affect</i>)	3, 5, 7, 9	-	4
3	Afek negatif (<i>negative affect</i>)	2, 4,6, 8, 10, 12	-	6
Jumlah		15	0	15

Setelahnya, berdasarkan hasil uji validitas atau daya diskriminasi skala kepuasan hidup, dari kelima itemnya tidak ada yang gugur karena r hitungannya lebih besar daripada r tabel, dan reliabilitas skala kepuasan hidup sendiri tergolong ke dalam kategori reliabel yakni sebesar 0.759 Sedangkan untuk skala pengalaman positif dan negatif, terdapat beberapa item yang r hitungannya kurang dari r tabel, yakni diantaranya item 1 dan 11, namun skala ini memiliki reliabilitas yang bernilai reliabel, yakni sebesar 0,857. Berdasarkan hal tersebut, maka kemudian item yang dibintangi pada tabel diatas

dinyatakan gugur dan tidak bisa dipertahankan karena bahkan r hitungannya berada di bawah r tabel.

Tabel 3.8 Kisi-kisi *Satisfaction With Life Scale (SWLS)* Setelah Uji Coba

Dimensi	Item		Jumlah
	Favorable	unfavorable	
Kepuasan hidup (<i>life satisfaction</i>)	1. Hampir semua hal dihidup saya mendekati harapan ideal saya.	-	1
	2. Kondisi dari hidup saya dalam keadaan yang sangat baik	-	1
	3. Saya merasa puas dengan hidup saya	-	1
	4. Sejauh ini saya telah memperoleh hal-hal penting yang saya inginkan dalam hidup saya	-	1
	5. Jika saya bisa mengulang kembali hidup ini, saya hampir tidak akan mengubah apapun dalam hidup saya.	-	1
Total item			5

Tabel 3.9 Kisi-kisi *Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)*

Setelah Uji Coba

No	Dimensi	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavoble	
1	Afek Positif (<i>Positive Affect</i>)	3.Merasakan perasaan baik (cth: Bersyukur)	-	1
		5.Merasakan perasaan menyenangkan (cth : gembira, senang hati)	-	1
		7.Merasakan perasaan bahagia (cth: sejahtera, bahagia)	-	1
		9.Merasakan perasaan gembira (cth: senang, kegiraan, ceria)	-	1
2	Afek Negatif (<i>Negative Affect</i>)	2.Merasakan perasaan negative (cth: tidak menikmati aktivitas, tidak suka dengan sesuatu hal)	-	1
		4.Merasakan perasaan buruk (cth: dengki, iri)	-	1
		6.Merasakan perasaan tidak menyenangkan (cth: tidak gembira, murung, stress, frustrasi)	-	1
		8.Merasakan perasaan sedih	-	1

	(cth: susah hati, dukacita)		
	10.Merasakan perasaan takut (cth : tidak berani, cemas, khawatir)	-	1
	12.Merasakan perasaan marah (cth: gusar, murka)	-	1
Total item			10

C. Teknik Skoring Instrumen *Subjective well-being*

Pengisian skala ini memerlukan hanya sedikit waktu pengerjaan dari subjek yaitu selama kurang lebih satu menit terdiri dari 5 pernyataan item pendek yang disusun dengan skala Likert dengan 7 pilihan respon yang memperlihatkan tingkatan kesetujuan maupun ketidaksetujuan subjek. 7 opsi yang ada tersebut yakni sangat tidak setuju, tidak setuju, agak tidak setuju, netral, agak setuju, setuju, dan sangat setuju.

Tabel 3.10 Norma Skoring Instrumen *Satisfaction With Life Scale (SWLS)*

Kategori Jawaban	Skor
Sangat Setuju	7
Setuju	6
Agak setuju	5
Netral	4
Agak tidak setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Jumlah total skor minimal yang bisa dihasilkan dalam skala ini terhadap satu responden adalah 5 dimana berarti responden sangat merasa tidak puas terhadap kehidupannya, dan skor maksimal bernilai 35 yang berarti responden sangat puas akan kehidupannya.

Tabel 3.11 Interpretasi Skor Total *Satisfaction With Life Scale (SWLS)*

Kategori Jawaban	Skor Total
Sangat puas	31-35
Puas	26-30

Sedikit puas	21-25
Netral	20
Sedikit tidak puas	15-19
Tidak puas	10-14
Sangat tidak puas	5-9

Tabel 3.12 Skoring Scale of Positive and Negative Experience (SPANE)

Kategori Jawaban	Skor
Sangat jarang/ tidak pernah	1
Jarang	2
Terkadang	3
Sering	4
Sangat sering/ selalu	5

Sedangkan untuk instrumen Scale of Positive and Negative Experience (SPANE) ini memiliki cara atau norma skoringnya tersendiri. Skor item pada dimensi SPANE Positif yaitu item 1, 3, 5, 7, 10, dan 12 dijumlahkan. Begitu juga item pada dimensi SPANE Negatif yang item 2, 4, 6, 8, 9, dan 11 harus dijumlahkan. Akhirnya skor global Scale of Positive and Negative Experience (SPANE) didapat dari pengurangan total skor item SPANE Positif yang dikurangi dengan SPANE Negatif. Skor global SPANE ini kemudian bisa menghasilkan angka -24 yang berarti subjek “paling tidak bahagia”, dan nilai 24 yang berarti subjek “paling bahagia”.

3.6.2. Tahap Pelaksanaan

Proses pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan skala SKOR GLOBAL = SCALE OF POSITIVE - SCALE OF NEGATIVE penelitian ini dilakukan pada tanggal 17-20 Agustus 2021 selama 4 hari berturut-turut.

3.7. Analisis Data

3.6.1. Uji Asumsi

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak (Noor, 2011). Uji normalitas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *Kolmogorof-Smirnov* dalam program *spss* versi 25.0 *Windows*. Suatu data dikatakan normal jika memiliki nilai $p > 0,05$ sedangkan, jika nilai $p < 0,05$ maka suatu data dikatakan tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang linear dengan *subjective well-being*. Hubungan yang linier adalah hubungan yang memiliki nilai $p < 0,05$ sedangkan hubungan yang tidak linier jika nilai $p > 0,05$.

3.6.2. Uji Hipotesis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari *pearson* yaitu teknik analisis statistic untuk menguji hipotesis yang berorientasi korelatif dengan tujuan untuk melihat hubungan antara Intensitas penggunaan media sosial (variabel bebas X) dengan *subjective well-being* (variabel terikat Y) jika mempunyai data yang tergolong normal. Uji hipotesis tersebut menggunakan rumus $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Tetapi apabila data tidak terdistribusi normal, maka akan dilakukan uji korelasi menggunakan *spearman rho*. Dimana rumus yang digunakan yaitu jika $\text{sig} < 0.05$ maka berkorelasi, dan jika $\text{sig} > 0.05$ maka tidak berkorelasi.

