

INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SERTA PENGARUHNYA TERHADAP *SUBJECTIVE WELL-BEING* SISWA

Rafika Indrawati¹, Eko Nuswantoro²
Bimbingan dan Konseling, Universitas Negeri Semarang,
rafikaindrawati@gmail.com

Abstract: *This study aims to: (1) know the picture of the intensity of social media use Instagram, (2) know the picture of subjective well-being level, (3) know the effect of intensity of Instagram social media use on the intensity of social media use Instagram in students of Yayasan Kesatrian 67 Semarang. The approach in this study uses a quantitative approach with a correlational type. Data collection techniques in this study using psychology scale with instruments intensity scale use Instagram social media as 32 items and subjective well-being scale as many as 38 items. The population in this study was high school students of Yayasan Kesatrian 67 Semarang with a sample of 279 determined by proportionate stratified random sampling technique. Data analysis techniques using (1) descriptive quantitative analysis describe the intensity of social media use Instagram and subjective well-being, (2) hypothesis test with simple regression analysis to find out the effect of intensity of social media use Instagram on subjective well-being. The results showed that the intensity of social media use on Instagram affected subjective well-being.*

Keyword: intensity; use; social media instagram; subjective well-being; Semarang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui gambaran tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram, (2) mengetahui gambaran tingkat *subjective well-being*, (3) mengetahui gambaran pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa Yayasan Kesatrian 67 Semarang. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala psikologi dengan instrumen skala intensitas penggunaan media sosial instagram sebanyak 32 item dan skala *subjective well-being* sebanyak 38 item. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 279 yang ditentukan dengan teknik *proportionate stratified random sampling*. Teknik analisis data menggunakan (1) analisis deskriptif kuantitatif menggambarkan tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram dan *subjective well-being*, (2) uji hipotesis dengan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *subjective well-being*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap *subjective well-being*.

Kata Kunci: intensitas; penggunaan; media sosial instagram; *subjective well-being*; Semarang

A. PENDAHULUAN

Kebahagiaan merupakan kondisi ideal diinginkan pada setiap individu dalam rentang kehidupannya. Setiap individu mengejar kebahagiaan dalam keseharian hidupnya bahkan dapat dikatakan individu dalam kehidupan ini berada dalam suatu proses pengejaran kebahagiaan (Haybron dalam Erylmas 2012). Dalam berbagai penelitian mengenai kebahagiaan terdapat istilah lain yaitu dikenal dengan istilah *subjective well-being* atau keseimbangan subjektif. Diener (2009) mengungkapkan bahwa *subjective well-being* mengarah pada semua jenis evaluasi, baik positif maupun negatif, seseorang terhadap hidupnya. Ini mencakup evaluasi kognitif reflektif, seperti kepuasan hidup dan kepuasan kerja, minat dan keterlibatan, dan reaksi afektif untuk peristiwa kehidupan, seperti sukacita dan kesedihan. Dengan kata lain *subjective well-being* merupakan evaluasi yang berbeda pada masing-masing individu tentang kehidupan, peristiwa yang

dialami, tubuh dan pikiran, dan keadaan di mana mereka tinggal.

Subjective well-being merupakan hal yang penting bagi rentang perkembangan manusia hal ini sesuai dengan pernyataan Friedreson (dalam Maslihah, 2017) individu yang sejahtera umumnya mampu menunjukkan potensi positif dirinya, mampu memperluas pandangan pada masa mendatang dan mampu membentuk dirinya sendiri, tak terkecuali pada remaja. Remaja merupakan tahap perkembangan dimana individu mengalami peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Pada masa ini remaja mengalami banyak perubahan, baik secara biologis sosial, kognitif, sosioemosi. Pada periode ini remaja mengalami pergolakan yang hebat (Santrock, 2011). Mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik, remaja yang memiliki *subjective well-being* akan dapat menjalani hidup secara sehat dan mengatasi berbagai perubahan yang dialaminya. *Subjective well-being* remaja sangat dipengaruhi

oleh kebutuhan yang terpenuhi dalam mencapai kepuasan dan tujuannya untuk hidup (Erylmaz, 2012). Ada 3 komponen utama dalam subjective well-being yaitu: kepuasan hidup, pengaruh negatif, dan pengaruh positif (Diener, 2009). Remaja yang memiliki kepuasan hidup rendah dan tidak mampu mengendalikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif cenderung mengalami gangguan dan ditandai dengan gejala klinis (Gilman dan Heubner, 2006). Gejala klinis yang dialami remaja bisa berupa stress, kecemasan, depresi, hingga bunuh diri.

Fenomena yang terjadi banyak remaja memiliki *Subjective well-being* yang rendah. Penelitian yang dimuat oleh CNN Indonesia.com bahwa pada waktu belakangan ini semakin banyak anak-anak muda yang memilih untuk berhenti menjalani hidup dengan bunuh diri. Organisasi Kesehatan Dunia ([WHO](#)) melaporkan bahwa terdapat 800 ribu orang yang mengakhiri hidupnya dengan melakukan

bunuh diri tiap tahunnya dan beberapa kasus tersebut terjadi di kalangan anak muda yaitu berusia kisaran 10 hingga 24 tahun. Selain CNN Indonesia website lain yaitu oleh [kumparan.com](#) mengemukakan bahwa; 7 dari 10 remaja dinyatakan mengalami gangguan kecemasan dan depresi, penelitian ini dilakukan oleh Pew Research Center Amerika Serikat. Selain itu dalam situs yang sama menjelaskan bahwa lebih dari 30% dari 914 siswa di Jakarta terkena depresi. Bahkan 16,6% di antaranya mengaku sempat berniat untuk mengakhiri dirinya. Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui bahwa remaja di usia muda rentang sekali memiliki kesejahteraan subjektif yang rendah yang mengakibatkan memiliki keinginan bunuh diri.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kementerian Kesehatan juga melakukan survei yang dilakukan pada tahun 2015 dengan menyertai 10.300 siswa sebagai sampel dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia.

Survei ini menemukan bahwa sebanyak 650 siswa SMP dan SMA di Indonesia punya keinginan untuk mengakhiri hidupnya. Hasil pada survei ini mengindikasikan bahwa beberapa siswa SMP dan SMA di Indonesia memiliki kepuasan hidup rendah.

Menurut Diener (dalam Snyder & Lopez, 2007) kesejahteraan subjektif ini memiliki persamaan kata dari kebahagiaan. Pengaruh sosial, kesehatan dan pekerjaan merupakan tiga lingkup utama kehidupan yang dihubungkan dengan kebahagiaan, (Lyubomirsky, King, & Diener, 2005). Sementara itu interaksi antara ketiga domain ini, pengaruh sosial tampaknya menjadi hal yang sangat besar berpengaruh terhadap kebahagiaan, karena manusia adalah makhluk sosial.

Pada saat ini, pengaruh sosial yang pada individu memiliki berbagai bentuk, selain melalui tatap muka secara langsung pada masa kini juga bisa dilakukan dengan bantuan teknologi berupa

media sosial. Media sosial yang paling diminati pada saat ini salah satunya Instagram. Instagram sendiri adalah aplikasi seluler (iOS dan Android) yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto menjadi gambar yang menarik secara visual, yang kemudian dapat dibagikan dengan *followers* di aplikasi Instagram.

Beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap aspek kehidupan seseorang. Individu mampu lebih mampu meluapkan yang dirasakannya dan yang dipikirkannya pada kehidupan yang dijalannya dan kemudian membagikannya kepada orang lain (Choi & Bazanovi 2014); selain itu memiliki kepuasan tertentu jika individu bisa menghabiskan uang untuk berbelanja barang mewah, pergi berlibur, serta membagikannya pada media sosial yang mereka miliki (Raghunathan & Corfman, 2006).

Hal ini mampu menjadikan

individu lebih dapat terbuka dan berusaha untuk membagikan hal yang terdapat pada kehidupannya di media sosial. Menurut O'Keefe & Pearson Hal ini juga dirasakan pada remaja, Ketika hampir sebagian besar remaja pada masa ini mempunyai *smartphone* dan kurang lebih 25% remaja tersebut menggunakan *smartphone* mereka untuk mengakses mengirim pesan, mengakses media sosial, serta menggunakan aplikasi pesan singkat. Saat remaja membagikan perasaan serta pandangannya di profil media sosialnya mereka cenderung berharap untuk mendapatkan umpan balik yang menyenangkan. Terdapat penelitian Valkenburg (2006) yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa umpan balik yang menyenangkan pada media sosial yang dimiliki remaja dapat meningkatkan *self esteem* dan *subjective well being*. Begitu pula sebaliknya, jika remaja mendapatkan umpan balik yang tidak menyenangkan cenderung pada profil media sosialnya dapat menurunkan *self esteem* dan

subjective well being yang dialami remaja.

Subjective well being menurut Diener (1985) merupakan hasil evaluasi pada individu terhadap hidupnya, baik secara kognitif maupun afektif. Evaluasi penilaian ini bersumber dari penilaian pribadi dan bukan berdasarkan penilaian orang lain (Baumgardner & Crothres, 2009). Namun pada kenyataannya kebahagiaan remaja justru didapatkan dari penilaian orang lain. Hal ini bersumber dengan berdasarkan beberapa hal, yaitu karakteristik pada perkembangan dan psikologis remaja, akses terhadap internet, dan harapan remaja itu sendiri. Salah satu isu yang berkembang pada penggunaan media sosial adalah intensitas penggunaan media sosial yang tinggi mampu menjadi sumber pemicu depresi pada beberapa remaja (O'Keefe & Pearson, 2011). Intensitas penggunaan media sosial menjadikan diri pada remaja untuk membandingkan hidupnya dengan kehidupan yang dijalani

oleh orang lain seakan membuat ia merasa tidak puas dan tidak bahagia dengan kehidupan yang dimiliki oleh remaja itu sendiri.

Salah satu akibat dari terlalu seringnya menggunakan media sosial merupakan emosi yang dirasakan mampu ditularkan tanpa disadari oleh para pengguna lainnya. Hal ini memungkinkan para pengguna media sosial lain untuk merasakan emosi yang sama. Media sosial mampu membuat penggunaannya untuk melihat konten sesuai dengan kegemarannya, hal ini akan berdampak ketika seseorang sering mengakses konten yang bernada negatif, kemungkinan ia juga akan memposting konten yang bernada negatif pula. Begitu juga sebaliknya pada saat individu sering mengakses konten yang bernada positif, kemungkinan ia juga akan memposting konten yang bernada positif pula (Adam, 2017). Hal ini dapat secara langsung mempengaruhi bagaimana emosi seseorang ketika mengakses

media sosial.

B. LANDASAN TEORI

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. 2016) mendeskripsikan bahwa media sosial dapat dikatakan sebagai wadah "aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Adapun karakter dalam media sosial menurut Nasrullah (20017) antara lain: jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), konten oleh pengguna (*user-generated content*), dan penyebaran (*share/sharing*). Rustiana (2018) menyebutkan bahwa ada tiga alasan yang mendasari kebutuhan seseorang untuk bermedia sosial, yaitu: 1) Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan komunikasi untuk saling bertukar informasi. 2) Pada abad ke-21 ini, bidang

teknologi mengalami revolusi informasi dan komunikasi yang berbasis internet yang menyebabkan masyarakat luas “kebanjiran” informasi. 3) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah pengguna yang mengakses internet di Indonesia menguat selama beberapa tahun terakhir.

Media sosial memiliki beberapa jenis, dalam Jurnal Cahyono (2016) Kaplan dan Hanlein membuat skema bentuk klasifikasi atau pembagian dari jenis-jenis media sosial, antara lain yaitu: (1) proyek kolaborasi, (2) blog atau migroblog, (3) *virtual game word*, (4) *virtual social world*, (5) konten, (6) situs jejaring sosial

Penggunaan pada media sosial berusaha mencari dan menikmati apa yang disajikan pada beberapa media massa guna memuaskan berbagai macam kebutuhan. Ini terdapat dalam teori *Use and Gratification*.

Segala hal yang dilakukan para pengguna media yang disengaja oleh para penggunanya sendiri untuk memenuhi

kebutuhan mereka merupakan hal utama dalam model *Uses and Gratification*. Kriyantono (2011) menjelaskan bahwa khalayak menggunakan media massa dengan didasarkan pada motif-motif tertentu, motif-motif ini akan terpenuhi setelah mengakses media masa. Rakhmat (2007) juga mengemukakan bahwasanya teori *Uses and Gratification* ini tidak merujuk pada apa yang dilakukan media pada diri orang, melainkan tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media.

Katz, Blumler, dan Gurevitch sebagaimana yang dikutip oleh Rakhmat (2007) menyatakan bahwa terdapat lima asumsi yang mendasari teori *Uses and Gratification* yaitu sebagai berikut.

1. Pengguna aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media
2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan pengguna.
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain

4. Sepenuhnya sadar terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh pengguna.

Teori *Uses and Gratification* mempunyai tingkat relevansi yang tinggi pada saat masyarakat miliki media yang ingin digunakan, seperti para pengguna smartphone yang menjadi kebiasaan masyarakat dikarenakan mengakses media sosial, aplikasi layanan pesan, internet ataupun berbagai macam hal yang dilakukan lainnya yang dipermudah dengan adanya smartphone. Hal tersebut disebabkan karena pada dasarnya manusia tidak dapat tidak berkomunikasi, sehingga memiliki dan menggunakan smartphone menjadi hal yang wajar untuk masyarakat.

Menurut McQuail dan koleganya sebagaimana yang dikutip oleh McQuail (2011) mengidentifikasi beberapa cara yang digunakan untuk mengklasifikasikan kebutuhan khalayak. Klasifikasi kepuasan

khalayak tersebut dapat mencakup sebagai berikut.

1. Pengalihan (*diversion*) yang bisa diidentifikasi sebagai jalan keluar dari rutinitas atau masalah sehari-hari.
2. Hubungan personal (*personal relationship*) ini terjadi jika orang menggunakan media sebagai gantitemannya.
3. Identitas pribadi (*personal identity*), cara untuk menekankan nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (*surveillance*), mencari informasi untuk membantu seseorang mencapai sesuatu.

Teori *uses and gratifications* sangat berkaitan dengan penelitian ini, karena melihat dari sisi khalayak yang aktif dalam menggunakan media *Instagram* untuk mencari informasi dan memperoleh informasi yang diinginkan oleh khalayak tersebut. Tentu saja generasi *millennial* merupakan salah satu bagian dari khalayak aktif yang paling sering menggunakan media *Instagram* untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi terkini. Dalam penelitian ini siswa yang

merupakan penikmat isi dari konten-konten media yang sangat aktif dalam mengakses suatu media.

Bila dihubungkan dengan motif kepuasan dan kebutuhan yang melatar belakangi khalayak pada pengguna media, khalayak ingin mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan dengan secara aktif mencari dan memilih sosial media. Generasi millennial ini memilih untuk menggunakan media yang menyajikan informasi mengenai hiburan, acara terkini, topik mengenai artis-artis dan lain-lain, dengan harapan bahwa informasi yang didapatkanakan membantu khalayak dalam mengulas sebuah *event* terkini, topik apa yang sedang diperbincangkan khalayak dan dapat menghibur khalayak ketika membaca artikel berita tersebut sehingga dapat memposisikan dirinya sebagai generasi millennial yang mengetahui beragam informasi terkini

McQuail (2011) merumuskan motif beberapa motif

dalam menggunakan media massa, yaitu: (1) informasi, (2) identitas pribadi, (3) integrasi dan interaksi sosial (4) hiburan. Motif inilah yang membuat individu mengakses media.

Kaitannya dalam penggunaan media sosial intensitas merupakan topik pada kecenderungan ketika mengakses media sosial yang tinggi. Intensitas (*intensity*) menurut Arthur S. Reber dan Emily S. Reber (dalam Awaliya) yaitu kekuatan dari perilaku yang dipancarkan. Selain itu Ajzen mengungkapkan bahwa, intensitas adalah suatu usaha individu dalam melakukan tindakan tertentu. Chaplin (2008) menjelaskan bahwa intensitas sebagai sifat kuantitatif dari suatu penginderaan, yang berkaitan dengan intensitas perangsangnya. Intensita mampu diartikan dengan kekuatan tingkah laku atau pengalaman. Sedangkan menurut Kartono dan Gulo (2003), intensitas berasal dari kata "*intensity*" yang berarti besar atau kekuatan tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk

merangsang salah satu indera, ukuran fisik dari energy atau data indera. Jadi dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa suatu tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan dikatakan memiliki intensitas

Penelitian ini menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media yang digunakan untuk penunjang objek pada penelitian. Pengertian Instagram berasal dari kata "instan" atau "insta", yang dianggap seperti kamera polaroid yang dikenal dengan "foto instan" (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://.id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2020). Menurut Bambang Instagram merupakan jejaring sosial yang mempunyai fungsi yang tidak jauh berbeda dengan jejaring sosial lainnya, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk menyebarkan informasi terhadap penggunanya. Instagram juga mampu memberikan inspirasi bagi

penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (dalam Atmoko, 2012:10). Selain itu, (dalam Sari, 2017) sistem perteman di Instagram menggunakan istilah *Following* (diikuti) dan *followers* (pengikut). Yang artinya following berarti mengikuti pengguna, dan followers berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna berinteraksi dengan memberikan komentar dan memberikan respon (feedback) dengan like (suka) terhadap foto yang dibagikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang membagikan gambar atau foto *instan* dengan bantuan internet kepada masyarakat luas.

Instagram memiliki berbagai macam fitur-fitur untuk menarik penggunanya. Dalam wikipedia dalam jurnal Tanjung dan Syahreza (2018) menyebutkan ada beberapa fitur yang digunakan di Instagram yaitu: *followers* dan

following, mengunggah foto, kamera, filter foto, arroba, label, penanda foto dengan bendera, dan Instagram story.

Jadi dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah frekuensi atau seberapa sering suatu kegiatan atau perilaku dilakukan oleh pengguna media sosial Instagram dengan memanfaatkan berbagai macam fitur di Instagram

Adapun beberapa aspek pada intensitas penggunaan media sosial instagram, menurut Del Bario (dalam Anggi, 2012) dan kaitannya dengan media sosial *Instagram* yaitu : Perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi.

1. **Durasi** merupakan manifestasi dari seberapa lama, selang waktu, rentang waktu sesuatu yang berlangsung dalam mengakses media sosial dengan tujuan tertentu biasanya diukur per menit ataupun per jam (Kilamanca : 2010). Seringkali ketika menggunakan media sosial pengguna secara tidak sadar melupakan waktunya karena terlalu menikmati. Durasi terdiri

dari jumlah waktu yang digunakan dan prioritas penggunaan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Menurut Del Bario (dalam Anggi, 2012) intensitas penggunaan media sosial dapat terlihat dengan tingginya durasi pemakaian. Indikator untuk mengukur aspek ini adalah dengan menghitung lamanya individu ketika menggunakan media sosial Instagram.

2. **Frekuensi** yaitu seberapa banyak secara kuantitas adanya pengulangan perilaku baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi dalam menggunakan media sosial berkaitan dengan akumulasi waktu, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses sosial media (Andreas dan Haenlein : 2010). Selain itu Nuraini (2011) mengungkapkan bahwa frekuensi merupakan banyaknya seseorang dalam melakukan kegiatan yang dilaksanakan dalam periode waktu tertentu. Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa

frekuensi merupakan banyaknya kuantitas atau pengulangan yang digunakan individu dalam melakukan kegiatan tertentu. Frekuensi menunjuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu.

3. **Perhatian** merupakan ketertarikan individu terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktivitas lain yang tidak menimbulkan minat tertentu. Perhatian sangat erat kaitannya dengan kecenderungan individu terhadap minatnya.. Seseorang memiliki perhatian khusus pada saat mengakses media sosial yang mereka gemari, sehingga orang tersebut dapat menikmati aktivitas saat mengakses. Perhatian cenderung bersifat menunjukkan hal yang menjadi keinginan, keinginan tidak bersifat mengikat dan tidak memiliki keharusan untuk segera terpenuhi. Keinginan lebih bersifat tambahan, ketika kebutuhan pokok telah terpenuhi (Andreas dan Haenlein : 2010). Perhatian juga sangat erat

kaitannya dengan gairah dan keinginan. Ketika melakukan kegiatan dengan gairah dan keinginan, suatu hal individu cenderung melakukannya dengan penuh perhatian. Indikator untuk mengukur aspek ini yaitu: ketertarikan individu ketika mengakses media sosial Instagram dan individu menikmati aktivitas saat mengakses media sosial Instagram.

4. **Penghayatan** yaitu pemahaman dan penyerapan terhadap informasi adanya usaha individu untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyimpan sajian informasi maupun pengalaman yang didapat sebagai pengetahuan individu (Del Bario dalam Anggi : 2012). Indikator untuk mengukur aspek ini, yaitu: Individu suka meniru, mempraktikkan, bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.

2. *Subjective Well-Being*

Diener (dalam Angner, 2009) mengemukakan bahwa *subjective well-being* adalah sinonim dari kata

kebahagiaan. Kata subjektif artinya, bukan berdasarkan penilaian dari orang lain, namun merupakan penilaian pribadi individu dalam kehidupannya (Baumgardner & Crother, 2009). Diener dan Lucas dalam jurnalnya juga menjelaskan seperti namanya, *subjective well-being* atau kesejahteraan subjektif mengacu pada penilaian atau evaluasi hidup pada pandangan individu itu sendiri (Diener dan Lucas, 2004).

Menurut Seligman dan Csikszentmihalyi: "Kesejahteraan subjektif adalah istilah yang terdengar lebih ilmiah untuk apa yang orang biasanya maksud dengan kebahagiaan yang berdasarkan oleh penilaian pribadi" (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Penilaian pribadi yang dimaksud adalah tidak berdasarkan penilaian orang lain melainkan penilaian yang sesuai dengan apa yang dirasakannya sepanjang hidupnya.

Diener (dalam Veenhoven, 2008), *subjective well-being* merupakan suatu hasil dari penilaian secara menyeluruh dalam kehidupan yang

menyeimbangkan baik maupun buruk. Diener (dalam Ariati, 2010) *subjective well-being* adalah teori evaluasi akan kejadian yang sudah terjadi atau dialami dalam kehidupan seseorang. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *subjective well-being* adalah penilaian individu pada kualitas kehidupannya yang mengacu pada pandangan individu itu sendiri secara menyeluruh dengan menyeimbangkan emosi baik maupun buruk.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *subjective well-being* Larsen & Eid (2014) menyebutkan: (1) variabel demografis, (2) budaya, (3) lingkungan, dan (4) kepribadian. Selain faktor terdapat aspek-aspek dalam *subjective well-being*. Diener (2009) mengungkapkan bahwa terdapat dua aspek komponen, yaitu aspek kepuasan hidup dan aspek afektif. Aspek kepuasan hidup dalam *subjective well-being* merupakan aspek yang berkaitan dengan penerimaan individu dengan keadaan kehidupannya serta sejauh mana seseorang itu mampu menyanggupi apa yang

dikehendaknya secara menyeluruh (Sousa & Lyubomirsky dalam Habibah, 2018). Kepuasan hidup secara umum merujuk kepada sejauh mana seseorang itu berpuas hati dengan apa yang diperolehnya selama ini. Michalos (dalam Amat & Mahmud, 2009) menegaskan kepuasan hidup adalah melibatkan berbagai konstruk yang memerlukan seseorang itu menilai berbagai aspek kehidupannya seperti kesehatan, keuangan, kerja. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan hidup adalah penilaian individu secara menyeluruh terhadap kehidupan yang dialaminya secara menyeluruh. *Life satisfaction* memiliki kaitannya dengan seberapa dekat kehidupannya saat ini dengan kehidupan ideal (Pavot dan Diener, 1993). Kehidupan yang ideal ini akan membawa individu memiliki keyakinan dan komitmen untuk menjalani hidupnya serta memiliki tujuan dan makna dalam hidupnya. Afek merupakan gambaran pengalaman dasar

dalam peristiwa yang terjadi di dalam hidup individu dengan mood dan emosi terhadap peristiwa yang menunjukkan bahwa hidup berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan (Dinner : 2003). Menurut Adinugroho (2016) afek merujuk kepada terminologi yang luas dan umum yang menaungi emosi, mood dan sikap. Emosi cenderung memiliki variasi pada keadaan emosional yang dirasakan dan tidak tetap juga bersifat jangka pendek. Sedangkan mood merujuk kepada keadaan emosi yang bersifat jangka panjang dan dapat muncul tanpa ada objek spesifik emosi (pemicu). Secara umum, perbedaan emosi dan mood terletak pada periode waktu dan objek emosinya, namun keduanya merujuk kepada kerangka konseptual yang sama, yaitu affect (Adinugroho, 2016).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat deskriptif korelasional dikarenakan data-data numerical dianalisis dengan metode statistik

yang menggunakan bantuan SPSS, untuk menggambarkan secara sistematis dan menyelidiki sejauh mana variabel satu dengan variabel yang lain berdasarkan koefisien korelasi.

Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, yaitu intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel bebas dan *subjective well-being* sebagai variabel terikat.

Subyek dalam penelitian ini ialah siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang yang memiliki 2 sekolah, yaitu: SMA Kesatrian 1 Semarang dan SMA Kesatrian 2 Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara tidak homogen dan berstrata secara proposional. Penentuan jumlah sampel berdasarkan *representative* yang menggunakan tabel *Isaac and Michael* dengan tingkat kesalahan 5%. Sehingga, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 279 dari 1366 populasi.

Pengumpulan data pada

penelitian ini menggunakan skala psikologis, yaitu skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala *subjective well-being* dengan jenis respon menggunakan skala *Likert*.

Penghitungan reliabilitas menggunakan menggunakan formula alpha (α). Skala intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki reliabilitas 0,852 dan skala *subjective well-being* memiliki reliabilitas 0,887. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Teknik regresi sederhana dapat dilakukan setelah memenuhi syarat uji asumsi klasik statistik yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

D. HASIL PENELITIAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 mayoritas memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram berada pada kategori tinggi sebanyak 125 dengan persentase 45%. Selain itu 16 siswa memiliki 121 siswa memiliki intensitas penggunaan

media sosial *instagram* dengan kategori sedang sebanyak 43%. Kemudian dalam kategori sangat tinggi sebanyak 17 orang dengan persentase 6%, 125 siswa memiliki harga diri dengan kategori tinggi, dan sebanyak 17 siswa memiliki intensitas penggunaan media sosial *instagram* dalam kategori rendah dengan persentase sebanyak 6%.

siswa memiliki *subjective well-being* dengan kategori tinggi, 61 siswa memiliki *subjective well-being* dengan kategori sedang, 146 siswa memiliki *subjective well-being* dengan kategori rendah, dan 56 siswa memiliki *subjective well-being* dengan kategori sangat rendah. Untuk menggambarkan tingkat *subjective well-being* maka akan digambarkan pada table 2 berikut:

TABEL 1 KATEGORI VARIABEL INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM			Kategori Tingkatan
Kategori Tingkatan Persentase	Frekuensi	Presentase	
84% - 100%	16	6%	Sangat Tinggi
68% - 83%	125	43%	Tinggi
52% - 67%	121	42%	Sedang
36% - 51%	17	6%	Rendah
20% - 35%	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah	289	100%	
Rata-Rata Kriteria			Tinggi

Sedangkan tingkat *subjective well-being* sebanyak 1 siswa memiliki *subjective well-being* dengan kategori sangat tinggi, 15

TABEL 2 KATEGORI TINGKATAN VARIABEL SUBJECTIVE WELL-BEING

Kategori Tingkatan Persentase	Frekuensi		Kategori
	Frekuensi	Presentase	
84% - 100%	1	0,4%	Sangat Tinggi
68% - 83%	15	5,4%	Tinggi
52% - 67%	61	21,9%	Sedang
36% - 51%	146	52,3%	Rendah
20% - 35%	56	20,1%	Sangat Rendah
Jumlah	279	100%	
Rata-Rata Kriteria			Rendah

Uji Asumsi yang pertama yaitu uji normalitas data. Dilihat dari indeks *kolmogrov-simironov* melalui Program SPSS *Statistic* versi 21. Hasil signifikansi pada

pengolahan data dengan menggunakan *kolmogrov-simirnov* yaitu. Hasil signifikansi tersebut $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi norma. Uji asumsi berikutnya yaitu linearitas data, yang dapat dilihat melalui *Deviation of Linearity* melalui Program SPSS Statistik versi 21. Hasil signifikansi *Deviation of Linearity* yaitu $0,.$ Hasil signifikansi tersebut $> 0,05$ maka hal tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap *subjective well-being* pada siswa. Data penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi sederhana.

Hipotesis pada penelitian yang diajukan ini (H_a) yaitu “terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* berdasarkan aspek-aspeknya yaitu: perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi terhadap *subjective well-being* pada siswa SMA Yayasan

Kesatrian 67 yang dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana. Dalam pengujiaannya peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21.0.

Untuk mengetahui terdapat pengaruh signifikan atau tidaknya suatu variabel dapat ditentukan dengan melihat nilai signifikan pada koefisien regresi. Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka koefisien regresi yang dihasilkan memiliki pengaruh yang signifikan, sebaliknya jika $\text{sig} > 0,05$ pada koefisien regresi maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diatas menunjukkan aspek perhatian memiliki pengaruh yang signifikan dari variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap *subjective well-being* pada siswa dengan nilai $p = 0,000 < 0,005$. Selain itu diperoleh nilai B sebesar $-1,113$ yang menandakan bahwa pada aspek perhatian ini secara negatif mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa. Pada aspek perhatian ini juga

memperoleh nilai R square sebesar 0,075, yang menandakan bahwa aspek perhatian memiliki kontribusi sebesar 7,5% dalam mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa.

Aspek yang lain pada penelitian ini adalah aspek penghayatan yang memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai $p = 0,000 < 0,005$. Selain itu diperoleh nilai B sebesar -0,764 yang menandakan bahwa pada aspek perhatian ini secara negatif mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa. Pada aspek perhatian ini juga memperoleh nilai R square sebesar 0,047, yang menandakan bahwa aspek perhatian memiliki kontribusi sebesar 4,7% dalam mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diatas menunjukkan aspek frekuensi, memiliki pengaruh yang signifikan dari variabel intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *subjective well-being* pada siswa dengan nilai $p = 0,000 < 0,005$.

Selain itu diperoleh nilai B sebesar -0,843 yang menandakan bahwa pada aspek frekuensi ini secara negatif mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa. Pada aspek frekuensi ini juga memperoleh nilai R square sebesar 0,052, yang menandakan bahwa aspek frekuensi memiliki kontribusi sebesar 5,2% dalam mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diatas menunjukkan aspek durasi memiliki pengaruh yang signifikan dari variabel intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *subjective well-being* pada siswa dengan nilai $p = 0,000 < 0,005$. Selain itu diperoleh nilai B sebesar -1,250 yang menandakan bahwa pada aspek durasi ini secara negatif mempengaruhi *subjective well-being* pada siswa. Pada aspek durasi ini juga memperoleh nilai R square sebesar 0,045, yang menandakan bahwa aspek durasi memiliki kontribusi sebesar 4,5% dalam mempengaruhi *subjective well-*

being pada siswa.

Berdasarkan hasil regresi sederhana yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa empat aspek dari variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* yang meliputi perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi memberikan pengaruh yang negatif terhadap *subjective well-being* pada siswa.

Selain itu, berdasarkan hasil tabel regresi diatas diketahui bahwa nilai R square dari masing-masing aspek pada variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram*, yaitu: perhatian (7,5%), penghayatan (4,7%), frekuensi (5,2%), dan durasi (4,5%). Jika nilai R square tersebut dijumlahkan, maka jumlah R square sebesar 22,6%. Pada nilai tersebut menunjukkan pengaruh intensitas penggunaan media sosial *instagram* (X) terhadap *subjective well-being* (Y) adalah sebesar 21,9%, sedangkan 78,1% *subjective well-being* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

E. PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, menunjukkan hasil analisis data bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan dengan derajat korelasi rata-rata rendah antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap *subjective well-being* pada siswa Yayasan Kesatrian 67 Semarang. Negatif dan signifikan ini diartikan bahwa aspek-aspek pada intensitas penggunaan media sosial yang semakin tinggi maka *subjective well-being* siswa semakin rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh O'Keeffe dan Pearson (2011) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial yang menghabiskan banyak waktu untuk mengakses situs media sosial akan mulai menunjukkan adanya gejala-gejala depresi. Kepuasan yang rendah dan tidak

mampu mengendalikan pengaruh positif atau negatif cenderung mengalami gangguan psikis dan ditandai dengan gejala klinis (Gilman dan Heubner, 2006). Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menyebabkan individu tidak puas dengan kehidupan yang dimilikinya dan cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain (Brooks, 2015). Dalam hal ini, *subjective well-being* yang rendah dapat diukur dengan indikator kepuasan hidup yang rendah dan tidak mampu mengendalikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif dalam kehidupannya.

Dalam penelitian ini *subjective well-being* pada siswa dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial instagram. Menurut Mierza & Jurjewicz (2016) media sosial bisa mengubah perilaku diri, dan membuat remaja kurang percaya diri, kesulitan tidur, mudah khawatir, menggiring remaja ke *cyber bullying* yang mengarah pada perusakan harga diri remaja. Mierza & Jurjewicz (2016) juga menjelaskan bahwa media sosial

bisa berdampak negatif pada kesehatan mental, dan cenderung negatif kuat pada kesejahteraan subjektif remaja, khususnya kesejahteraan psiko-emosional. Semakin sering orang menggunakan jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan sejenisnya, semakin sedikit kepuasannya. Individu yang mengalami ketidakstabilan psikologis dan ketidakamanan sosial lebih mungkin mengunjungi media sosial.

Terdapat empat aspek pada intensitas penggunaan media sosial instagram, yaitu perhatian, penghayatan, frekuensi, durasi. Perhatian memiliki nilai persentase lebih tinggi dibandingkan tiga aspek lainnya yaitu sebesar 70%. Perhatian berkaitan dengan ketertarikan individu dengan sosial media yang digunakan. Dalam hal ini ketertarikannya adalah media sosial instagram, sehingga intensitas penggunaan media sosial ini meningkat. Intensitas media sosial instagram yang tinggi ini berpengaruh terhadap *subjective well-being* siswa dikarenakan

tingginya indikator ini menjadikan individu lebih sering mengakses dan melihat orang lain sehingga individu lebih sering terpapar pengalaman negatif. Hal ini sesuai dengan penelitian Shensa et.al (dalam Aziz : 2020) menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi media sosial dapat menyebabkan adanya pengalaman negatif dalam dunia maya. Artinya semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula peluang untuk mendapatkan pengalaman negatif di media sosial. Pengalaman negatif ini berkaitan dengan *subjective well-being* dimana salah satu aspek *subjective well-being* adalah afek negatif. Dalam penelitian ini afek negatif cenderung dalam kategori tinggi sebesar 78%. Sehingga hal indikator perhatian ini sangat mempengaruhi *subjective well-being* siswa.

Kemudian indikator lain dalam intensitas penggunaan media sosial adalah indikator penghayatan dengan persentase sebesar 63% dan termasuk dalam kategori tinggi. Indikator penghayatan ini dapat

diukur dengan individu yang suka meniru, mempraktikan, bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam dunia nyata (Del Bario dalam Anggi, 2012). Tingginya indikator ini berkaitan dengan individu yang mudah meniru, mempraktikkan dan terpengaruh informasi yang ada di media sosial instagram sehingga individu secara tidak sadar akan melakukan perbandingan terhadap dirinya. Munculnya perbandingan diri dengan orang lain berasal dari melihat konten pengguna lainnya kemudian membandingkan dengan konten sendiri atau dengan keadaan diri sendiri. Perbandingan yang muncul adalah perbandingan antara kelemahan diri dengan kelebihan yang dimiliki oleh pengguna media sosial lainnya (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014: 207).

Selain itu ada indikator durasi dan frekuensi yang termasuk dalam kategori sedang. Indikator ini berkaitan dengan waktu serta pengulangan pada intensitas penggunaan media sosial

instagram. Penggunaan media sosial dapat dikatakan aktif jika lebih dari 3 jam dalam sehari (Juditha, 2011:14). Kategori sedang dalam penelitian ini menggambarkan bahwa siswa Yayasan Kesatrian 67 Semarang adalah pengguna aktif.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi aspek-aspek pada intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa maka semakin rendah *subjective well-being* pada siswa. Sebaliknya, semakin rendah aspek-aspek pada intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa maka semakin tinggi *subjective well-being* pada siswa. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mierza & Jurjewicz (2016) juga menjelaskan bahwa media sosial mampu berdampak negatif pada kesehatan mental, dan cenderung negatif kuat pada kesejahteraan subjektif remaja.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang memiliki *subjective well-being* dengan kategori rendah serta

memiliki intensitas penggunaan media sosial instagram dalam kategori tinggi. Intensitas penggunaan media sosial instagram dan *subjective well-being* dalam ranah bimbingan dan konseling berkaitan dengan bidang pribadi dan sosial. Intensitas penggunaan media sosial berkaitan dengan pembatasan individu dengan media sosial yang menyebabkan individu mengalami kecanduan. Penilaian tersebut biasanya mencerminkan penerimaan atau penolakan terhadap dirinya. Sedangkan *subjective well-being* berkaitan dengan kepuasan hidup secara keseluruhan maupun aspek-aspek yang berkaitan dengan hidupnya, pengalaman serta emosi negatif dan positif yang ada pada dirinya. Pentingnya pengembangan tentang membatasi intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa dapat dilakukan dengan adanya pemberian layanan bimbingan dan konseling baik dalam bentuk klasikal, kelompok, maupun individu. Dengan adanya layanan bimbingan dan konseling dapat

membantu siswa dalam meningkatkan *subjective well-being* yang berdampak pada kebermaknaan hidup pada siswa.

F. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *subjective well-being* pada siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang Tahun Pelajaran 2020/2021, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial instagram, tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang Tahun Pelajaran 2020/2021 termasuk dalam kategori tinggi yang berarti bahwa siswa .
2. Ditinjau dari *subjective well-being*, tingkat *subjective well-being* pada siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang Tahun Pelajaran 2020/2021 termasuk dalam kategori rendah yang

berarti bahwa kepuasan hidup dan afek positif pada siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang Tahun Pelajaran 2020/2021 rendah.

3. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial instagram, yaitu: perhatian, penghayatan, frekuensi, dan durasi terhadap *subjective well-being* pada siswa SMA Yayasan Kesatrian 67 Semarang Tahun Pelajaran 2020/2021 yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram maka semakin rendah *subjective well-being* dan sebaliknya semakin rendah tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram maka semakin tinggi *subjective well-being*.

Selain simpulan peneliti juga memeberikan saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

- 1) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait dengan perilaku self injury, peneliti dapat

menggunakan variabel penelitian mengenai konformitas teman sebaya atau media sosial.

well-being?. Computers in Human Behavior, JOURNAL PUBLISHED BY ELSEVIER LTD. 46, 26-37.

G. DAFTAR RUJUKAN

- Adam, A. (2017, 19 September). Filter bubble: Sisi gelap algoritma media sosial. *Tirto.id*. Diunduh dari <https://tirto.id/filter-bubble-sisi-gelap-algoritma-media-sosial-cwSU>.
- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Acta Psychologia, 2(2)*, 92-107.
- Anggi, E. F. (2012). Hubungan antara intensitas menonton sinetron televisi terhadap perilaku imitasi gaya hidup artis pada remaja. Skripsi. Tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Baumgardner, S. R., Crothers, M. K. (2009). *Positive psychology*. Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Brooks, S. (2015). *Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. Computers in Human Behavior, JOURNAL PUBLISHED BY ELSEVIER LTD. 46, 26-37.*
- Choi, Y. H., & Bazarova, N. N. (2014). Self-disclosure characteristics and motivations in social media: extending the functional model to multiple social network sites. *International Communication Association, 41(4)*, 480-500. doi:doi:10.1111/hcre.12053
- Diener, E., Scollon, C.N., & Lucas, R.. (2009). The evolving concept of subjective well being: The multifaceted nature of happiness. In Diener, E. *Social indicators research series, 39: Assesing well being; The collected works of Ed Diener*. New York: Springer Science Bussiness Media.
- Eryilmaz, Ali. (2012). Mental Control: How do Adolescents Protect Their Subjective Well Being. *The Journal of Psychiatry and Neurological Science vol 25 (27-34)*
- Huebner, E.S. (2004). Research on assesment of life satisfaction in

- children and adolescents. *Social Indicators Research*, 66, 3-33.
- Judith, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota Makassar. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM.*, 13.
- Maslihah, Sri. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Subyektif Anak Didik Lembaga Pembinaan Khusus Anak. *Jurnal Psikologi Insight: Vol. 1, No. 1, April 2017: hlm 83-95*
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Mierza, Janusz., & Jurjewicz, Hubert. 2016. Does Facebook, Twitter, Instagram influence well-being and self-esteem among early adolescents?. *Studia Socialia Cracoviensia* 8 (2016) nr 1 (14), s. 137-152. <http://dx.doi.org/10.15633/ssc.1880>
- O’Keeffe, G.S., & Pearson, K.C. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800-804.
- O’Keeffe, G.S., & Pearson, K.C. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800-804.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Raghunathan, R., Corfman, K. (2006). Is happiness shared doubled and sadness shared halved? Social influence on enjoyment of hedonis experiences. *Journal of Marketing Research*, XLIII, 386-394.
- Rustiana. 2018. Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1): 17-32

Santrock, J. W. (2011). *Masa perkembangan anak*. Edisi 11. Jakarta: Erlangga.

Snyder, C. R., & Lopez (2007). *Positive Psychology in Scientific and Practical Exploration of Human Strength*. London: Sage Publication

Spraggrins, A. (2009). *Problematic use of online social networking sites for college students: prevalence, predictors, and association with well being* (Doctoral Dissertation). University of Florida

