

**Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap
Kebahagiaan pada Remaja yang Dimoderatori oleh Status Sosial
Ekonomi**



Nabilah Mita Lestari

1125154152

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi

Nama Mahasiswa : Nabilah Mita Lestari
 NIM : 1125154152
 Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 13 Agustus 2019

Pembimbing I



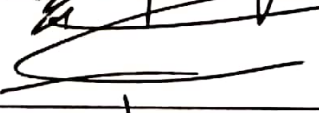
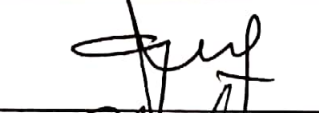

Pembimbing II




Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd
 197909252002122001

Gita Irianda Rizkyani Medellu, M.Psi
 198912192019032015

Panitia Ujian/Sidang Skripsi/Karya Inovatif

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)*		26/08-19
Dr. Gumgum Gumelar, M.Psi (Wakil Penanggungjawab**)		19/08-19
Prof. Dr. Suparno Eko Widodo, MM (Ketua Penguji**)		19/08-19
Dr. Gumgum Gumelar, M.Psi (Anggota****)		19/08-19
Santi Yudistira, M.Psi (Anggota)		20/08-19

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Nabilah Mita Lestari

NIM : 1125154152

Prodi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kebahagiaan yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi atau karya inovasi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar

Jakarta, 10 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan,



Nabilah Mita Lestari

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Mita Lestari
NIM : 1125154152
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Fakultas Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kebahagiaan yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Nabilah Mita Lestari

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillaahirrohmaanirrohiim

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri” (Q.S. Al-Ankabut, 29:6)

Saat masalahmu menjadi terlalu berat untuk ditangani, beristirahatlah dan hitung berkah yang sudah kamu dapatkan. Ingatlah Allah saat hidup tak berjalan sesuai keinginanmu. InsyaAllah, Allah memiliki jalan yang lebih baik untukmu.

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT, serta salam dipanjatkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Atas izin dan kuasa Allah SWT, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karna sesungguhnya tiada daya dan upaya tanpa pertolongan dari-Nya

Dengan hormat, Saya persembahkan skripsi ini untuk Almarhum Pada, Mama dan Abang yang selama ini tiada henti selalu memberikan kasih sayang yang begitu tulus dan ikhlas disetiap harinya. Tidak lupa untuk keluarga besar Hj.Hasbullah dan keluarga besar Pincuran Daun baik di Padang maupun di Jakarta. Serta untuk kue lapis, Indah, dan teman-teman Psikologi Angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan semangat dan motivasi yang besar selama proses penyusunan skripsi

NABILAH MITA LESTARI

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
TERHADAP KEBAHAGIAAN PADA REMAJA YANG DIMODERATOR OLEH
STATUS SOSIAL EKONOMI

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta, 2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kebahagiaan adalah *Orientations to Happiness Questionnaire* (OTH). Intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah *Social Networking Time Use Scale* (SONTUS). Hasil penelitian dari 297 subjek menunjukkan bahwa subjek berada pada kategori bahagia, dengan intensitas penggunaan media sosial instagram sedang serta status sosial ekonomi berada pada kategori tinggi. Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar (p) sebesar 0.485 ($p > 0.05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis nol dalam penelitian ini adalah gagal ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi

Kata Kunci : Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*, Status Sosial Ekonomi, Remaja

NABILAH MITA LESTARI

**THE EFFECT OF THE USE OF INTENSITY INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON
HAPPINESS IN TEENAGERS MODERATED BY THE ECONOMIC SOCIAL
STATUS**

Undergraduate Thesis

Jakarta: Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education

Jakarta State University, 2019

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the intensity of the use of Instagram social media on teenager happiness which is moderated by socioeconomic status. This research uses quantitative methods. The measuring instrument used to measure happiness is the Orientations to Happiness Questionnaire (OTH). The intensity of using Instagram social media is the Social Networking Time Use Scale (SONTUS). The results of the study of 297 subjects showed that the subjects were in the happy category, with the intensity of the use of moderate social media and socioeconomic status in the high category. The statistical method used to analyze data in this study is Regression Analysis. The results of this study indicate a significance value of (p) of 0.485 ($p > 0.05$). These results indicate that the null hypothesis in this study is failed to reject, which means that there is no effect of the intensity of the use of social media Instagram on happiness in adolescents moderated by socioeconomic status.

Keywords: Happiness, *Instagram Social Media Usage Intensity*, Socio-Economic Status, Teenagers

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya dalam bentuk kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi”.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta. Tidak hanya itu, skripsi ini dapat menjadi sarana untuk menyalurkan kemampuan yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan.

Proses yang dijalankan dalam menyusun skripsi ini tidak lain berkat doa, dorongan semangat, saran membangun serta bimbingan dari orang-orang terdekat. Tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya
2. Ibu Gantina Komalasari, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi,
3. Bapak Gumgum Gumelar, M.Si selaku Pembantu Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi,
4. Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Pembantu Dekan II,
5. Ibu Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd. selaku Pembantu Dekan III dan Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan waktu, pengetahuan, motivasi, saran, arahan, serta keceriaan yang tiada henti selama proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih banyak bu, semoga ibu diberikan kesehatan selalu serta dikelilingi oleh orang-orang yang baik
6. Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku Koordinator Program Studi Psikologi, Pembimbing Akademik,
7. Ibu Gita Irianda Rizkyani Medelly, M.Psi., Psi Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan memberikan waktu, pengetahuan, motivasi, saran, arahan, serta keceriaan selama proses penyelesaian skripsi ini

8. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah memberikan waktu serta ilmu yang bermanfaat selama masa studi.
9. Segenap staf administrasi dan karyawan Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah memberikan kelancaran akademik kepada Peneliti.
10. Almarhum papa, mama dan abang yang telah memberikan doa, perhatian, kasih sayang, semangat, dan dukungan tiada henti
11. Indah Apriyolla yang tetap menemani dari kecil hingga saat ini , yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta siap siaga dalam segala bantuan yang dibutuhkan
12. Kue Lapis yang ku sayangi Mute, Ashita, Auliah, Chadiza, Dheanov, Intan, Nadiyah, dan Sita
13. Teman-teman Basecamp Joce, Jaka, Pebi, Risma, Judith, Indah Cahyu yang selalu mendukung dan memberi semangat
14. Kelas E dan Psikologi Angkatan 2015.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan. Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi Peneliti serta pembaca umumnya.

Jakarta, 10 Agustus 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	
2.1 Kebahagiaan	11
2.1.1 Definisi Kebahagiaan	11
2.1.2 Aspek Kebahagiaan	12
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kebahagiaan	13
2.1.4 Karakteristik Individu yang Bahagia	15
2.2 Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	16
2.2.1 Definisi Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	16

2.2.2	Fitur – Fitur <i>Instagram</i>	18
2.2.3	Aktifitas Pengguna <i>Instagram</i>	19
2.2.4	Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	21
2.2.5	Aspek Pembentuk Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	22
2.3	Status Sosial Ekonomi	24
2.3.1	Definisi Status Sosial Ekonomi	24
2.3.2	Dasar Lapisan Masyarakat.....	24
2.3.3	Faktor yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi ...	25
2.3.4	Klasifikasi Status Sosial Ekonomi.....	26
2.3.5	Tingkat Status Sosial Ekonomi.....	27
2.4	Hubungan Antar Variabel	27
2.5	Kerangka Konseptual	29
2.6	Hipotesis	30
2.7	Hasil Penelitian yang Relevan	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	35
3.2	Desain Penelitian	35
3.3	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	35
3.3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	35
3.3.2	Definisi Konseptual Variabel	36
3.3.3	Definisi Operasional Variabel	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Analisis Data	47
3.6.1	Uji Statistik.....	47

3.6.2	Analisis Deskriptif.....	47
3.6.3	Uji Normalitas	47
3.6.4	Uji Linearitas dan Multikolinearitas.....	47
3.6.5	Uji Hipotesis	47
3.6.6	Uji <i>Effect Size</i>	49
3.6.7	Hipotesis Statistik.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Subjek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia	51
4.1.2	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.3	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Domisili	53
4.1.4	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Kepala Keluarga	54
4.1.5	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan Kepala Keluarga	54
4.1.6	Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Penghasilan Keluarga Perbulan	55
4.2	Prosedur Penelitian	56
4.2.1	Persiapan Penelitian	56
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian	58
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	58
4.3.1	Data Deskriptif Kebahagiaan	58
4.3.2	Kategorisasi Skor Kebahagiaan	59
4.3.3	Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	60
4.3.4	Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	61
4.3.5	Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi.....	62

4.3.6	Gambaran Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> dan Status Sosial Ekonomi	63
4.3.7	Uji Normalitas.....	64
4.3.8	Uji Linearitas dan Multikolinearitas	64
4.3.9	Uji Hipotesis	66
4.3.10	Uji <i>Effect Size</i>	70
4.4	Pembahasan	71
4.5	Keterbatasan Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Implikasi	77
5.3	Saran	78
5.3.1	Bagi Subjek Penelitian	78
5.3.2	Peneliti Selanjutnya.....	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN - LAMPIRAN		85
RIWAYAT HIDUP		126

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Kebahagiaan	39
Tabel 3.2 Norma Skor Instrumen Kebahagiaan	40
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial	41
Tabel 3.4 Norma Skor Item Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial	43
Tabel 3.5 Norma Skor Dimensi Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial	44
Tabel 3.6 Norma Skor Instrumen Status Sosial Ekonomi	45
Tabel 4.1 Distribusi Usia Subjek Penelitian	51
Tabel 4.2 Distribusi Jenis Kelamin Subjek Penelitian	52
Tabel 4.3 Distribusi Domisili Subjek Penelitian.....	53
Tabel 4.4 Distribusi Peendidikan Kepala Keluarga Subjek Penelitian.....	54
Tabel 4.5 Distribusi Pekerjaan Kepala Keluarga Subjek Penelitian.....	54
Tabel 4.6 Distribusi Penghasilan Kepala Keluarga Subjek Penelitian	55
Tabel 4.7 Data Deskriptif Kebahagiaan	59
Tabel 4.8 Kategorisasi Skor Kebahagiaan	60
Tabel 4.9 Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	60
Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> ..	61
Tabel 4.11 Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi.....	62
Tabel 4.12 Gambaran Kategorisasi Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> , dan Status Sosial Ekonomi	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel Kebahagiaan	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kebahagiaan.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi MRA Hipotesis 1	67
Tabel 4.16 <i>Model summary</i> Hipotesis 1	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Persamaan Regresi Hipotesis 1	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi MRA Hipotesis 2	68
Tabel 4.19 <i>Model Summary</i> Hipotesis 2	69

Tabel 4.20 Hasil Uji Persamaan Refresi Hipotesis 2	69
Tabel 4.21 Kategorisasi <i>Effect Size</i>	70
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Effect Size</i> Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	71
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Effect Size</i> Variabel Status Sosial Ekonomi	71
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Effect Size</i> Moderator	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Final	85
Lampiran 2. Skor Mentah Variabel Kebahagiaan.....	93
Lampiran 3. Skor Mentah Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	99
Lampiran 4. Skor Mentah Variabel Status Sosial Ekonomi	108
Lampiran 5. Data Demografi Usia	111
Lampiran 6. Data Demografi Jenis Kelamin.....	111
Lampiran 7. Data Demografi Domisili	112
Lampiran 8. Data Demografi Pendidikan Kepala Keluarga	112
Lampiran 9. Data Demografi Pekerjaan Kepala Keluarga.....	113
Lampiran 10. Data Demografi Penghasilan Keluarga Perbulan	113
Lampiran 11. Data Deskriptif Kebahagiaan.....	114
Lampiran 12. Kategorisasi Skor Kebahagiaan.....	114
Lampiran 13. Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	115
Lampiran 14. Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	115
Lampiran 15. Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi	116
Lampiran 16. Crosstab Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> , dan Status Sosial Ekonomi	116
Lampiran 17. Uji Linearitas Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> ...	117

Lampiran 18. Uji Linearitas Status Sosial Ekonomi	117
Lampiran 19. Uji Multikolineartitas	117
Lampiran 20. Uji Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Kebahagiaan	118
Lampiran 21. Uji Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Kebahagiaan yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi.....	118
Lampiran 22. <i>Effect Size</i>	119
Lampiran 23. Surat Pernyataan Validasi Instrumen	120
Lampiran 24. Saran-Saran Penguji	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Remaja merupakan salah satu fase hidup penuh dinamika dan paling berkesan yang pernah dilalui manusia. Dikatakan demikian karena pada masa itu biasanya seorang remaja mulai ingin lebih mengetahui secara lebih mendalam tentang diri dan lingkungannya. Menurut Papalia dan Olds (2009), pada umumnya masa tersebut dimulai pada usia 12 atau 13 tahun sampai dengan akhir belasan tahun atau awal 20 tahun. Sementara G. Stanley Hall (1904) yang merupakan tokoh pionir dalam studi ilmiah remaja, melihat masa remaja berada pada rentang usia 14-24 tahun (Sukmaraga, 2018). Bahkan Santrock (2003, Sora, 2016) pun menyatakan bahwa masa remaja merupakan tahapan perkembangan yang berisi proses transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai oleh perubahan aspek biologis, kognitif, dan sosioemosional. Jadi tidaklah menjadi berlebihan bila sebelumnya dikatakan bahwa remaja merupakan fase penuh dinamika. Hal ini karena secara tidak langsung mereka telah dituntut untuk dapat mengalami berbagai banyak perubahan dan penyesuaian dalam dirinya; baik itu dari segi biologis, kognitif, sampai dengan sosioemosional di dalam satu rentangan masa usia belianya. Efek lanjutannya, remaja akhirnya pun dituntut untuk dapat memiliki berbagai keterampilan agar berhasil lulus dalam melewati segala proses perubahan itu.

Sosioemosional merupakan salah satu perubahan yang memerlukan keterampilan khusus agar remaja dapat sukses melewatinya. Untuk itu, paling tidak remaja membutuhkan keterampilan pengaturan emosi (berada dalam kendali emosi) maupun ekspresi emosi (komunikasi efektif tentang emosi). Hal ini menjadi begitu penting karena masa remaja lebih memiliki keterlibatan yang mendalam pada hubungan sosialnya dan menjadi lebih intim secara emosional dibanding dengan

masa kanak-kanak. Tidak hanya itu, jaringan sosial yang mereka miliki pun menjadi sangat luas, baik itu dari segi jumlah maupun jenis hubungan yang terbangun (Herlina, 2013).

Untuk membangun dan meluaskan pergaulannya tersebut biasanya remaja mengikuti banyak kegiatan ataupun perkumpulan/komunitas, apalagi dalam era digital seperti saat ini. Dimana dunia nyata dan maya menjadi terlihat tanpa batas, sehingga mereka menjadi semakin lebih leluasa dan tidak terhingga dalam menjalin berbagai hubungan sosialnya.

Dalam membangun pergaulan di dunia maya, adanya akses internet menjadi pilihan mudah bagi para remaja untuk memperdalam hubungan serta memperluas jaringan sosialnya tersebut. Hal ini diperkuat dari data yang dikeluarkan oleh salah satu lembaga survei statistik dunia di bidang industri, pasar, dan pemerintahan; bahwa persentase pengguna internet terbesar perbulan Juni 2014 adalah remaja (rentang usia 15-24 tahun) yaitu sebesar 26,7% (Hakim, Raj, & Prastiwi, 2016). Sama halnya dengan di Indonesia, berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, diketahui pengguna internet tertinggi diduduki kelompok usia 13-18 tahun yaitu sebesar 75,50% dan diikuti peringkat kedua pada usia 19-34 tahun sebesar 74,23%. Berdasarkan hasil data di atas, dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan pengguna internet tertinggi baik di dunia maupun di Indonesia sendiri. Secara spesifik, Hootsuite (*We Are Social*) pada februari 2019 pun menjelaskan bahwa 7.676 milyar dari total populasi (jumlah penduduk) di dunia, 3.484 milyarnya adalah pengguna media sosial aktif. Sedangkan di Indonesia pada kurun waktu yang sama, dari total populasi (268,2 juta), 150 juta jiwanya merupakan pengguna media sosial aktif (naik 15% atau sekitar 20 dari tahun 2018). Bahkan menurut hasil survei yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2018, media sosial menjadi jenis layanan terbanyak kedua yang diakses oleh remaja setelah aplikasi chatting dengan persentase sebesar 87,13%. Sementara persentase sisanya diikuti oleh layanan mesin pencari, lihat gambar/foto, lihat video, dan aktivitas internet lainnya. Data ini semakin menjelaskan bahwa remaja memang aktif untuk membangun hubungan sosialnya melalui layanan media sosial.

Remaja mengambil bagian terbesar dalam penggunaan media sosial karena menurut hasil penelitian Ayun (2015), secara orientasi personal, remaja menggunakan media sosial karena ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman. Mereka merasa adanya kebutuhan untuk berkomunikasi dengan teman ataupun silaturahmi dengan teman lama maupun guru-guru di sekolah sebelumnya. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Juwita, Budimansyah dan Nurbayani (2015) juga menjelaskan bahwa mereka merasa media sosial sebagai kebutuhan untuk *up to date* dari berbagai informasi, sehingga mereka akan merasa bosan ataupun ketinggalan informasi apabila tidak mengakses media sosial. Tidak hanya itu, mereka juga menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan; misalnya bermain games, melihat video, maupun mengunggah foto. Jadi pada dasarnya, mereka menggunakan media sosial lebih untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan apa yang didefinisikan oleh Paramitha (2013, Utami & Baiti, 2018), bahwa media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens berubah menjadi dari banyak audiens ke banyak audiens. Media sosial pun memiliki beberapa jenis, seperti *Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, Linked In, Skype* dll.

Diantara berbagai jenis media yang ada, instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diakses. Menurut hasil survey Hootsuite (*We Are Social*), instagram berada pada urutan keempat teratas sebagai media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia setelah *Facebook* dengan persentase sebesar 80%, yang kemudian diikuti dengan media sosial lainnya seperti *Line, Twitter*, dll. Tidak hanya itu, penelitian yang dilakukan oleh Melati (2015) juga menjelaskan media sosial yang paling banyak diminati oleh mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik di Universitas Riau adalah *Instagram*, dibuktikan dengan sebanyak 37 orang responden (43,5%) dalam penelitian ini lebih memilih untuk menggunakan media sosial *Instagram*.

Instagram menjadi media sosial yang diminati para remaja karena *Instagram* banyak memiliki fitur menarik. Hal ini sesuai dengan penjelasan Kandari (2013,

Rahadiyan, 2018) bahwa *Instagram* merupakan aplikasi media sosial populer yang memungkinkan penggunanya untuk dapat berbagi foto dan dapat menerapkan berbagai filter sesuai hasil yang dikehendaki. Selain itu, *Instagram* juga dapat menangkap momen ataupun berbagi peristiwa/aktivitas kehidupan saat mereka sedang bersama teman-teman melalui serangkaian video. Melalui fitur *Instagram stories* pada *Instagram*, remaja pun dapat saling mengetahui aktifitas sehari-hari dari teman-teman mereka. Tidak hanya itu, mereka juga dapat mengetahui berbagai lokasi menarik yang *instagramable* baik dalam bentuk foto maupun video.

Dengan banyaknya fitur itu pulalah yang akhirnya dapat membuat remaja semakin intens dalam menggunakannya. Menurut Chaplin (2008), intensitas adalah suatu kekuatan tingkah laku atau pengalaman individu. Rahmayani (2011) pun menegaskan bahwa intensitas adalah suatu perasaan senang terhadap kegiatan yang dapat mendorong orang bersangkutan untuk melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Bila dikaitkan dengan *Instagram*, maka intensitas penggunaan *Instagram* adalah suatu perasaan senang yang dapat mendorong individu menggunakan *Instagram* secara berulang-ulang. Dengan kata lain, intensitas penggunaan *Instagram* adalah studi untuk mengetahui seberapa lama dan seringkah seseorang menggunakan *Instagram*.

Sejalan dengan itu, Sukmaraga (2018) pun telah melakukan penelitiannya dan diperoleh hasil bahwa diketahui remaja berusia 14 sampai 24 tahun memiliki frekuensi dan durasi yang cenderung tinggi dalam menggunakan media sosial *Instagramnya*. Dari hasil penelitiannya, Rokayah (2018) pun menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *Instagram* mahasiswa Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga memiliki nilai rata-rata sebesar 2,59 yang termasuk pada kategori tinggi. Besaran intensitas tersebut tentu akan memengaruhi bahkan mengurangi sebagian waktu remaja untuk melakukan hal lain dalam kesehariannya. Namun apabila *Instagram* digunakan dengan motif serta pola yang baik tentunya akan memberi dampak positif bagi penggunanya.

Salah satu dampak positif penggunaan media sosial *Instagram* yang dirasakan oleh remaja adalah mendapatkan hiburan. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian

Syahreza dan Tanjung (2018) menggambarkan bahwa mahasiswa yang menggunakan *Instagram* untuk kesenangan/hiburan memiliki persentase sebesar 45%. Sejalan dengan itu, hasil penelitian Maulhayat, Kesuma, dan Amirudin (2018) juga menggambarkan bahwa *Instagram* dapat berperan dalam mengisi waktu luang dengan mengakses konten berupa musik, video lucu, maupun trailer sebuah film yang diunggah oleh para pengguna.

Hiburan yang didapatkan oleh remaja tersebut secara tidak langsung turut berpengaruh terhadap kepuasan hidupnya untuk mencapai kebahagiaan. Sesuai dengan makna yang dijelaskan oleh Jusmiati (2017) bahwa kebahagiaan adalah kondisi psikologis yang positif, dengan ditandai oleh tingginya kepuasan, tingginya tingkat emosi positif, dan rendahnya tingkat emosi negatif. Menurut Noddings (2003) kebahagiaan adalah tujuan terbesar yang ingin dicapai oleh setiap individu, begitu pula oleh remaja. Pada dasarnya, setiap aktivitas yang dilakukan oleh individu adalah perwujudan dari keinginan dirinya untuk mencapai suatu kebahagiaan.

Hurlock (1980) menekankan bahwa kondisi yang menimbulkan adanya ketidakbahagiaan pada remaja akan meninggalkan jejak pada kepribadian mereka sehingga hal tersebut cenderung menetap dan akan mempersulit proses penyesuaian diri individu di priode kehidupan berikutnya. Sementara itu, Heubner dan Diener (dalam Sholihah, 2008) menjelaskan remaja yang berada pada tingkat kebahagiaan yang tinggi secara umum menunjukkan keberfungsian yang positif dalam aspek interpersonal, intrapersonal, dan akademik. Dalam aspek interpersonal, kebahagiaan remaja dapat dicapai salah satunya dengan memperoleh serta memiliki hubungan sosial yang baik dengan orang lain, bersahabat karib serta mendapatkan teman yang pasti. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elfida, dkk (2014) menjelaskan bahwa remaja yang bahagia akan memiliki relasi positif dengan teman, keluarga dan juga masyarakat sekitar. Selain itu pula, remaja yang bahagia cenderung memiliki karakter yang optimis dalam menjalani hidup. Maka dari itu, kebahagiaan sangatlah penting dalam kehidupan remaja karena dapat memberikan dampak positif bagi keberfungsian remaja itu sendiri.

Hasil survey yang telah dilakukan oleh PBB pada bulan november 2011 lalu mengenai tingkat kebahagiaan di dunia memberikan hasil bahwa Norwegia menjadi negara paling bahagia di dunia. Kemudian, peringkat kedua hingga kelima diduduki oleh Australia, Belanda, Amerika Serikat, dan Selandia Baru. Dalam survey tersebut, Indonesia berada pada peringkat 124. Penetapan kedudukan tersebut didasari pada penghasilan, tingkat pendidikan, kesehatan, harapan hidup, dan ekonomi dari masing-masing negara. Lebih mendalam dijelaskan oleh PBB bahwa survey kebahagiaan tersebut menunjukkan bila umur seseorang lebih panjang, pendapatan lebih banyak, dan memiliki akses yang baik terhadap pendidikan, fasilitas kesehatan, maka kemungkinan individu tersebut akan lebih bahagia dibanding individu lainnya. Apabila difokuskan pada tingkat kebahagiaan di Indonesia sendiri, Lingkaran Survey Indonesia (LSI) pada bulan Desember 2010 memberikan hasil bahwa sebanyak 84.7% publik di Indonesia menyatakan dirinya bahagia. Jumlah tersebut terbagi atas 14.2% publik di Indonesia menyatakan sangat bahagia, dan 70.5% lainnya cukup bahagia. Semnetara itu, yang mengatakan kurang bahagia dan tidak bahagia sama sekali sebanyak 12.2%. Data ini memberikan gambaran bahwa Indonesia mayoritas terdiri dari penduduk yang bahagia.

Penelitian oleh Kari-kari, Osei-Frimpong, dan Owusu-Frimpong (2017) memberikan bukti empiris mengenai hubungan positif antara kebahagiaan dan komunikasi melalui media sosial. Menurutnya, media sosial ternyata dapat memfasilitasi pertemanan online yang mungkin akan meningkatkan kebahagiaan pengguna. Artinya, interaksi yang terjalin secara online telah berhasil membantu keterhubungan penggunaanya dalam bersosialisasi secara maya. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hasbulloh (2007, Azizah, 2013) bahwa remaja dapat meraih kebahagiaannya dengan bergaul dan berkomunikasi dengan orang lain baik teman baru maupun teman lama. Tidak jauh berbeda dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Jersild (Mappiare, 1982) menunjukkan adanya sumber-sumber kebahagiaan pada remaja usia 15-18 tahun dengan memperoleh hubungan baik dengan orang lain, bersahabat karib, dan mendapatkan teman yang pasti. Maka dari itu, sesuai dengan yang dikatakan sebelumnya bahwa apabila media sosial *Instagram*

digunakan dengan baik akan memiliki dampak positif bagi penggunanya. Dengan media sosial *Instagram*, mereka dapat meningkatkan kebahagiaan melalui hiburan, menjalin hubungan baik serta bersosialisasi dengan orang-orang disekitarnya.

Namun berbanding terbalik dengan hasil yang didapatkan di atas, arah hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat kebahagiaan ditemukan dalam beberapa penelitian. Rahmanisa dan Listiara (2018) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa mayoritas remaja di SMA Teuku Umar Semarang memiliki tingkat kebahagiaan dan intensi bermedia sosial dalam kategori yang rendah. Sama halnya dengan hasil penelitian Taqwa (2018) bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan fitur *stories* pada *Instagram*, maka kesehatan mental yang dimiliki rendah dan sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan fitur *stories* pada *Instagram* maka semakin tinggi kesehatan mental yang dimiliki. Dimana indikator kesehatan mental dalam penelitian tersebut salah satunya adalah kepuasan hidup untuk mencapai kebahagiaan.

Kontroversi yang tergambarakan memberikan kemungkinan adanya faktor lain yang dapat mempengaruhi antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan kebahagiaan, salah satunya adalah status sosial ekonomi. Dikatakan dalam penelitian Rahmanissa dan Listiara (2018) bahwa latar belakang dan keadaan sosio-ekonomi adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi intensi bermedia sosial pada remaja yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini ekonomi yang dimaksud mencakup pendidikan dan pekerjaan akan sangat mempengaruhi kekayaan/perekonomian seseorang, sehingga menimbulkan adanya status sosial ekonomi tinggi dan status sosial ekonomi rendah. Diperkuat dengan hasil penelitian oleh Santy (2015) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi yang dimiliki adalah salah satu faktor yang dapat menggambarkan perilaku pengguna media sosial dalam memanfaatkan ke arah positif atau ke arah negatif. Lebih mendalam dijelaskan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi yang dimiliki oleh warga negara maka perilaku pengguna media sosial akan ke arah yang lebih positif seperti mencari informasi pekerjaan, berkomunikasi dengan kerabat jauh, berbisnis online dll. Selain itu, Oktavianti (2018) juga menambahkan bahwa subjek yang memiliki status sosial

ekonomi tinggi akan memposting gaya hidup *glamor* seperti makanan mewah, pakaian, pergaulan, pembelian barang bermerek, dan tempat-tempat yang biasa dikunjungi oleh masyarakat kelas menengah atas di media sosial. Sementara, orang-orang yang berada pada status sosial ekonomi rendah dan melihat postingan orang lain di media sosial namun tidak mendapatkan seperti apa yang orang lain miliki akan merasa iri hati serta menjadikan kesejahteraan psikologis seseorang menurun. Hal ini dibuktikan oleh Krasnova, Wenniner, Widjaja dan Buxmann (2013) yang menemukan adanya reaksi emosi negatif berupa iri hati saat seseorang melihat postingan orang lain (berupa foto) yang berdampak pada menurunnya kepuasan hidup. Begitupula dengan hasil penelitian Nesi dan Prinstein (2014) bahwa subjek yang merupakan pengguna media sosial *Facebook* memiliki harga diri rendah saat melihat profil seseorang yang memiliki konten lebih mewah dan menarik dibandingkan dengan dirinya.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas, maka pada akhirnya akan dilakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi”

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana gambaran intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja?
- 1.2.2 Bagaimana gambaran kebahagiaan pada remaja?
- 1.2.3 Bagaimana gambaran status sosial ekonomi pada remaja?
- 1.2.4 Apakah intensitas penggunaan media sosial *Instagram* berpengaruh terhadap kebahagiaan pada remaja?
- 1.2.5 Apakah intensitas penggunaan media sosial *Instagram* berpengaruh terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi?

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam dengan memandang permasalahan penelitian yang dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi pada poin 1.2.6 tentang “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi”.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumus masalah yang dapat diambil sebagai berikut:

- 1.4.1. Apakah pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja?
- 1.4.2. Apakah pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mendapatkan data empiris dan gambaran terkait pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan baru khususnya terkait penggunaan media sosial *Instagram*, kebahagiaan serta status sosial ekonomi pada usia remaja
- b. Memberikan sumbangan yang bermanfaat terhadap pengembangan ilmu Psikologi khususnya bidang sosial

- c. Menjadi referensi maupun data tambahan bagi penelitian terkait di masa mendatang.

1.6.2 Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis untuk menjadikan remaja serta masyarakat umum agar:

- a. Lebih memanfaatkan media sosial khususnya *Instagram* untuk hal-hal yang positif
- b. Dapat memaknai serta memilih cara untuk mencapai kebahagiaannya sendiri
- c. Dapat menggunakan media sosial *Instagram* sebagai salah satu faktor penunjang status sosial ekonomi

BAB II

KAJIAN TEORITIK

2.1 Kebahagiaan

2.1.1 Definisi Kebahagiaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), bahagia adalah suatu keadaan atau perasaan senang dan tentram (terbebas dari segala hal yang menyusahkan). Sementara itu, Aristoteles mendefinisikan *happiness* atau kebahagiaan berasal dari kata “*happy*” atau bahagian yang berarti *feeling good, having fun, having a good time*, atau sesuatu yang membuat pengalaman yang menyenangkan. Dijelaskan lebih dalam olehnya bahwa orang yang bahagia adalah orang yang mempunyai *good birth, good health, good look, good luck, good reputation, good friends, good money dan goodness* (Maloky, 2015)

Disisi lain, seorang psikolog asal Amerika bernama Martin E.P.”Marty” Seligman menjelaskan konsep bahagia dimana menurutnya bahagia dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu definisi *moral-laden* dan *morally-neutral*. Definisi *moral-laden* menjelaskan bahwa tolak ukur kebahagiaan adalah nilai-nilai moral pada pelaksanaan kebaikan (*virtue*). Sedangkan definisi kebahagiaan secara *morally-neutral* menekankan pada kesejahteraan subjektif dalam bentuk kepuasan penuh terhadap hidup atau pencapaian terhadap kenikmatan yang tinggi. Seligman lebih jauh menjelaskan bahwa untuk mengetahui tingkat kebahagiaan seseorang dapat diketahui dengan melihat tingkat kepuasan dirinya (Jusmiati, 2017).

Kebahagiaan juga dijelaskan oleh Carr (2004) dalam bukunya yang berjudul *Positive Psychology* dimana dikatakan bahwa orang yang memiliki kebahagiaan

merupakan orang yang dapat membuka dirinya, optimis, memiliki harga diri yang tinggi serta memiliki control diri yang baik.

Berdasarkan pemaparan di atas, teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah Martin Seligman yang mendefinisikan kebahagiaan sebagai suatu kesejahteraan subjektif yang dirasakan individu dalam bentuk kepuasan penuh terhadap hidup atau pencapaian terhadap kenikmatan yang tinggi. Teori ini dapat digunakan karena menggambarkan dengan jelas definisi kebahagiaan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

2.1.2 Aspek Kebahagiaan

Menurut Seligman (Mudzakir, 2018) menjelaskan tiga aspek utama yang dapat menjadi sumber kebahagiaan sejati, yaitu :

a. *Have a Pleasant Life (life of enjoyment)*

Have a pleasant life mengarah pada Individu yang seharusnya dapat memiliki hidup menyenangkan serta mendapatkan kenikmatan sebanyak mungkin. Hal tersebut adalah salah satu cara yang dapat ditempuh oleh kaum hedonis. Namun jika cara ini yang digunakan, individu harus berhati-hati dengan jebakan *hedonic treadmill* (semakin kita mencari kenikmatan, semakin kita sulit dipuaskan), serta jebakan *habituation* (kebosanan terhadap hal yang terlalu banyak). Dengan porsi yang cukup, individu dapat menggunakan cara ini untuk membahagiakan dirinya sendiri.

b. *Have a Good Life (life of engagement)*

Aristoteles biasa menyebutnya sebagai *eudaimonia*. *Have a good life* mengarah pada keterlibatan seorang individu dalam sebuah pekerjaan, hubungan atau kegiatan yang membuat individu tersebut merasa “*flow*”. *Flow* merupakan rasa larut dan terhanyut dalam sebuah kegiatan. Hal tersebut membuat seakan-akan waktu berhenti sejenak dan mereka bahkan tidak merasakan apapun karena terlalu fokus dengan hal tersebut. Fenomena ini kemudian diteliti secara khusus oleh rekan Seligman yaitu Mihaly Csikszentmihalyo, yang kemudian memberikan 7 ciri-ciri seorang individu berada dalam kondisi *flow*, yaitu; 1) sepenuhnya terlibat pada apa yang kita lakukan, 2) merasakan “*a senses of ecstasy*” (seperti berada di luar realitas

sehari-hari), 3) memiliki “kejernihan yang luar biasa” (benar-benar memahami apa yang harus dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya), 4) menyadari bahwa tantangan pekerjaan yang sedang dihadapi benar benar dapat diatasi (meyakini bahwa kemampuan yang dimiliki cukup memadai untuk mengerjakan tugas tersebut), 5) merasakan “kedamaian hati” (tidak adanya kekhawatiran dan individu dapat merasakan dirinya sedang bertumbuh melampaui egonya sendiri), 6) terserap oleh waktu (kuatnya fokus ketika individu melakukan sesuatu menjadikan waktu seakan-akan berlalu tanpa terasa), dan 7) motivasi intrinsik (ketika individu merasa “*flow*” itu sendiri sudah merupakan hadiah yang cukup berharga untuk melakukan pekerjaan tersebut).

c. *Have a Meaningful life (life of contribution)*

Seorang individu dapat memiliki rasa semangat melayani, berkontribusi dan bermanfaat untuk orang lain atau makhluk lain. Mereka dapat menjadi bagian dari organisasi atau kelompok, tradisi maupun suatu gerakan tertentu. Dengan hal tersebut, individu dapat merasa hidup memiliki “makna” yang lebih tinggi dan abadi dibandingkan dengan dirinya sendiri

Penelitian ini akan menggunakan aspek yang dijelaskan Martin Seligman karena aspek yang diberikan diyakini dapat memberikan gambaran penuh terhadap kebahagiaan seseorang yang akan diteliti dalam penelitian ini.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kebahagiaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kebahagiaan menurut Seligman (2002, dalam Mudzakir, 2018) adalah budaya, kehidupan sosial, agama, pernikahan, usia, uang, kesehatan, dan jenis kelamin

a. **Budaya**

Triandis (Carr, 2004) mengatakan bahwa faktor budaya dan sosial politik berperan dalam tingkat kebahagiaan seseorang. Carr (2004) mengatakan bahwa budaya dalam kesamaan sosial memiliki tingkat kebahagiaan yang lebih tinggi. Carr juga menambahkan bahwa kebahagiaan lebih tinggi dirasakan di negara yang

sejahtera dimana institusi umum berjalan dengan efisien dan terdapat hubungan yang memuaskan antara warga dengan anggota birokrasi pemerintahan.

b. Kehidupan sosial

Orang yang sangat bahagia adalah orang-orang yang dapat mempunyai kehidupan sosial yang baik dan sering melakukan sosialisasi dan paling sedikit hidup dalam kesendirian.

c. Agama dan religiusitas

Orang yang religius lebih bahagia dan lebih puas terhadap kehidupan daripada orang yang tidak religius, hal ini dikarenakan agama dapat memberikan harapan akan masa depan dan menciptakan makna dalam hidup bagi manusia. Hubungan antara harapan akan masa depan dan keyakinan beragama merupakan landasan mengapa keimanan sangat efektif melawan keputusan dan meningkatkan kebahagiaan.

d. Pernikahan

Pernikahan sangat erat hubungannya dengan kebahagiaan. Orang yang menikah dapat memengaruhi panjangnya usia serta mendapatkan penghasilan.

e. Usia

Penelitian yang dilakukan terhadap 60.000 orang dewasa dari 40 bangsa membagi kebahagiaan dalam tiga komponen yaitu, kepuasan hidup, afek menyenangkan, dan afek tidak menyenangkan. Kepuasan hidup sedikit meningkat sejalan dengan bertambahnya usia. Afek menyenangkan sedikit melemah dan afek negatif tidak berubah, yang berubah ketika menua adalah intensitas emosi. Perasaan ingin selalu berada dipuncak dan keputusasaan menjadi berkurang seiring dengan bertambahnya usia dan pengalaman.

f. Uang

Pada negara yang sangat miskin, kaya bisa berarti lebih bahagia, namun pada negara yang lebih makmur, peningkatan kekayaan tidak begitu berdampak pada kebahagiaan.

g. Kesehatan

Kesehatan objektif yang baik tidak selalu berdampak pada kebahagiaan, yang terpenting dalam hal ini adalah bagaimana persepsi subjektif kita seberapa sehat diri kita.

h. Jenis Kelamin

Jenis kelamin memiliki hubungan yang tidak konsisten dengan kebahagiaan. Wanita memiliki kehidupan emosional yang lebih ekstrim daripada pria. Wanita mengalami lebih banyak emosi positif dengan intensitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Selain itu, tingkat emosi rata-rata pria dan wanita tidak berbeda namun wanita lebih bahagia dan juga lebih sedih daripada pria

2.1.4 Karakteristik Individu yang Bahagia

Menurut Myers (1994, dalam Mudzakir, 2018) menjelaskan empat karakteristik orang yang memiliki kebahagiaan dalam hidupnya, yaitu menghargai diri sendiri, optimis, terbuka, dan mampu mengendalikan diri

a. Menghargai diri sendiri

Orang yang bahagia cenderung menyukai dirinya sendiri. Mereka cenderung setuju dengan pernyataan seperti “Saya adalah orang yang menyenangkan”. Jadi, pada umumnya orang yang bahagia adalah orang yang memiliki kepercayaan diri yang cukup tinggi untuk menyetujui pernyataan seperti di atas.

b. Optimis

Ada dua dimensi untuk menilai apakah seseorang termasuk optimis atau pesimis, yaitu permanen (menentukan berapa lama seseorang menyerah) dan pervasif (menentukan apakah ketidakberdayaan melebar ke banyak situasi). Orang yang optimis percaya bahwa peristiwa baik memiliki penyebab permanen dan peristiwa buruk bersifat sementara sehingga mereka berusaha untuk lebih keras pada setiap kesempatan agar ia dapat mengalami peristiwa baik lagi (Seligman, 2005). Sedangkan orang yang pesimis menyerah di segala aspek ketika mengalami peristiwa buruk di area tertentu.

c. Terbuka

Orang yang bahagia biasanya lebih terbuka terhadap orang lain. Penelitian menunjukkan bahwa orang - orang yang tergolong sebagai orang *extrovert* dan mudah bersosialisasi dengan orang lain ternyata memiliki kebahagiaan yang lebih besar.

d. Mampu mengendalikan diri

Orang yang bahagia pada umumnya merasa memiliki kontrol pada hidupnya. Mereka merasa memiliki kekuatan atau kelebihan sehingga biasanya mereka berhasil lebih baik di sekolah atau pekerjaan.

e. Memancarkan wajah positif

Individu yang berbahagia memancarkan wajah yang positif dengan menebar aura keceriaan, ketenangan serta persahabatan yang dapat ditangkap oleh mata siapapun yang berinteraksi dengannya

f. Menunjukkan sikap hangat

Individu yang berbahagia dapat menunjukkan sikap hangat kepada teman, keluarga, dan orang-orang sekitar, sehingga orang disekitarnya turut merasakan suasana yang baik

g. Tidak mencari kesalahan orang lain

Individu yang bahagia adalah ia yang tidak terlalu senang mencari-cari kelemahan orang lain, tidak merasakan dengki atas keberhasilan orang lain, lebih memilih kosakata positif dalam berinteraksi, mampu berinteraksi secara positif, tidak senang menyerang orang lain serta memberi penghormatan yang layak kepada orang lain.

2.2 Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

2.2.1 Definisi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Menurut Kamus Psikologi, *intensity* (intensitas) didefinisikan sebagai besarnya kekuatan dari suatu perilaku yang ditunjukkan (Reber & Reber, 2010). Tidak jauh berbeda dengan itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019) memberikan definisi intensitas sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Intensitas juga

didefinisikan oleh beberapa para ahli. Menurut Kartono dan Gulo (2000), intensitas merupakan besar ataupun kuatnya suatu tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera; serta ukuran fisik dari energi atau data indera individu (Sukmaraga, 2018). Sejalan dengan itu, Chaplin menjelaskan intensitas dalam tiga arti yaitu (1) sifat kuantitatif dari satu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya, (2) kekuatan sebuah tingkah laku atau sebuah pengalaman, serta (3) kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap (Arianti, 2017). Berdasarkan pengertian di atas, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kartono dan Gulo yang mendefinisikan intensitas berupa besar ataupun kuatnya suatu tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera; serta ukuran fisik dari energi atau data indera individu.

Media sosial dapat dikatakan sebagai sebuah media online, dimana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Internet, media sosial dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru. Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial, blog dan wiki (*Indonesian Ministry of Trade Public Relations Center Team, 2014*). Sementara itu, menurut beberapa ahli salah satunya adalah Chris Garrett mengatakan media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan dua arah antara satu dan lainnya yang memiliki kepentingan sama. Disisi lain, Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun Web 2.0 ideologi dan teknologi, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. (Kurniawan, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Chriss Garett yang mendefinisikan media sosial sebagai alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan dua arah antara satu dan lainnya yang memiliki kepentingan sama.

Pada akhirnya, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* merupakan besar ataupun kuatnya suatu tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera; serta ukuran fisik dari energi atau data indera individu dalam mengakses media sosial *Instagram* yang dapat memfasilitasi hubungan dua arah antara satu dan lainnya yang memiliki kepentingan sama. Teori ini dapat digunakan karena menggambarkan dengan lengkap intensitas pada penggunaan media sosial *Instagram* dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan

2.2.2 Fitur - Fitur Instagram

Instagram berasal dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”. Kata “*insta*” berasal dari “*instan*” yang dikaitkan dengan kamera polaroid pada zaman itu yang dikenal sebagai “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid di dalam tampilannya. Kemudian, kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja *Instagram* sama seperti *telegram* yaitu untuk mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. *Instagram* dapat memungkinkan penggunanya mengunggah foto melalui perantara jaringan internet, dipandang mampu menyampaikan informasi secara cepat kepada orang lain merupakan sebuah aplikasi berbasis online yang memungkinkan pengguna untuk mengambil dan berbagi serta menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto maupun video ke berbagai pengguna lainnya. *Instagram* memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah tampilan (Atmoko, 2012).

a. Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, *Instagram* hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial *Instagram* menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di *Instagram* dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna *Instagram*. *Instagram* menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d. *Profile*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *News Feed*

New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *Instagram*. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*following*” dan “*news*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna *Instagram* terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

2.2.3 Aktifitas Pengguna Instagram

Menurut Atmoko (2012) menjelaskan beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di *Instagram*.

a. *Follow*

Follow adalah pengikut, dari pengguna *Instagram* pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan *Instagram*.

b. *Like*

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada *Instagram*, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui katakata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun *Instagram* dari pengguna tersebut (Atmoko, 2012)

e. Mengunggah foto dan video

Mengunggah foto dan video yang akan tersimpan di akun *Instagram* pengguna. Dalam hal ini, pengguna juga dapat menambahkan efek dan beberapa alat kreatif lainnya yang tersedia di dalam aplikasi *Instagram*. Hal ini juga dapat dilakukan melalui *instastory*.

f. Mencari informasi

Pengguna dapat mencari berbagai informasi terkait foto, video, atau *story* yang diunggah oleh pengguna lain. Selain itu, pengguna juga dapat mencari dan mengikuti pengguna lain melalui fitur *explore tab*.

g. Melakukan *live video*

Melalui fitur ini, pengguna dapat merekam video dan membagikannya secara langsung pada saat itu juga untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya. Pengguna juga dapat melakukan *live video* bersama pengguna lain dan memberikan komentar pada saat *live video* berlangsung

h. Mengirim pesan

Dengan fitur ini, pengguna dapat mengirim pesan melalui fitur *direct message* secara pribadi kepada pengguna lain. Pengguna juga dapat mengirim gambar maupun video kepada pengguna lainnya melalui fitur tersebut

i. Menonton *story* atau *live video*

Pengguna dapat melihat *story* atau *live video* yang diunggah oleh pengguna lain melalui panel yang telah disediakan oleh *Instagram* (Sukmaraga, 2018).

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas dan jumlah penggunaan media sosial (Wijianto & Ulfa, 2016), antara lain:

a. Usia

Pengaruh usia terhadap penggunaan situs jejaring sosial dapat dikaitkan dengan kebutuhan remaja dan dewasa muda untuk bersosialisasi, kebutuhan untuk mempresentasikan diri, dan mengikuti tren yang ada di kalangannya.

b. Jenis Kelamin

Perbedaan penggunaan media sosial instagram berdasarkan jenis kelamin perempuan dan laki-laki disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan motif penggunaan antara laki-laki dan perempuan

c. Status Ekonomi

Penggunaan media sosial instagram juga berkaitan dengan status ekonomi seseorang. Status ekonomi berkaitan dengan ketersediaan akses internet dan kepemilikan sarana yang dibutuhkan untuk mengakses media sosial Instagram.

d. Kepribadian

Kepribadian seseorang, kestabilan emosi, dan tingkat kepercayaan diri juga berpengaruh terhadap intensitas penggunaan dan pemanfaatan situs jejaring sosial. Menurut teori psikologi, terdapat lima faktor yang membentuk kepribadian seseorang, yaitu *openness to experience* (mengejar dan menghargai semua jenis pengalaman),

conscientiousness (kepribadian yang teliti dan melakukan segala sesuatu dengan cermat), *extraversion* (jumlah dan intensitas interaksi interpersonal), *agreeableness* (keramahan), dan *neuroticism* (tingkat penyesuaian emosional dan ketidakstabilan).

e. Motivasi

Beberapa motivasi individu untuk menggunakan Instagram yaitu untuk bersosialisasi dengan orang lain, untuk mendapatkan hiburan, mencari status diri dan untuk mendapatkan berbagai informasi

f. Keterlibatan dengan Media Sosial

Keterlibatan dengan situs jejaring sosial terbagi menjadi tiga, yaitu keterlibatan fisik, personal, dan situasional. Keterlibatan personal yaitu ketertarikan, nilai-nilai, dan kebutuhan yang menetap yang memotivasi seseorang terhadap suatu objek. Keterlibatan fisik yaitu karakteristik media sosial sehingga meningkatkan ketertarikan dan berbeda dengan lainnya. Keterlibatan situasional adalah peningkatan ketertarikan terhadap suatu objek secara sementara. Durasi penggunaan situs jejaring sosial yang meningkat menunjukkan peningkatan keterlibatan seseorang dalam situs jejaring sosial.

2.2.5 Aspek Pembentuk Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Menurut Del Bario (Taqwa, 2018) menjelaskan bahwa terdapat beberapa aspek yang membentuk intensitas dalam bermedia sosial yaitu :

a. Perhatian

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. Seseorang memiliki perhatian khusus pada saat mengakses media sosial yang mereka gemari, sehingga orang tersebut dapat menikmati aktivitas saat mengakses.

b. Penghayatan

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. Individu

suka meniru, mempraktikkan bahkan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.

c. Durasi

Durasi yaitu lamanya selang waktu, rentang waktu atau lamanya sesuatu yang berlangsung. Seringkali ketika menggunakan media sosial seseorang sehingga menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakannya.

d. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku atau perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi menunjuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu.

Sejalan dengan itu, Tubbs dan Moss (1983, Sukmaraga, 2018) menyatakan bahwa intensitas dalam bermedia sosial dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan individu saat menggunakan media sosial. Jumlah waktu tersebut dilihat melalui durasi yang dihabiskan serta frekuensi yang dilakukan saat menggunakan media sosial

Sementara itu, Olufadi (2015) menjelaskan bahwa terdapat 5 aspek untuk mengukur waktu yang digunakan dalam intensitas media sosial yaitu; relaksasi dan periode waktu luang, periode terkait keperluan akademik, penggunaan di tempat umum, periode terkait stress, dan motif penggunaan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini akan menggunakan 5 aspek yang dijelaskan oleh Olufadi (2015) untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial instagram yaitu; relaksasi dan periode waktu luang, periode terkait keperluan akademik, penggunaan di tempat umum, periode terkait stress, dan motif penggunaan. Teori ini dapat digunakan dalam penelitian ini karena dalam aspeknya dijelaskan dengan jelas dan tidak hanya dilihat berdasarkan frekuensi waktu, bahkan lokasi saat menggunakan pun dapat diperhitungkan

2.3 Status Sosial Ekonomi

2.3.1 Definisi Status Sosial Ekonomi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019) kata status berarti keadaan atau kedudukan (orang atau badan) dalam hubungan dengan masyarakat di sekelilingnya. Sejalan dengan itu, dalam Soekanto (1997, dalam Santy, 2015) sebagai suatu posisi dalam suatu hierarki, atau suatu wadah bagi hak dan kewajiban, atau aspek statis, atau jumlah peranan ideal dari seseorang. Lebih dalam diartikan bahwa status sosial merupakan prestise umum dari seseorang dalam masyarakat.

Menurut Joseph Schumpeter dalam Soekanto (1997, dalam Herman, 2017) mengatakan bahwa terbentuknya kelas-kelas dalam masyarakat adalah untuk penyesuaian masyarakat sendiri dengan keperluan-keperluan yang nyata. Kedudukan individu dalam suatu masyarakat tidak selamanya bersifat statis, namun akan terus berkembang dan mengalami perubahan kedepannya. Untuk itu setiap individu harus mempunyai pendidikan yang lebih tinggi, ketrampilan dan keahlian-keahlian khusus. Sehingga individu harus berjuang ke jenjang yang lebih tinggi.

Berdasarkan pemaparan di atas, teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Soekanto yang mendefinisikan status sosial ekonomi sebagai prestise umum dari seseorang dalam masyarakat yang menggambarkan posisi dalam suatu hierarki, atau suatu wadah bagi hak dan kewajiban, atau aspek statis, atau jumlah peranan ideal dari seseorang

2.3.2 Dasar Lapisan Masyarakat

Dasar ukuran atau kriteria yang biasa dipakai dalam menggolongkan- anggota masyarakat dalam lapisan masyarakat (Wijianto & Ulfa, 2016) adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran kekayaan.

Ini merupakan dasar yang paling banyak digunakan dalam pelapisan sosial.

b. Ukuran kekuasaan.

Seseorang yang memiliki kekuasaan atau wewenang yang besar akan masuk pada lapisan atas dan yang tidak memiliki kekuasaan maka masuk dalam lapisan bawah.

c. Ukuran kehormatan.

Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapatkan tempat teratas dalam lapisan sosial.

d. Ukuran ilmu pengetahuan.

Ukuran ini biasa dipakai oleh masyarakat yang menghargai dan memiliki ilmu pengetahuan yang mencukupi

Dari komponen-komponen diatas dapat disimpulkan yang menjadi tolak ukuran status sosial ekonomi seseorang adalah kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan juga tingkat pendidikan. Bentuk-bentuk masyarakat tersebut banyak, akan tetapi bentuk pokok tadi mempunyai hubungan erat satu dengan lainnya, dimana terjadi saling pengaruh-mempengaruhi.

2.3.3 Faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi

Status sosial ekonomi masyarakat juga dapat dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhi (Wijianto & Ulfa, 2016), yaitu:

a. Pekerjaan

Manusia adalah makhluk yang berkembang dan makhluk yang aktif. Manusia disebut sebagai makhluk yang suka bekerja, manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yang terdiri dari pakaian, sandang, papan, serta memenuhi kebutuhan sekunder seperti pendidikan tinggi, kendaraan, alat hiburan dan sebagainya. Jadi, untuk menentukan status sosial ekonomi yang dilihat dari pekerjaan, maka jenis pekerjaan dapat diberi batasan sebagai berikut: 1) pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga ahli teknik dan ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaan dalam suatu instansi baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha, 2) pekerjaan yang berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang

penjualan dan jasa, dan 3) pekerjaan yang berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut atau bengkel.

b. Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam kehidupan manusia, pendidikan dapat bermanfaat seumur hidup manusia.

c. Pendapatan

Christopher dalam Sumardi (2004, Wijianto & Ulfa, 2016) mendefinisikan pendapatan berdasarkan kamus ekonomi adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk gaji, upah sewa, bunga, laba dan lain sebagainya.

d. Jumlah Tanggungan Orang Tua

Proses pendidikan anak dipengaruhi oleh keadaan keluarga. Keluarga terutama orang tua akan melakukan pembiayaan penuh terhadap pendidikan dan biaya kehidupan anak-anaknya

e. Pemilikan

Pemilikan barang-barang yang berhargapun dapat digunakan untuk ukuran tersebut.

f. Jenis Tempat Tinggal

Menurut Kaare Svalastoga dalam Sumardi (2004) untuk mengukur tingkat sosial ekonomi seseorang dari rumahnya, dapat dilihat dari: (1) status rumah yang ditempati, (2) kondisi fisik bangunan, dan (3) besarnya rumah yang ditempati.

2.3.4 Klasifikasi Status Sosial Ekonomi

Klasifikasi status sosial ekonomi menurut Coleman dan Cressey (Wijianto & Ulfa, 2016) adalah:

a. Status sosial ekonomi atas

Menurut Sitorus (2000, Wijianto & Ulfa, 2016) menyatakan bahwa status sosial ekonomi atas yaitu status atau kedudukan seseorang di masyarakat, dimana harta kekayaan yang dimiliki di atas rata-rata masyarakat pada umumnya dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya

b. Status sosial ekonomi bawah

Menurut Sitorus (2000, Wijianto & Ulfa, 2016) status sosial ekonomi bawah adalah kedudukan seseorang di masyarakat yang dimiliki termasuk kurang jika dibandingkan dengan rata-rata masyarakat pada umumnya serta tidak mampu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

2.3.5 Tingkat Status Sosial Ekonomi

Arifin Noor (Wijianto & Ulfa, 2016) membagi kelas sosial dalam tiga golongan, yaitu:

a. Kelas atas (*upper class*)

Kelas atas berasal dari golongan kaya raya seperti golongan konglomerat, kelompok eksekutif, dan sebagainya.

b. Kelas menengah (*middle class*)

Kelas menengah biasanya diidentikkan oleh kaum profesional dan para pemilik toko dan bisnis yang lebih kecil.

c. Kelas bawah (*lower class*)

Kelas bawah adalah golongan yang memperoleh pendapatan atau penerimaan sebagai imbalan terhadap kerja mereka yang jumlahnya jauh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan pokoknya (Sumardi, 2004).

2.4 Hubungan Antar Variabel

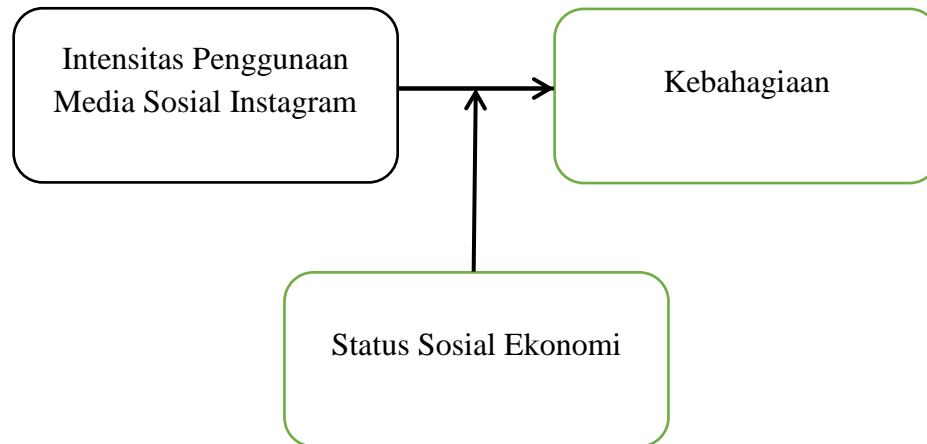
Beberapa literatur mengatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dapat memberikan dampak positif terhadap kebahagiaan seseorang. Seperti yang didefinisikan oleh Seligman bahwa kebahagiaan secara morally-neutral menekankan pada kesejahteraan subjektif dalam bentuk kepuasan penuh terhadap hidup atau pencapaian terhadap kenikmatan yang tinggi. Individu yang menggunakan media sosial *instagram* dan memanfaatkannya dengan positif secara tidak langsung dapat mencapai kebahagiaan dalam hidupnya. Hal ini dapat dilihat melalui penelitian oleh Manampiring (2015) dimana *Instagram* dianggap dapat menjadi sarana pelepasan emosi bagi siswa SMA Negeri 1 Manado. Selain itu, *Instagram* juga

dianggap berperan dalam persahabatan antar siswa. Sejalan dengan itu pula, Sakti dan Yulianto (2018) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa sebagian remaja memanfaatkan instagram sebagai media hiburan untuk melepas penat atas aktifitas sehari-hari. Hiburan yang ditemukan dapat berupa musik, video, foto, maupun trailer film yang diunggah oleh pengguna lain (Maulhayat, Kesuma, & Amiruddin, 2018).

Dalam mendapatkan kebahagiaan melalui intensitas penggunaan media sosial, terdapat beberapa faktor yang ikut mempengaruhi, salah satunya adalah status sosial ekonomi. Dijelaskan dalam penelitian Rahmanissa dan Listiara (2018) bahwa latar belakang dan keadaan sosio-ekonomi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi intensi bermedia sosial yang perlu diperhatikan. Ditambahkan oleh Oktavianti (2018) bahwa subjek yang memiliki status sosial ekonomi tinggi akan memposting gaya hidup glamor seperti makanan mewah, pakaian, pergaulan, pembelian barang bermerek, dan tempat-tempat yang biasa dikunjungi oleh masyarakat kelas menengah atas di media sosial. Sementara, orang-orang yang berada pada status sosial ekonomi rendah dan melihat postingan orang lain di media sosial namun tidak mendapatkan seperti apa yang orang lain miliki akan merasa iri hati serta menjadikan kesejahteraan psikologis seseorang menurun. Hal ini dibuktikan oleh Krasnova, Wenniner, Widjaja dan Buxmann (2013) yang menemukan adanya reaksi emosi negatif berupa iri hati saat seseorang melihat postingan orang lain (berupa foto) yang berdampak pada menurunnya kepuasan hidup.

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* memiliki dapat mempengaruhi kebahagiaan seseorang yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi.

2.5 Kerangka Konseptual



Bagan 2.1 Kerangka Konseptual

Tingginya penggunaan media sosial Instagram kini sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Berbagai dampak bisa diperoleh melalui penggunaan media sosial *instagram* baik berupa positif bahkan negatif. Namun jika individu yang menggunakan media sosial dapat memilih serta menggunakannya dengan baik justru dapat menghasilkan hal yang positif. Melalui media sosial *Instagram*, seseorang bisa mendapatkan hiburan berupa musik, foto, video yang lucu dan menarik untuk kita lihat dan kita dengar. Dengan hal tersebut, media sosial *Instagram* secara tidak langsung dapat meningkatkan kebahagiaan seseorang yang telah mendapatkan hiburan dan kesenangannya. Namun, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kebahagiaan seseorang dalam menggunakan media sosial, salah satunya adalah status sosial ekonomi.

Dengan adanya perbedaan status sosial ekonomi akan berdampak langsung terhadap penggunaan media sosial *instagram*. Tidak semua individu dapat merasakan hal yang sama dengan orang lain saat membagikan momen berharganya melalui media sosial *instagram*. Individu yang memiliki status sosial ekonomi tinggi akan membagikan cerita dengan kelas yang berbeda seperti tempat yang dikunjungi,

makanan yang dimakan serta pakaian yang dipakai. momen yang dibagikan salah satu individu akan dilihat oleh berbagai kalangan ekonomi. Bagi individu yang tidak berada pada kelas ekonomi yang berkecukupan akan menimbulkan iri hati yang berpengaruh langsung terhadap penurunan kepuasan hidupnya. Pada akhirnya dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kebahagiaan individu saat menggunakan media sosial Instagram

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritik, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. Terdapat pengaruh intensitas penggunaan media *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja
- b. Terdapat pengaruh intensitas penggunaan media *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi

2.7 Hasil Penelitian yang Relevan

Berikut ini akan dijabarkan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan salah satu acuan untuk memperkaya teori yang akan digunakan dalam penelitian ini.

2.7.1 *Instagram Stories* Sebagai Media *Self Disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSA, oleh Mutiara Ayu Oktavianti (Skripsi, 2018)

Peneliti ingin mengetahui apa bentuk dan tujuan dari keterbukaan yang dilakukan oleh para pengguna instagram dalam instagram story dan dampak seperti apa yang akan dihasilkan. Fokus pada penelitian ini mengenai keterbukaan diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk menjabarkan fokus penelitian tersebut secara mendalam, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan konstruktif dan teori self disclosure jendela johari. Hasil Penelitian ini adalah, pertama bentuk self disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel adalah a) terbuka, b) tersembunyi c) gelap. Kedua, tujuan dari *self disclosure* Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel

adalah a) untuk menjernihkan diri, b) aktualisasi diri, c) ajang pamer. Dan yang ketiga, dampak yang ditimbulkan dari self disclosure Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel berupa dampak positif dan negatif. Dampak positif yang ditimbulkan adalah dapat memotivasi dan mengubah diri seseorang untuk menjadi lebih baik. Sedangkan, dampak negatifnya adalah menjadikan orang lain tidak nyaman bahkan terganggu dengan keterbukaan yang disampaikan.

2.7.2 Peran *Instagram* di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar, oleh Fries Maulhayat, Andi Ima Kesuma dan H. Amiruddin (Jurnal, 2018)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Bagaimana Peran *Instagram* Terhadap Gaya Hidup (*life style*) Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar? Apa Yang Menyebabkan *Instagram* Menjadi Tren Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar? Apa Dampak Sosial dan Ekonomi Menggunakan *Instagram* Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. Jenis penelitian yakni penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan situasi tertentu berdasarkan data yang diperoleh secara terperinci melalui observasi, wawancara dengan informan yang memberikan informasi tentang Peran *Instagram* Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar dan dokumentasi untuk memperkuat wawancara yang dilakukan dengan informan, sehingga wawancara yang dilakukan berjalan dengan baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Instagram* mempunyai terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Negeri Makassar Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2015 sebagai ajang untuk eksistensi diri dan pedoman dalam tata cara berpakaian. *Instagram* kemudian menjadi tren di kalangan mahasiswa dikarenakan *Instagram* dapat dijadikan sebagai media komunikasi, selain itu juga *Instagram* berperan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi sekaligus tempat untuk mengisi waktu luang dalam hal ini mendapatkan hiburan. *Instagram* juga sangat berperan dalam memberikan dampak

terhadap keadaan sosial dan ekonomi bagi mahasiswa Universitas Negeri Makassar Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2015 baik itu bersifat positif maupun negatif.

2.7.3 Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram Stories* dengan Kesehatan Mental, oleh Mayvita Innani Taqwa (Skripsi, 2018)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan *instagram stories* dengan kesehatan mental. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *ekspose facto*. Subjek dalam penelitian ini adalah 358 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, berusia 18-24 tahun, memiliki akun *Instagram*, dan aktif menggunakan *Instagram stories*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah subjek dalam penelitian ini 358 mahasiswa. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram stories* dan Kesehatan Mental. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh negatif antara variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram stories* dengan kesehatan mental dengan sig 0,000. Nilai korelasi sebesar 0,412. Kemudian diketahui 17% intensitas penggunaan media sosial *Instagram stories* mampu memprediksi kesehatan mental.

2.7.4 Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas, oleh Primada Qurrota Ayun (Jurnal, 2015)

Penelitian ini membahas bagaimana remaja membangun identitas diri mereka sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan mengekspresikan masalah pribadi mereka ke media sosial. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologis dari Von Eckartsberg. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki akun media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Path*. Hasil penelitian mengenai fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas diri mereka, menunjukkan bahwa; (1) Remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial tersebut. (2) Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka.

Sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. (3) Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang Smart, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai. (4) Para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial, dalam bentuk tersirat.

2.7.5 Mahasiswa Pengguna Media Sosial (Studi Tentang Fungsi Media Sosial Bagi Mahasiswa FISIP Universitas Riau), oleh Sari Melati (Jurnal, 2015)

Penelitian ini ingin mengetahui media sosial apa yang paling populer di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan kuesioner. Pengambilan responden dilakukan melalui teknik quota sampling. Dalam menentukan kuota sampling, sebanyak 10 orang diambil masing-masing jurusan Hubungan Internasional, Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, dan Pariwisata utama. Kemudian sebanyak 15 orang untuk masing-masing jurusan Ilmu Pemerintahan, Komunikasi, dan Sosiologi. Sehingga, mendapat total responden adalah 85 orang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial paling populer untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah instagram. Karena mereka cenderung mengikuti perkembangan zaman dan lebih mudah digunakan daripada media sosial lainnya. Sedangkan selain fungsi media sosial adalah membentuk komunitas cyber, bagi mahasiswa universitas fungsi media sosial adalah sumber informasi dan hiburan.

2.7.6 *Evaluating Individual Level Antecedents and Consequences of Social Media Use in Ghana*, Oleh Serwaa Kari-Kari, Kofi Osei-Frimpong dan Owusu-Frimpong (Jurnal, 2017)

Penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif (desain survei) untuk menguji secara empiris faktor-faktor tingkat pengguna (konsumen) yang memengaruhi penggunaan media sosial, konsekuensinya, dan efek moderat dari variabel demografis konsumen (usia dan jenis kelamin). Hasil penelitian menunjukkan analisis empiris mengenai arah sifat hubungan positif antara kebahagiaan dan bentuk komunikasi komputer yang dimediasi dengan media sosial. Media sosial ternyata dapat memfasilitasi pertemanan online yang kemungkinan akan meningkatkan kebahagiaan pengguna. Artinya, interaksi yang terjalin secara online telah berhasil membantu keterhubungan penggunaannya dalam bersosialisasi secara maya. Hasilnya juga akan bermanfaat bagi perusahaan dengan menggunakan teknik yang akan membangkitkan minat dan keingintahuan untuk menarik perhatian pengguna media sosial.

***2.7.7 Do psychological attributes of Well-Being Drive Intensive Facebook Use?,
oleh Amandeep Dhir, Puneet Kaur, Kirsti Lonka, dan Chin Chung Tsai
(Jurnal, 2017)***

Penelitian ini menyelidiki peran signifikan dari berbagai atribut kesejahteraan psikososial yang terkait dengan penggunaan *Facebook*, yaitu partisipasi sipil-politik, kepuasan hidup, menjembatani dan mengikat modal sosial, dan sosialisasi online di IFU. Sebanyak empat survei cross-sectional dilakukan. Subjek penelitian ini adalah Pengguna *Facebook* remaja dan dewasa muda dari India selama satu tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosialisasi online cukup kuat terhadap kepuasan hidup. perbedaan status sosial ekonomi juga memungkinkan adanya perbedaan ketika menggunakan internet contohnya *Facebook*. Pada individu yang status sosial ekonomi yang rendah kemungkinan memiliki akses yang relatif terbatas terhadap penggunaan *Facebook*.

BAB III

METODOLOGI

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif noneksperimental. Pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh Hamdi dan Bahruddin (2014) sebagai metode yang menekankan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan desain penelitian Kausal Komparatif (*causal-comparative reasearch*), yakni penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat berdasar atas pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu. Penelitian ini bersifat *ex post facto*, yang berarti data dikumpulkan setelah semua kejadian yang dipersoalkan berlangsung (lewat). Melalui desain ini, penelitian mengambil satu atau lebih akibat (sebagai variabel terikat) dan menguji data tersebut dengan menelusuri kembali ke masa lampau untuk mencari sebab-sebab, saling hubungan, dan maknanya.

3.3 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, variabel penelitian merupakan hal yang difokuskan untuk diteliti. Menurut Sugiyono (2017) variabel merupakan suatu atribut atau karakteristik atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi

tertentu yang sudah ditetapkan untuk dikaji dan diambil kesimpulannya. Penelitian ini memiliki tiga variabel yang digunakan, diantaranya variabel terikat (dependen) yaitu kebahagiaan, variabel bebas (independen) yaitu intensitas penggunaan media sosial *Instagram*, dan variabel moderator yaitu status sosial ekonomi

3.3.1.1 *Variabel Terikat (Variabel Dependen)*

Variabel terikat (dependen) disebut juga dengan variabel tidak bebas yang dipengaruhi atau sebagai akibat karena adanya variabel lain yang merupakan variabel bebas (independen) (Sugiyono, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kebahagiaan

3.3.1.2 *Variabel Bebas (Variabel Independen)*

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab karena adanya variabel terikat (dependen) (Sugiyono, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial *Instagram*

3.3.1.3 *Variabel Moderator*

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2017). Variabel moderator dalam penelitian ini adalah status sosial ekonomi

3.3.2 Definisi Konseptual Variabel

3.3.2.1 *Definisi Konseptual Kebahagiaan*

Kebahagiaan adalah suatu kesejahteraan subjektif yang dirasakan individu dalam bentuk kepuasan penuh terhadap hidup atau pencapaian terhadap kenikmatan yang tinggi.

3.3.2.2 *Definisi Konseptual Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram*

Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* merupakan besar ataupun kuatnya suatu tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang

salah satu indera; serta ukuran fisik dari energi atau data indera individu dalam mengakses media sosial *Instagram* yang dapat memfasilitasi hubungan dua arah antara satu dan lainnya yang memiliki kepentingan sama

3.3.2.3 *Definisi Konseptual Status Sosial Ekonomi*

Status sosial ekonomi adalah prestise umum dari seseorang dalam masyarakat yang menggambarkan posisi dalam suatu hierarki, atau suatu wadah bagi hak dan kewajiban, atau aspek statis, atau jumlah peranan ideal dari seseorang.

3.3.3 **Definisi Operasional Variabel**

3.3.3.1 *Definisi Operasional Kebahagiaan*

Kebahagiaan adalah suatu kesejahteraan subjektif yang dirasakan individu dalam bentuk kepuasan penuh terhadap hidup atau pencapaian terhadap kenikmatan yang tinggi. Tingkat kebahagiaan dapat diukur dengan aspek-aspek berupa *Life of Pleasure*, *Life of Engagement*, dan *Life of Meaning*

3.3.3.2 *Definisi Operasional Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram*

Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* merupakan besar ataupun kuatnya suatu tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera; serta ukuran fisik dari energi atau data indera individu dalam mengakses media sosial *Instagram* yang dapat memfasilitasi hubungan dua arah antara satu dan lainnya yang memiliki kepentingan sama. Intensitas penggunaan media sosial Instagram diukur melalui aspek-aspek berupa *Relaxation and free periods*, *Academic-related periods*, *Public-places-related use*, *Stress related periods*, dan *Motives for use*.

3.3.3.3 *Definisi Operasional Status Sosial Ekonomi*

Status sosial ekonomi adalah prestise umum dari seseorang dalam masyarakat yang menggambarkan posisi dalam suatu hierarki, atau suatu wadah bagi hak dan kewajiban, atau aspek statis, atau jumlah peranan ideal dari seseorang. Status

sosial ekonomi memiliki aspek-aspek diantaranya pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan perbulan dalam suatu keluarga.

3.4 Populasi dan Sampel atau Subyek Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja dengan rentang usia 14-24 tahun.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sehingga sampel merupakan bagian dari populasi tertentu (Sugiyono, 2017). Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja dengan rentang usia 14-24 tahun dan menggunakan media sosial *Instagram*.

3.4.3 Teknik pengambilan sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti dalam sebuah penelitian, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel (Rangkuti, 2015). Lebih mendalam lagi dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental dimana sampel yang dipilih adalah berdasarkan suatu kebetulan ditemui pengumpul data maka anggota populasi tersebut dijadikan sebagai sampel penelitian (Rangkuti, 2015)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi. Skala psikologi selalu mengacu kepada bentuk alat ukur atribut non-kognitif, khususnya yang disajikan dalam format tulis (*paper and pencil*). Stimulus atau aitem dalam skala psikologi berupa pertanyaan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan. Dalam instrumen ini, respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh (Azwar, 2015)

3.5.1 Instrumen Penelitian

3.5.1.1 Instrumen Penelitian Kebahagiaan

Tingkat kebahagiaan dapat diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran. *Orientations to Happiness Questionnaire* (OTH) adalah salah satu alat ukur kebahagiaan yang dibuat oleh Peterson, Park dan Seligman pada tahun 2005 yang dipublikasikan oleh Martin Seligman dalam web khususnya. Kuesioner ini terdiri dari 18 item yang dianggap sangat menyenangkan oleh banyak orang. Instrumen ini telah teruji dengan reliabilitas *life of meaning* 0.74, *life of pleasure* 0.65, dan *life of engagement* 0.55.

Pengukuran variabel tingkat kebahagiaan dalam penelitian ini dengan mengadopsi instrumen OTH (*Orientations to Happiness Questionnaire*). Berikut adalah kisi-kisi *Orientations to Happiness Questionnaire*:

Tabel 3.1 Kisi – Kisi Instrumen Kebahagiaan

No	Dimensi	Item		Total Item
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Life of Pleasure</i> (Kesenangan dalam kehidupan)	3, 8, 13, 15, 16, 18	-	6

No	Dimensi	Item		Total Item
		Favorable	Unfavorable	
2	<i>Life of Engagement</i> (Keterikatan dalam kehidupan)	1, 4, 6, 7, 9, 10	-	6
3	<i>Life of Meaning</i> (Kehidupan yang berarti)	2, 5, 11, 12, 14, 17	-	6
Total				18

OTH (*Orientations to Happiness*) terdiri dari 18 item dengan 5 pilihan jawaban berdasarkan skala likert yaitu tidak seperti saya sama sekali, sedikit seperti saya, agak seperti saya, sering kali seperti saya, dan sangat tepat seperti saya. Responden kemudian diminta untuk memilih salah satu dari kelima pilihan jawaban tersebut yang paling menggambarkan dirinya saat itu. Total skor yang didapat adalah jumlah dari keseluruhan skor dari jawaban yang diberikan oleh responden. Berikut adalah skor yang diberikan dalam instrumen OTH (*Orientations to Happiness*):

Tabel 3.2 Norma Skoring Instrumen Kebahagiaan

Pilihan Jawaban	Skor
Tidak Seperti Saya Sama Sekali	1
Sedikit Seperti Saya	2
Agak Seperti Saya	3
Sering Kali Seperti Saya	4
Sangat Tepat Seperti Saya	5

Setelah diberikan skor, skor kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan 18. Nilai yang akan diperoleh menunjukkan skor kebahagiaan. Jika diperoleh angka

4 – 5, maka hal tersebut menunjukkan tingkat seseorang yang bahagia. Namun, jika angka yang didapat adalah dua kebawah, maka hal tersebut menunjukkan seseorang yang tidak bahagia.

3.5.1.2 Instrumen Penelitian Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dapat diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran SONTUS (*Social Networking Time Use Scale*). SONTUS merupakan instrumen yang diciptakan oleh Yunusa Olufadi pada tahun 2015 dengan tujuan dapat dipakai untuk semua jenis situs jejaring sosial yang ada di dunia. SONTUS telah teruji dengan validitas diatas 0.74 dan nilai reliabilitas 0.93. Versi asli dari SONTUS terdiri dari 29 item pertanyaan yang mengindikasikan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. SONTUS memiliki 11 skala berupa kategori waktu. Penilaian SONTUS memiliki lima komponen, yaitu *relaxation and free periods, academic-related periods, public-places-related use, stress related periods, dan motives for use*.

Pengukuran variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dalam penelitian ini dengan mengadopsi instrumen SONTUS (*Social Networking Time Use Scale*). Berikut adalah kisi-kisi SONTUS:

Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial

No	Dimensi	Item		Total Item
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Relaxation and free periods</i> (Saat relaksasi dan waktu bebas)	2, 22, 7, 12, 21, 24, 6, 14, 26	-	9
2	<i>Academic-related periods</i> (Saat berkaitan dengan akademik)	28, 1, 5, 29, 10, 13	-	6

No	Dimensi	Item		Total Item
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
3	<i>Public-places-related use</i> (Saat di tempat umum)	4, 17, 23, 9, 19	-	5
4	<i>Stress related periods</i> (Saat berkaitan dengan stress)	3, 16, 8, 27, 15	-	5
5	<i>Motives for use.</i> (Saat berkaitan dengan motivasi penggunaan)	25, 20, 18, 11	-	5
Total				29

SONTUS (*Social Networking Time Use Scale*) terdiri dari 29 item dengan 11 pilihan jawaban yang menggambarkan frekuensi serta intensitas penggunaan jejaring sosial. Pilihan jawaban diantaranya yaitu:

- 1 : Tidak berlaku untuk saya selama seminggu terakhir.
- 2 : Saya tidak pernah menggunakannya selama seminggu terakhir.
- 3 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 4 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.
- 5 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.
- 6 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 7 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.

- 8 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.
- 9 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 10 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.
- 11 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.

Responden kemudian diminta untuk memilih salah satu dari 11 pilihan jawaban yang tersedia yang paling menggambarkan dirinya saat itu. Jawaban yang telah diberikan, kemudian di berikan kode skor sebagai berikut:

Tabel 3.4 Norma Skor item Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala Likert	Skor
1 - 3	1
4 - 6	2
7 - 9	3
10 - 11	4

Setelah pengkodean diberikan, item kemudian dikelompokkan sesuai dengan masing-masing dimensi untuk kembali diberikan kode skor. Kode yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Norma Skor Dimensi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Dimensi	Kategori	Skor
	9 – 12	1
<i>Relaxation and free periods</i> (Jumlah skor dari item 2, 6, 7, 12, 14, 21, 22, 24, dan 26)	13 – 16	2
	17 – 20	3
	21 – 24	4
	25 – 28	5
	29 – 32	6
	>32	7
<i>Academic-related periods</i> (Jumlah skor dari item 1, 5, 10, 13, 28, dan 29)	6 - 9	1
	10 - 13	2
	14 - 17	3
	18 - 21	4
	>32	5
<i>Public-Places-Related Use</i> (Jumlah skor dari item 4, 9, 17, 19, dan 23)	5 – 8	1
	9 -12	2
	13 – 16	3
	17 - 20	4
<i>Stress related periods</i> (Jumlah skor dari item 3, 8, 15, 16, dan 27)	5 – 8	1
	9 – 12	2
	13 - 16	3
	17 – 20	4
<i>Motives for use</i> (Jumlah skor dari item 11, 18, 20, dan 25)	4 – 7	1
	8 – 11	2
	>11	3

Setelah diberikan skor sesuai dengan masing masing dimensi, maka akan didapati skor global SONTUS yang merupakan jumlah skor dari kelima komponen dengan kisaran 5-23. Skor tersebut kemudian diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Skor 5-9 mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial rendah.
- b. Skor 10-14 mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial sedang.
- c. Skor 15-19 mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial tinggi.
- d. Skor >19 mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial sangat tinggi.

3.5.1.3 Instrumen Penelitian Status Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi dapat diukur melalui *Kuppuswamy's Socioeconomic Scale*. Instrumen ini dibuat oleh Kuppuswamy pada tahun 1976 dan dipublikasikan oleh Dr. Sheikh Mohd Saleem pada tahun 2016 dan terakhir dimodifikasi pada tahun 2018. Instrumen ini mengukur pada pekerjaan dari kepala keluarga, pendidikan dari kepala keluarga dan total pendapatan Skala status sosial ekonomi dalam instrumen ini merupakan alat untuk mengukur status sosial ekonomi keluarga di perkotaan dalam suatu keluarga perbulan. Skoring dilakukan dengan memberikan skor pada kategori yang telah disesuaikan pada tabel skor berikut ini:

Tabel 3.6 Norma Skor Status Sosial Ekonomi

	Kategori	Skor
	Tidak Bekerja (Pengangguran)	1
	Pekerjaan Dasar	2
	Operator dan Perakit Pabrik dan Mesin	3
	Kerajinan & Pekerja Perdagangan Terkait	4
Pekerjaan	Pertanian dan Perikanan	5
Kepala	Pekerja Terampil dan Pekerja Penualan Toko &	6
Keluarga	Pasar	7
	Panitera	7
	Teknisi dan Profesional Asosiasi	8
	Profesional	9
	Legislator, Pejabat dan Manajer	10

	Kategori	Skor
Pendidikan Kepala Keluarga	Buta Huruf	1
	Sekolah Dasar	2
	Sekolah Menengah Pertama/Sederajat	3
	Sekolah Menengah Atas/Sederajat	4
	D1/D2/D3/S1	5
	S2	6
	S3	7
Penghasilan Keluarga (perbulan)	< 1.300.000	1
	1.300.000 – 3.900.000	2
	3.900.000 – 6.500.000	3
	6.500.000 – 9.700.000	4
	9.700.000 – 13.000.000	6
	13.000.000 – 26.000.000	10
	> 26.000.000	12

Setelah diberikan skor sesuai dengan masing-masing kategori, skor kemudian dijumlahkan hingga mendapatkan skor total. Skor tersebut kemudian diinterpretasikan sebagai berikut:

- Skor <5 mengindikasikan bahwa status sosial ekonomi berada pada kelas sangat rendah
- Skor 5 – 10 mengindikasikan bahwa status sosial ekonomi berada pada kelas rendah
- Skor 11 – 15 mengindikasikan bahwa status sosial ekonomi berada pada kelas sedang
- Skor 16 – 25 mengindikasikan bahwa status sosial ekonomi berada pada kelas tinggi
- Skor 26 – 29 mengindikasikan bahwa status sosial ekonomi berada pada kelas sangat tinggi.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik

Uji statistik yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 24.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis statistika deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran terkait data penelitian yang ditinjau berdasarkan nilai mean, modus, media, standar deviasi, range, varians, minimum, maksimum, dan sum.

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah distribusi data pada variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas telah berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan teori normal asimtotik dimana ini merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk melihat normalitas melalui besaran sampel yang digunakan dalam suatu populasi (Spiegel & Stephens, 2007).

3.6.4 Uji Linearitas dan Multikolinearitas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat kedua variabel memiliki hubungan yang tergolong linear atau tidak. Uji ini merupakan suatu prasyarat dalam analisis regresi linear. Sementara itu, uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas dan variabel terikat. Uji linearitas dan uji multikolinearitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 24

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk menetapkan suatu dasar penelitian sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data untuk menentukan keputusan apakah dasar dapat diterima atau tidak melalui pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi. Teknik analisis

ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana prediksi suatu variabel terhadap variabel lainnya serta bagaimana hubungan sebab akibat antar variabel tersebut (Rangkuti, 2015). Jenis teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda linear dengan jenis MRA (*Moderated Regression Analysis*). Hal ini disebabkan karena dalam penelitian ini memiliki dua variabel prediktor. Teknik analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan serta pengaruh variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan yang di moderatori oleh status sosial ekonomi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 24. Adapun perumusan analisis regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perumusan regresi linear sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
 a = Konstanta
 b = Koefisien prediktor
 X = Variabel prediktor

- b. Perumusan regresi linear dengan variabel moderator (*Moderated Regression Anaylisis*)

$$Y = a + bX + b_2X^2 + b_3X.X^2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
 a = Konstanta
 b = Koefisien prediktor

- X = Variabel prediktor
 b2 = Koefisien Moderator
 X2 = Variabel Moderator
 b3 = Koefisien interaksi X dan X2
 X.X2 = Hasil interaksi antara variabel X dan X2

3.6.6 Uji *Effect Size*

Effect Size adalah suatu ukuran praktis yang menjelaskan hasil penelitian berupa ukuran besarnya korelasi, perbedaan, maupun efek antarvariabel (Santoso, 2010). Cohen (Santoso, 2010) memberikan acuan terkait ukuran besar dan kecil dari *effect size*. Berikut adalah kategorisasi nilai *effect size*:

Tabel 3.7 Kategorisasi *Effect Size*

Kategori	Batas atas - Bawah
Lemah	0.00 – 0.10
Sedang	0.10 – 0.25
Kuat	0.25 – 0.40
Sangat Kuat	> 0.40

3.6.7 Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik yang akan dijelaskan pada bagian ini adalah perumusan hipotesis dan hipotesis penelitian

3.6.6.1 *Perumusan Hipotesis*

Perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$H_0: r = 0$$

$$H_a: r \neq 0$$

Keterangan:

H₀ = Hipotesis nol

H_a = Hipotesis alternatif

3.6.6.2 *Hipotesis Penelitian*

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja

Ho2 : Terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja

Hipotesis 2:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi

Ho2 : Terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 297 orang. Subjek penelitian tersebut didapat sesuai dengan karakteristik sampel yaitu remaja perempuan atau laki-laki berusia 14 – 24 tahun dan memiliki akun media sosial *Instagram*. Berdasarkan hasil analisa data menggunakan SPSS 24.0, tidak ada responden *drop* dan jawaban yang diberikan adalah valid. Hal tersebut dapat diketahui dengan cara melihat grafik yang terdapat dalam *boxplot* pada output SPSS 24.0, apabila terdapat nomor urut responden yang berada di luar kotak, maka responden akan *drop*. Penelitian ini tetap menggunakan subjek penelitian yang berjumlah 297 reponden. Gambaran subjek yang akan dibahas dalam penelitian adalah dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, domisili, pendidikan terakhir kepala keluarga, pekerjaan kepala keluarga serta pendapatan keluarga perbulan yang dimiliki responden.

4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Gambaran subjek penelitian berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Usia Subjek Penelitian

Usia	N	Presentase
14	1	0.3%
15	2	0.7%
16	13	4.4%
17	2	0.7%

Usia	N	Presentase
18	21	7.1%
19	55	18.5%
20	42	14.1%
21	81	27.3%
22	65	21.9%
23	10	3.4%
24	5	1.7%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.1 sebanyak 297 orang dengan pembagian berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa peringkat tertinggi yang didapat dalam penelitian adalah subjek yang berusia 21 tahun dengan menduduki urutan pertama yaitu berjumlah 81 orang (27.3%). Sementara itu, peringkat terbawah yang didapat dalam penelitian adalah subjek berusia 14 tahun yang hanya berjumlah 1 orang (0.3%). Dengan hasil data tersebut, sampel dari populasi remaja pengguna media sosial *instagram* kurang terwakili pada beberapa usia seperti usia 14 tahun, 15 tahun, 16 tahun, 17 tahun, 18 tahun, 23 tahun, dan 24 tahun yang seharusnya mendapatkan presentase setidaknya sebesar 9%

4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Jenis Kelamin Subjek Penelitian

Jenis Kelamin	N	Presentase
Laki-Laki	72	24.2%
Perempuan	225	75.8%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.2 sebanyak 297 orang dengan pembagian berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa subjek penelitian yang berjenis kelamin perempuan menduduki urutan tertinggi yaitu sebanyak 225 orang (75.8%). Kemudian diikuti dengan jenis kelamin laki-laki sebagai urutan kedua sebanyak 72 orang (24.2%). Dengan hasil data tersebut, sampel dari populasi remaja pengguna media sosial *instagram* kurang terwakili pada jenis kelamin laki-laki.

4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Domisili

Gambaran subjek penelitian berdasarkan domisili subjek dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Domisili Subjek Penelitian

Domisili	N	Presentase
Banten	25	8.4%
Jakarta	185	61.3%
Jawa Barat	69	23.2%
Jawa Tengah	2	0.7%
Sulawesi Selatan	2	0.7%
Sumatra Barat	11	3.7%
Sumatra Selatan	2	0.7%
Sumatra Utara	2	0.7%
Yogyakarta	2	0.7%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.3 sebanyak 297 subjek penelitian dengan pembagian berdasarkan domisili, dapat diketahui bahwa Jakarta menjadi domisili tertinggi yaitu berjumlah 185 orang (61.3%). Sementara itu, Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Selatan, Sumatra Utara dan Yogyakarta merupakan domisili dengan jumlah terendah yang hanya memiliki responden berjumlah 2 orang (0.7%) pada masing-masing provinsi provinsi.

4.1.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Kepala Keluarga

Gambaran subjek penelitian berdasarkan pendidikan kepala keluarga subjek dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Pendidikan Kepala Keluarga Subjek Penelitian

Pendidikan	N	Presentase
Buta Huruf	0	0%
SD	6	2%
SMP/Sederajat	10	3.4%
SMA/Sederajat	129	43.4%
D1/D2/D3/S1	85	40.7%
S2	27	9.1%
S3	4	1.3%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.4 sebanyak 297 subjek penelitian dengan pembagian berdasarkan pendidikan kepala keluarga, dapat diketahui bahwa urutan tertinggi diduduki oleh kepala keluarga dengan pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 129 orang (43.4%). Sementara itu, urutan terbawah diduduki oleh kepala keluarga dengan pendidikan S3 yang hanya berjumlah 4 orang (1.3%)

4.1.5 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan Kepala Keluarga

Gambaran subjek penelitian berdasarkan pekerjaan kepala keluarga subjek dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Pekerjaan Kepala Keluarga Subjek Penelitian

Pekerjaan	N	Frekuensi
Pekerjaan Dasar	38	12.8%
Operator dan Perakit Pabrik dan Mesin	1	0.3%

Pekerjaan	N	Frekuensi
Kerajinan & Pekerja Perdagangan Terkait	0	0 %
Pertanian dan Perikanan	8	2.7%
Pekerja Terampil dan Pekerja Penuaian Toko & Pasar	101	34%
Panitera	1	0.3%
Teknisi dan Profesional Asosiasi	133	44.8%
Profesional	12	4%
Legislator, Pejabat dan Manajer	3	1%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.5 sebanyak 297 subjek penelitian dengan pembagian berdasarkan pekerjaan kepala keluarga, dapat diketahui bahwa urutan tertinggi diduduki oleh kepala keluarga dengan pekerjaan sebagai teknisi dan Profesional Asosiasi (Karyawan Swasta, PNS, Kontraktor, TNI AD, TNI AL, Polri, dll) berjumlah 133 orang (44.8%). Sementara itu, urutan terbawah diduduki oleh subjek penelitian dengan pekerjaan kepala keluarga sebagai Panitera, Operator dan Perakit Pabrik dan Mesin masing-masing hanya berjumlah 1 orang (0.3%).

4.1.6 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Penghasilan Keluarga Perbulan

Gambaran subjek penelitian berdasarkan penghasilan keluarga perbulan subjek dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Penghasilan Keluarga Perbulan Subjek Penelitian

Penghasilan Keluarga(Perbulan)	N	Presentase
< 1.300.000	18	6.1%
1.300.000 – 3.900.000	73	24.6%
3.900.000 – 6.500.000	89	30%
6.500.000 – 9.700.000	58	19.5%

Penghasilan Keluarga(Perbulan)	N	Presentase
9.700.000 – 13.000.000	35	11.8%
13.000.000 – 26.000.000	17	5.7%
> 26.000.000	7	2.3%
Total	297	100%

Berdasarkan tabel 4.6 sebanyak 297 subjek penelitian dengan pembagian berdasarkan penghasilan keluarga perbulan, dapat diketahui bahwa urutan tertinggi diduduki oleh subjek dengan penghasilan keluarga berjumlah 3.900.000-6.500.000/bulan sebanyak 89 orang (30%). Sementara itu, urutan terbawah diduduki oleh subjek dengan penghasilan keluarga berjumlah >26.000.000 sebanyak 7 orang (2,3%).

4.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian terbagi menjadi dua yaitu persiapan penelitian dan pelaksanaan penelitian.

4.2.1 Persiapan Penelitian

Penelitian ini diawali dari ketertarikan pada psikologi sosial melalui media elektronik berupa media sosial. Media sosial *Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat kini terutama remaja. Peneliti kemudian menemukan berbagai literatur yang membahas keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kebahagiaan. Salah satu literatur mengatakan bahwa adanya hubungan antara kebahagiaan dengan intensitas penggunaan media sosial. Namun, tidak sejalan dengan itu, beberapa literatur lain mengatakan hal yang berbeda bahwa tidak adanya hubungan antara kebahagiaan dengan intensitas penggunaan media sosial. Berdasarkan berbagai sumber diatas, salah satu literatur lain menjelaskan bahwa adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi misalnya status sosial ekonomi. Akhirnya penelitian ditetapkan pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang

dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Setelah itu, pembahasan ini kemudian diajukan kepada dosen pembimbing untuk memperoleh persetujuan.

Setelah dosen pembimbing membaca secara keseluruhan terkait penelitian yang akan dilakukan yang difokuskan pada literatur terkait, akhirnya penelitian dapat disetujui. Kemudian persiapan dilanjutkan dengan mencari berbagai literatur tambahan yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti serta alat ukur dari ketiga variabel tersebut. Pada pengukuran kebahagiaan menggunakan teori yang dipaparkan oleh Peterson, Park dan Seligman yang diciptakan pada tahun 2005 yang dipublikasikan oleh Martin Seligman dalam web khususnya. Instrumen yang dikembangkan oleh Peterson, Park dan Seligman adalah OTH (*Orientations to Happiness Questionnaire*). Sedangkan pada pengukuran intensitas penggunaan media sosial *Instagram* menggunakan teori yang dikemukakan oleh Yunusa Olufadi yang diciptakan pada tahun 2015. Instrumen yang dikembangkan oleh Yunusa Olufadi adalah SONTUS (*Social Networking Time Use Scale*). Selain itu, pada pengukuran status sosial ekonomi menggunakan teori oleh Kuppuswamy yang diciptakan pada tahun 1976 serta dipublikasikan oleh Dr. Sheikh Mohd Saleem pada tahun 2016 dan terakhir dimodifikasi pada tahun 2018. Instrumen yang dikembangkan oleh Kuppuswamy adalah *Kuppuswamy's Socioeconomic Scale*. Setelah mendapatkan ketiga instrumen, masing-masing dari instrumen penelitian kemudian diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia. Penerjemahan dilakukan melalui jasa penerjemah *Your translator* dalam waktu dua hari. Kemudian hasil terjemahan tersebut, diterjemahkan kembali ke dalam bahasa Inggris oleh *Kerywords Translation* dalam waktu 2 hari.

Kesimpulan hasil terjemahan baik terjemahan awal maupun terjemahan kembali (*back translation*) dilampirkan ke dalam dokumen disertai dengan kisi-kisi instrumen yang terdiri dari dimensi, indikator, dan persebaran butir untuk diperiksa kembali oleh dosen pembimbing. Setelah mendapat persetujuan konfirmasi dari dosen pembimbing, selanjutnya instrumen akan dilakukan validasi oleh *expert judgement* yang merupakan tiga dosen Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Hasil dari validasi instrumen adalah terdapat beberapa kalimat yang harus diperbaiki agar lebih mudah dipahami oleh responden tanpa mengubah arti dari masing-masing

item. Setelah dilakukan perubahan bahasa untuk lebih mudah dipahami, validator menyatakan bahwa instrumen sudah valid dan dapat digunakan.

Tahap selanjutnya adalah menentukan besaran sampel (*sample size*) yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan penjelasan oleh Sugiyono (2017) dalam bukunya berjudul Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D menggambarkan besaran sampel dalam sebuah tabel jika jumlah populasi tidak terhingga dengan taraf signifikansi 10% maka didapati jumlah sampel sebesar 272 responden.

4.2.2 Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* dan penyebaran kuesioner secara langsung. Penyebaran kuesioner *google form* dilakukan dengan menghubungi secara langsung subjek penelitian melalui *direct message Instagram*. Fokus pengambilan data melalui *google form* adalah untuk mendapatkan subjek penelitian yang berada di luar domisili peneliti (Jakarta). Selain itu, penyebaran kuesioner dengan turun lapangan secara langsung dilakukan pada beberapa titik seperti di Universitas Negeri Jakarta dan sekitarnya serta sekitar lingkungan tempat tinggal peneliti yang sesuai dengan kriteria penelitian. Pengambilan data dilakukan selama 7 hari, yaitu pada tanggal 11 Juli 2019 sampai dengan 17 Juli 2019. Total subjek penelitian yang diperoleh sebanyak 297 orang. Setelah itu, tahapan penelitian dilanjutkan dengan pengujian data untuk memperoleh hasil final.

4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

4.3.1 Data Deskriptif Kebahagiaan

Data deskriptif kebahagiaan pada 297 subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Data Deskriptif Kebahagiaan

Statistik	Nilai pada Output
Mean	67.15
Median	68
Modus	69
Standar Deviasi	8.39
Varians	70.46
Range	44
Nilai Minimum	44
Nilai Maximum	88
Sum	19943
Skewness	-0.054
Kurtosis	-0.159

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa variabel kebahagiaan memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 67,15, nilai tengah (median) sebesar 68, nilai yang paling sering muncul (modus) 69, nilai fluktuasi antar data (varians) sebesar 70.46, nilai sebaran data (standar deviasi) sebesar 8.39, nilai kemencengan (skewness) sebesar -0.054, nilai keruncingan (kurtosis) sebesar -0.159, jarak antara nilai tertinggi dan terendah (range) sebesar 44, dengan nilai terendah (minimum) sebesar 44 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 88. Total dari seluruh data sebesar 19943.

4.3.2 Kategorisasi Skor Kebahagiaan

Kategorisasi skor kebahagiaan dibagi menjadi tiga kategorisasi. Penentuan tiga kategorisasi yaitu kategori kurang bahagia, bahagia dan sangat bahagia didasarkan pada perhitungan mean teoritik yang dilakukan dengan SPSS 24. Berikut adalah penjelasan terkait kategorisasi skor kebahagiaan

Kurang Bahagia jika : $X < (\text{Mean Teoritik} - 1\text{SD})$

Bahagia jika : $(\text{Mean Teoritik} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean Teoritik} + 1\text{SD})$

Sangat Bahagia jika : $X > (\text{Mean Teoritik} + 1\text{SD})$

Penjelasan terkait kategorisasi skor kebahagiaan dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini;

Tabel 4.8 Kategorisasi Skor Kebahagiaan

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Kurang Bahagia	$X < 58.75$	42	14.1%
Bahagia	$58.75 \leq X \leq 75.55$	206	69.4%
Sangat Bahagia	$X > 75.55$	49	16.5%
Total		297	100%

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa subjek yang memiliki tingkat kebahagiaan yang kurang sebanyak 42 orang (14.1%), kemudian subjek yang memiliki tingkat kebahagiaan sedang sebanyak 206 orang (69.4%) dan subjek yang memiliki tingkat kebahagiaan tinggi sebanyak 49 orang (16.5%).

4.3.3 Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Data deskriptif kebahagiaan pada 297 subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Statistik	Nilai pada Output
Mean	11.85
Median	12
Modus	10
Standar Deviasi	4.25
Varians	18.11
Range	17
Nilai Minimum	5
Nilai Maximum	22
Sum	3519

Statistik	Nilai pada Output
Skewness	0.432
Kurtosis	-0.477

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui bahwa variable intensitas penggunaan media sosial *Instagram* memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 11.85, nilai tengah (median) sebesar 12, nilai yang paling sering muncul (modus) 10, nilai fluktuasi antar data (varians) sebesar 18.11, nilai sebaran data (standar deviasi) sebesar 4.25, nilai kemencengan (skewness) sebesar 0.432, nilai keruncingan (kurtosis) sebesar -0.477, jarak antara nilai tertinggi dan terendah (range) sebesar 17, dengan nilai terendah (minimum) sebesar 5 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 22. Total dari seluruh data sebesar 3519.

4.3.4 Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Kategorisasi skor intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dibagi menjadi empat, yaitu kategori rendah, sedang, dan tinggi dan sangat tinggi. Penentuan kategori didasarkan pada instrumen asli variabel tersebut. Berikut adalah kategorisasi skor intensitas penggunaan media sosial *Instagram*:

Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial *instagram*

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	5 – 9	96	32.3%
Sedang	10 – 14	124	41.8%
Tinggi	15 – 19	53	17.8%
Sangat Tinggi	>19	24	8.1%
Total		297	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa subjek penelitian yang memiliki intensitas rendah pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 96 orang (32.3%), subjek penelitian yang memiliki intensitas sedang pada penggunaan

media sosial *Instagram* berjumlah 124 orang (41.8%), subjek penelitian yang memiliki intensitas tinggi pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 53 orang (17.8%), dan subjek penelitian yang memiliki intensitas sangat tinggi pada penggunaan media sosial *instagram* berjumlah 24 (8.1%).

4.3.5 Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi

Kategorisasi skor status sosial ekonomi dibagi menjadi lima, yaitu kategori Sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Penentuan kategori tersebut didasarkan pada instrumen asli variabel tersebut. Berikut adalah penjelesan terkait kategorisasi skor intensitas penggunaan media sosial *Instagram*:

Tabel 4.11 Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	< 5	0	0%
Rendah	5 – 10	39	13.1%
Sedang	11 – 15	124	41.8%
Tinggi	16 – 25	126	42.2%
Sangat Tinggi	26 – 29	8	2.7
Skor		297	100%

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa subjek penelitian yang memiliki intensitas rendah pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 96 orang (32.3%), subjek penelitian yang memiliki intensitas sedang pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 124 orang (41.8%), subjek penelitian yang memiliki intensitas tinggi pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 53 orang (17.8%), dan subjek penelitian yang memiliki intensitas sangat tinggi pada penggunaan media sosial *Instagram* berjumlah 24 (8.1%).

4.3.6 Gambaran Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dan Status Sosial Ekonomi

Gambaran subjek penelitian berdasarkan kategori kebahagiaan, intensitas penggunaan media sosial *Instagram*, dan status sosial ekonomi dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Gambaran Kategorisasi Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*, dan Status Sosial Ekonomi

SSE	Kategori		Intensitas				Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Rendah	Kategori Kebahagiaan	Kurang Bahagia	3	4	0	0	7
		Bahagia	10	11	2	2	25
		Sangat Bahagia	3	2	2	0	7
	Total		16	17	4	2	39
Sedang	Kategori Kebahagiaan	Kurang Bahagia	4	9	3	2	18
		Bahagia	27	29	19	8	83
		Sangat Bahagia	8	10	3	2	23
	Total		39	48	25	12	124
Tinggi	Kategori Kebahagiaan	Kurang Bahagia	5	8	2	2	17
		Bahagia	26	40	18	7	91
		Sangat Bahagia	6	8	3	1	18
	Total		37	56	23	10	126
Sangat Tinggi	Kategori Kebahagiaan	Kurang Bahagia	0	0	0	0	0
		Bahagia	4	2	1	0	7
		Sangat Bahagia	0	1	0	0	1
	Total		4	3	1	0	8

Berdasarkan tabel 4.7 sebanyak 297 subjek penelitian dengan pembagian berdasarkan kategori kebahagiaan, intensitas penggunaan media sosial *Instagram*, dan status sosial ekonomi. Jumlah tertinggi didapati pada responden yang berstatus sosial ekonomi tinggi dan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* yang sedang berjumlah 40 responden. Sementara itu, jumlah terendah didapati pada beberapa kategori. Pada kategori status sosial ekonomi rendah dan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* yang tinggi ataupun sangat tinggi, serta memiliki kebahagiaan yang kurang ataupun sangat bahagia mendapatkan responden berjumlah 0 orang. Pada kategori status sosial ekonomi sangat tinggi dan intensitas yang rendah, sedang, tinggi ataupun sangat tinggi serta memiliki kebahagiaan yang kurang ataupun sangat bahagia mendapatkan responden berjumlah 0 orang.

4.3.7 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dari kedua variabel penelitian yaitu variabel kebahagiaan dan variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* menggunakan teori normal asimtotik. Normal asimtotik adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk melihat normalitas melalui besaran sampel yang digunakan dalam suatu populasi. Distribusi sampling dari mean akan diasumsikan berdistribusi normal jika nilai N yang merupakan sampel tanpa memperhatikan populasi lebih dari 30 ($N \geq 30$) (Spiegel & Stephens, 2007). Hasil ini merupakan sebuah kasus dari teorema batas tengah (*central limit theorem*) yang merupakan bagian dalam teori probabilitas lanjut, yang menunjukkan bahwa tingkat akurasi pendekatannya akan semakin baik jika N semakin besar. Dalam penelitian ini, sampel penelitian didapat sebesar 297 orang yang sudah berarti lebih dari 30, maka dapat diasumsikan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal

4.3.8 Uji Linearitas dan Multikolinearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai

prasyarat dalam analisis regresi linear. Uji linearitas dilakukan melalui aplikasi SPSS versi 24. Kaidah yang digunakan adalah jika signifikansi (*Deviation for Linearity*) lebih dari 0.05 ($p > 0.05$), maka data sampel memiliki hubungan yang linear pada rentang yang tidak signifikan. *Deviation for Linearity* merupakan suatu informasi tambahan yang bisa didapatkan terkait dengan pola hubungan (Santoso, 2010). Linearitas antar variabel kebahagiaan dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan status sosial ekonomi dapat dilihat melalui tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel Kebahagiaan

Variabel	Sig	α	Interpretasi
Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	0.49	0.05	Linear
Status Sosial Ekonomi	0.57	0.05	

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai p (sig) pada intensitas penggunaan media sosial *Instagram* adalah 0.49. Kemudian, dapat dilihat pula bahwa nilai p (sig) pada status sosial ekonomi adalah 0.57. Diketahui apabila p lebih besar dari nilai $\alpha = 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mempunyai hubungan yang linear tidak signifikan terhadap variabel kebahagiaan serta dapat dikatakan pula bahwa variabel status sosial ekonomi mempunyai hubungan yang linear tidak signifikan terhadap variabel kebahagiaan

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($Tolerance > 0.10$), maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, begitupun sebaliknya. Selain itu, dapat dilihat juga jika nilai VIF lebih kecil dari 10.00 ($VIF < 10.00$), maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Uji Multikolinearitas dalam penelitian dilakukan melalui SPSS versi 24. Multikolinearitas antar variabel kebahagiaan dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan status sosial ekonomi dapat dilihat melalui tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Interpretasi
Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	0.99	1.00	Tidak terjadi Multikoliniearitas
Status Sosial Ekonomi	0.99	1.00	

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dilihat bahwa antar variabel kebahagiaan dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* memiliki nilai tolerance sebesar 0.99 dan nilai VIF sebesar 1.00. Selain itu, antar variabel kebahagiaan dengan status sosial ekonomi memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0.99 dan nilai VIF sebesar 1.00. Diketahui apabila tolerance lebih besar dari 0.10 ($Tolerance > 0.10$) dan apabila VIF lebih kecil dari 10.00 ($VIF < 10.00$), maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

4.3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis 1: pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan, dan hipotesis 2: pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($F_{hit} > F_{tabel}$), maka terdapat pengaruh, begitu juga sebaliknya. Selain itu, apabila p lebih besar dari α ($p > \alpha$), maka terdapat pengaruh, begitu juga sebaliknya.

4.3.9.1 Pengujian Analisis Regresi Hipotesis 1

Pengujian analisis regresi pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja menghasilkan data pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi MRA Hipotesis 1

p	α	Fhit	F tabel	Interpretasi
0.687	0.05	0.163	2.3	Ho gagal ditolak

Berdasarkan tabel 4.15, dapat diketahui bahwa nilai $p > \alpha$ ($0.687 > 0.05$) dan nilai $F_{hit} < F_{tabel}$ ($0.163 < 2.3$). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 gagal ditolak, yaitu tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja.

Tabel 4.16 Model Summary Hipotesis 1

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square
Kebahagiaan			
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0.023	0.001	-0.003

Berdasarkan tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau besarnya pengaruh dari Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja hanya berada pada angka 0.1%. Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja.

Tabel 4.17 Hasil Uji Persamaan Regresi Hipotesis 1

Model	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	t	Sig
	<i>Coefficients</i>				
	B	<i>Std. Error</i>			
(Constant)	67.697	1.445		46.850	0.000
Intensitas	-0.046	0.115	-0.023	-0.403	0.687

Berdasarkan tabel 4.17 memberikan hasil bahwa konstanta sebesar 67.697, sedangkan koefisien regresi variabel intensitas yang didapat adalah sebesar -0.046.

berdasarkan data diatas maka hasil pengujian ini dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 67.697 - 0.046IP$$

Keterangan:

Y = Kebahagiaan

IP = Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa bilangan konstan variabel kebahagiaan jika tidak dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* adalah sebesar 67.697. Kemudian, apabila intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kebahagiaan akan mengalami penurunan satu satuan sebesar -0.046.

4.3.9.2 Pengujian Analisis Regresi Hipotesis 2

Pengujian analisis regresi pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi menghasilkan data pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi MRA Hipotesis 2

p	α	Fhit	Ftabel	R	R Square	Interpretasi
0.485	0.05	0.818	2.3	0.088	0.008	Ho gagal ditolak

Berdasarkan tabel 4.18, dapat diketahui bahwa nilai $p > \alpha$ ($0.485 > 0.05$) dan nilai $F_{hit} < F_{tabel}$ ($0.818 < 2.3$). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 gagal ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi.

Tabel 4.19 Model Summary Hipotesis 2

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square
Kebahagiaan			
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0.088	0.008	-0.002
Status Sosial Ekonomi			
Intensitas Penggunaan Media Sosial.SSE			

Berdasarkan tabel 4.19, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau besarnya pengaruh dari Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi berada pada angka 0.8%. Hal ini berarti bahwa status sosial ekonomi berhasil memoderasi intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja. Namun minimnya angka tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja.

Tabel 4.20 Hasil Uji Persamaan Regresi 2

Model	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i> Coefficient Beta	t	Sig
	<i>Coefficients</i>				
	B	Std. Error			
(Constant)	60.590	5.097		11.887	0.000
Intensitas	0.526	0.421	0.267	1.249	0.213
SSE	0.469	0.323	0.241	1.453	0.147
Intensitas.SSE	-0.038	0.027	-0.380	-1.416	0.158

Berdasarkan tabel 4.20 memberikan hasil bahwa konstanta sebesar 67.697. selain itu, koefisien regresi yang didapat adalah sebesar -0.046 pada variabel intensitas, 0.469 pada variabel SSE, dan -0.038 pada variabel intensitas dengan SSE. berdasarkan data diatas maka hasil pengujian ini dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 60.690 + 0.256IP + 0.469SE - 0.038M$$

Keterangan:

Y = Kebahagiaan

IP = Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

SE = Status Sosial Ekonomi

M = Moderasi IP dan SE

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa bilangan konstan variabel kebahagiaan jika tidak dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* adalah sebesar 60.690. Kemudian, apabila status sosial ekonomi dan moderasi konstan, maka kenaikan pada intensitas penggunaan media sosial *Instagram* menyebabkan kebahagiaan mengalami peningkatan satu satuan sebesar 0.256. Lalu, apabila intensitas penggunaan media sosia *Instagram* dan moderasi konstan, maka kenaikan pada status sosial ekonomi menyebabkan kebahagiaan mengalami peningkatan satu satuan sebesar 0.469. Selanjutnya, apabila intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan status sosial ekonomi konstan, maka kenaikan moderasi akan menyebabkan penurunan kebahagiaan sebesar 0.038.

4.3.10 *Effect Size*

Hasil pengujian *effect size* dilakukan melalui aplikasi SPSS versi 24 dan menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.21 Hasil Uji *Effect Size* Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Variabel	<i>Partial Eta Squared</i>
Intensitas Penggunaan Media sosial <i>Instagram</i>	0.215

Berdasarkan hasil pada tabel 4.21 di atas, memberikan nilai *partial eta squared* sebesar 0.215. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *effect size* berada pada

kategorisasi sedang, dimana hal ini membuktikan bahwa pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* adalah sedang terhadap kebahagiaan pada remaja.

Tabel 4.22 Hasil Uji *Effect Size* Variabel Status Sosial Ekonomi

Variabel	<i>Partial Eta Squared</i>
Status Sosial Ekonomi	0.099

Berdasarkan hasil pada tabel 4.22 di atas, memberikan nilai *partial eta squared* sebesar 0.099. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *effect size* berada pada kategorisasi lemah, dimana hal ini membuktikan bahwa pengaruh status sosial ekonomi lemah terhadap kebahagiaan pada remaja.

Tabel 4.23 Hasil Uji *Effect Size* Moderator

Variabel	<i>Partial Eta Squared</i>
Intensitas Penggunaan Media sosial <i>Instagram</i> .Status Sosial Ekonomi	0.579

Berdasarkan hasil pada tabel 4.23 di atas, memberikan nilai *partial eta squared* sebesar 0.579. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *effect size* berada pada kategorisasi sangat kuat, dimana hal ini membuktikan bahwa pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* sangat kuat terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi walaupun tidak signifikan.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Berdasarkan hasil yang didapat, digambarkan bahwa tingkat kebahagiaan remaja berada pada kategori bahagia. Hal ini berarti bahwa mayoritas

remaja dmiliki kebahagiaan yang cukup dalam hidupnya yang membuat mereka bisa menikmati serta menjalani hidup dengan lebih mudah dan diiring dengan keceriaan serta kesenangan yang cukup. Disisi lain, digambarkan pula bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja berada pada kategori sedang. Hal ini berarti bahwa mayoritas remaja menggunakan dan mengakses media sosial dengan frekuensi yang sedang, tidak berlebihan ataupun jarang untuk mengakses. Selain itu pula, gambaran lain yang didapat dalam penelitian ini menjelaskan bahwa mayoritas remaja berada pada status sosial ekonomi dalam kategori tinggi. Tingginya status tersebut memberikan arti bahwa mayoritas remaja kini memiliki ekonomi yang berkecukupan. Lebih dalam lagi digambatrkan dalam penelitian ini bahwa remaja yang berekonomi tinggi kemungkinan memiliki cukup keuangan untuk memiliki *smartphone* yang berkualitas dan paket data yang mencukupi sebagai salah satu hal yang harus dimiliki dalam mengakses media sosial *Instagram* sehingga mereka dapat mencari hiburan untuk mendapatkan kebahagiaan.

Hasil data yang telah didapatkan dilakukan analisis pada ketiga variabel dengan uji analisis regresi berganda linear berjenis MRA (*Moderated Regression Analysis*).

4.4.1 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kebahagiaan Pada Remaja

Hasil uji hipotesis 1 adalah nilai $p > \alpha$ ($0.687 > 0.1$) dan nilai $F_{hit} < F_{tabel}$ ($0.163 < 2.3$) yang menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan kebahagiaan pada remaja.

Artinya, ketika intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kebahagiaan akan mengalami penurunan satu satuan. Hal ini berbanding terbalik dengan beberapa penemuan terdahulu. Fowler dan Christakis (2008) serta Rosenquist dkk (2011) membuktikan bahwa adanya hubungan positif penggunaan media sosial terhadap kebahagiaan. Mereka memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan selama 20 tahun pada sebuah media sosial yang menunjukkan bahwa *mood* yang bertahan lama salah satunya berupa kebahagiaan dapat ditularkan

melalui media sosial. Konten yang dibagikan pada media sosialnya ternyata dapat berpengaruh positif pada kebahagiaan seseorang jika konten yang disebar pun mengandung unsur positif yang membuat orang ikut senang dan bahagia melihatnya serta secara tidak langsung akan meningkatkan frekuensi serta intensitas penggunaan dalam bermedia sosial untuk mendapatkan kebahagiaan. Dengan demikian, kebahagiaan didapatkan oleh remaja melalui media sosial membuat mereka akan lebih sering mengakses dan menggunakannya untuk terus mencari serta menemukan hal-hal menarik lainnya sebagai faktor kebahagiaan yang didapat. Tidak hanya berupa pengaruh positif, Kross dkk (2013) membuktikan adanya pengaruh negatif penggunaan media sosial terhadap kebahagiaan. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa semakin sering seseorang membuka media sosial (*Facebook*), semakin sering juga orang tersebut tidak merasa bahagia yang disebabkan oleh adanya kesepian, muram dan, iri hati. Namun, dijelaskan lebih dalam bahwa apabila konten emosional yang diakses oleh individu hanya diakses pada waktu tertentu, tidak teratur, atau hanya saat ingin saja, maka pengaruh yang terjadi dari intensitas penggunaan media sosial terhadap emosi kebahagiaan tidak begitu kuat. Selain itu, beberapa faktor lain juga dapat menjelaskan penyebab dari tidak kuatnya pengaruh yang didapat.

Menurut Dhir, Kaur, Lonka dan Tsai (2017) mengemukakan bahwa latar belakang status sosial ekonomi merupakan salah satu dari sekian banyak faktor yang dapat memengaruhi intensitas penggunaan media sosial pada remaja. Status sosial ekonomi adalah posisi yang ditempati individu atau keluarga berdasarkan ukuran dari rata-rata umum terkait dengan kepemilikan kultural, pendapatan efektif, pemilikan barang, dan partisipasi dalam aktifitas kelompok dalam komunitasnya (Kaare, 1989).

4.4.2 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Kebahagiaan Pada Remaja yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi

Hasil uji hipotesis 2 adalah nilai $p > \alpha$ ($0.485 > 0.1$) dan nilai $F_{hit} < F_{tabel}$ ($0.818 < 2.3$). Hal ini menjelaskan bahwa bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada

remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Artinya, ketika status sosial ekonomi dan moderasi konstan, maka kenaikan yang terjadi pada intensitas penggunaan media sosial *Instagram* menyebabkan kebahagiaan mengalami peningkatan satu satuan sebesar. Selanjutnya, ketika intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan moderasi konstan, maka kenaikan yang terjadi pada status sosial ekonomi menyebabkan kebahagiaan mengalami peningkatan satu satuan. Selain itu pula, apabila intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan status sosial ekonomi konstan, maka kenaikan yang terjadi saat moderasi akan menyebabkan penurunan kebahagiaan.

Namun, jika dilihat kekuatan dari pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan dengan hasil *effect size* sebesar 0.215 menunjukkan bahwa pengaruh berada pada kategori sedang. Kemudian, jika dilihat pengaruh status sosial ekonomi terhadap kebahagiaan dari hasil *effect size* sebesar 0.099 menunjukkan bahwa pengaruh berada pada kategori lemah. Sementara itu, jika dilihat dari hasil *effect size* sebesar 0.579 menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sangat kuat pada penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi. Artinya, ketika hasil yang didapat adalah tidak signifikan, namun signifikansi tidak dapat mengukur besaran kekuatan pengaruh pada penelitian. Maka dari itu, *effect size* dapat memberikan bukti bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* memiliki besaran pengaruh yang sangat kuat terhadap kebahagiaan yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi pada parameter yang diukur. Tidak hanya itu, dengan *effect size* kita dapat mengetahui penyebab dari tidak adanya signifikansi pada penelitian ini. Jika diperhatikan kembali, lemahnya pengaruh yang dimiliki oleh status sosial ekonomi terhadap kebahagiaan menjadi salah satu penyebab dari tidak adanya signifikansi yang didapat pada penelitian ini.

Selain itu, jika dilihat dari seberapa besar nilai R yang didapat, terdapat peningkatan pada nilai *R Square* dari hipotesis 1 sebesar 0.01 menjadi 0.08 pada hipotesis kedua. Hal ini berarti bahwa status sosial ekonomi dapat memoderasi pengaruh intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap kebahagiaan pada

remaja namun masih kurang untuk menjadi salah satu faktor yang menjelaskan penyebab dari tidak adanya pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan.

Kebahagiaan yang didapat oleh remaja pada penelitian ini memberikan kemungkinan bahwa mereka telah mencapai kebahagiaan tersebut bukan melalui media sosial *Instagram* melainkan dengan cara lain. Seperti yang dijelaskan oleh Azizah (2013) bahwa kebahagiaan pada remaja dapat dicapai dengan berbagai cara diantaranya adalah dengan pergi berekreasi, memiliki ekonomi yang berkecukupan, merasa bermanfaat bagi orang lain, mencapai suatu keberhasilan, terpenuhinya kebutuhan akan kasih sayang, dll. Sementara itu, intensitas penggunaan media sosial *Instagram* yang berada pada kategori tinggi dimana penggunaan tertinggi berada pada saat relaksasi dan waktu luang. Hal ini menjelaskan bahwa remaja yang menggunakan media sosial *Instagram* dalam penelitian ini hanya untuk keperluan relaksasi serta mengisi waktu luang mereka dari berbagai kesibukan yang telah dilewati.

Secara keseluruhan, frekuensi maupun intensitas dari penggunaan media sosial *instagram* tidak berkaitan dengan kebahagiaan hidup individu. Lebih jelasnya, individu menggunakan media sosial *Instagram* hanya untuk berbagi informasi dengan pengguna media sosial lainnya, bukan untuk mencapai kepuasan hidup individu. Akan tetapi, jika dilihat berdasarkan arah hubungan dari masing-masing variabel, Dogan (2016) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa penggunaan situs jejaring sosial pada sekolah menengah menjadikan siswa bahagia dan mendapatkan kesejahteraan psikologis dan kepuasan hidup. Chae (2018) juga menjelaskan dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa perbandingan sosial yang dilakukan oleh pengguna media sosial hanya akan memengaruhi satu bagian dari kebahagiaan secara keseluruhan.

Beberapa faktor berhasil ditemukan oleh Zeitelbank & Tat (2014) yang menjelaskan bahwa selain usia dari pengguna media sosial, beberapa faktor seperti ciri kepribadian serta lingkungan sosial yang perlu diperhatikan. Lebih dalam dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Guo, Li, dan Ito (2014) bahwa

intensitas penggunaan media sosial menjadikan hidup lebih bahagia dan meningkatkan kualitas hidup mereka disebabkan oleh terpenuhinya kebutuhan sosial individu. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah pembelajaran dan masukan untuk peneliti selanjutnya, bahwa lingkungan sosial adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi kebahagiaan melalui intensitas penggunaan media sosial pada remaja yang perlu diperhatikan.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini yaitu adanya kemungkinan terjadinya *faking good* saat pengisian kuesioner. Hal ini disebabkan karena banyaknya pilihan jawaban dari salah satu instrumen variabel serta banyaknya item yang harus dikerjakan. Keterbatasan tersebut membuat tingkat fokus subjek penelitian menurun saat mengisi kuesioner sehingga responden banyak mengeluh bingung.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta perhitungan statistik dengan analisis regresi berganda linear berjenis MRA (*Moderated Regression Analysis*), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja. Selain itu, dapat disimpulkan pula bahwa tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja yang dimoderatori oleh status sosial ekonomi.

5.2 Implikasi

Pada umumnya, kebahagiaan yang didapat akan memengaruhi bagaimana kehidupan seorang remaja akan berjalan kedepan. Remaja yang tidak memiliki kebahagiaan yang cukup merasa bahwa dirinya tidak memiliki perlindungan. Kehidupan mereka diiringi dengan rasa cemas, takut, dan khawatir. Remaja yang tidak bahagia merasa khawatir dengan masa depan dan masa-masa yang akan datang. Selain itu pula, orang-orang yang tidak bahagia akan merasakan iri hati yang tinggi. Mereka tidak nyaman dengan apa yang telah dimiliki oleh orang lain, salah satunya adalah iri hati lewat media sosial *Instagram*. Pengguna media sosial *Instagram* akan membagikan berbagai cerita hidup mereka kedalam bentuk gambar dan video untuk di *upload* pada akunnya. Beberapa pengguna dapat berbagi cerita seperti berliburan, bertamasya, berkumpul dengan teman dan kerabat di tempat mewah dan elegan, sedang membeli barang-barang bermerek atau membagi cerita lainnya yang membuat beberapa pengguna lainnya dapat merasa iri hati dengan kehidupan orang lain. Mereka merasa bahwa kehidupan sempurna dan keuangan yang berlimpah selalu

berikan pada orang lain, bukan kepada dirinya. Tidak jarang beberapa dari mereka yang berada pada status sosial ekonomi menengah kebawah dapat memaksakan diri menyesuaikan status sosial ekonomi agar terlihat sama dengan orang-orang yang mereka lihat di media sosial *Instagram*. Keterpaksaan diri yang mereka lakukan untuk meningkatkan status sosial ekonomi akan berdampak jauh. Bukan hanya diri mereka sendiri, namun orang tua pun akan ikut terlibat. Tentunya untuk pergi berlibur, bertamasya, berkumpul di tempat mewah dan elegan atau membeli barang-barang bermerek mereka membutuhkan uang. Remaja yang ingin menyesuaikan status sosial ekonomi pada umumnya masih berada di dunia pendidikan dan belum berpenghasilan. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi beban yang sangat berat bagi keluarga yang berada pada kelas ekonomi bawah. Bukan hanya membeli barang bermerek, untuk keperluan kehidupan sehari-hari pun mereka sangat diperhitungkan. Maka dari itu, minimnya kebahagiaan yang dimiliki dengan tingginya iri hati melihat kehidupan orang lain di media sosial *Instagram* dapat menjadi beban yang sangat berat bagi orang tua untuk anaknya.

5.3 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka diajukan beberapa saran untuk diperhatikan. Saran-saran yang diberikan ditujukan pada subjek penelitian, serta untuk penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

5.3.1 Subjek Penelitian

Remaja yang tidak mendapatkan kebahagiaan dari menggunakan media sosial *instagram* dapat mencari kebahagiaannya secara langsung di dunia nyata. Dengan itu, media sosial *Instagram* dapat dimanfaatkan dengan positif melalui beberapa cara lain. Penyaluran hobi merupakan salah satu manfaat positif yang bisa dirasakan. Hobi yang disalurkan dapat berupa kesenangan dalam dunia fotografi atau membuat konten berupa video-video dalam berbagai *genre* yang dapat dibagikan melalui media sosial *Instagram*. Hal tersebut dapat menjadikan tingginya intensitas penggunaan media

sosial *Instagram* sebagai suatu aktifitas yang memberikan manfaat positif bagi penggunanya khususnya pada usia remaja. Hal positif lainnya yang dapat dilakukan oleh pengguna media sosial *Instagram* adalah dengan menjalani bisnis *online*. Selain memiliki manfaat positif, tingginya intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dapat menghasilkan pendapatan. Hal tersebut secara langsung dapat membantu seseorang dalam menaikkan status sosial ekonomi.

5.3.2 Penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak serta memiliki perbandingan jumlah subjek penelitian yang mencukupi agar diperolehnya hasil penelitian yang lebih mengeneralisasi populasi yang ada. Selain itu, beberapa faktor lain yang perlu diperhatikan akibat tidak adanya pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap kebahagiaan pada remaja adalah kemampuan untuk mencerminkan perilaku, kepribadian, serta lingkungan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, R. (2017). *Hubungan Intensitas Mengakses Media Sosial Dengan Perilaku Belajar Siswa SMP Swasta Bina Bangsa Kendari*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Channel*, 3(2), 1–16.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v1i2.1365>
- Azizah. (2013). Kebahagiaan Dan Permasalahan Di Usia Remaja. *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(2), 295–316.
- Azwar, Saifuddin. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Carr, A. (2004). *Positive Psychology : The Science of Happiness and Human Strengths*. Hove NewYork : Brunner – Routledge Taylor & Francis Group.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Elfida.(2014) Hubungan Baik dengan Orang yang Signifikan dan Kontribusinya terhadap Kebahagiaan Remaja Indonesia. *Jurnal Psikologi*. Vol. 10(2)
- Fowler, J.H., and Christakis, N.A (2008). *Dynamic Spread of Happiness in a Large Social Network: Longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study*. *BMJ*. Vol.220 : a2338
- Hakim, S. N., Raj, A. A., & Prastiwi, D. F. C. (2016). Remaja dan internet. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*, (2008), 311–319.
- Hall. G, Stabley. (1904). *Its psychology and its Relations to Physiology, Anthtropolgy, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education Vol.2*. New York. <http://Psychclassics.yorku.ca/Hall/Adolescence/chap17.html>
- Hamdi, A.S. & Baharuddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta : CV BUDI UTAMA.

- Herlina. (2013). Perkembangan Masa Remaja (Usia 11/12 – 18 tahun). *Mengatasi Masalah Anak Dan Remaja Melalui Buku*, 1–5.
- Herman, F. (2017). *Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi dengan Kuantitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi*. 8–31.
- Hootsuite & We Are Social. (2019). *Indonesian Digital Report 2019*. Hootsuite & We Are Social.
- Hurlock, E.B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Indonesian Ministry of Trade Public Relations Center Team. (2014). *Panduan Optimalisasi Sosial Media untuk Kementerian Perdagangan RI*.
- Jusmiati. (2017). Konsep Kebahagiaan Martin Seligman: Sebuah Penelitian Awal. *RAUSYAN FIKR*, 13(2).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia [Online]. Tersedia di <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses 30 April 2019
- Karikari, S., Osei-Frimpong, K., & Owusu-Frimpong, N. (2017). Evaluating individual level antecedents and consequences of social media use in Ghana. *Technological Forecasting & Social Change*, 123, 8-79. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.06.23>.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? *Wirtschaftsinformatik*, 92, 1- 16.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park J., Less, D.S., Lin, N. et al. (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS ONE*. Vol. 8(8)
- Kurniawan, A. (2019). 21 Ciri, Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli & Dampak Positif Negatifnya. Retrieved April 26, 2019, from 05 Januari website: <https://www.gurupendidikan.co.id/21-ciri-pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli-dampak-positif-negatifnya/>
- Maloky, D. M. (2015). *Hubungan Antara Happiness dengan Kualitas Hidup Pada Pasien Kanker*. 14–31.

- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri 1 Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012). *Acta Diurna*, IV(4).
- Mappiare, Andi. (1982). Psikologi Remaja. Surabaya: Usaha Nasional.
- Maulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). *Peran Instagram Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar*. Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/9871/%0Ahttps://id.wikipedia.org/wiki/InstagramSeiri>
- Melati, S. (2015). Mahasiswa Pengguna Media Sosial (Studi Tentang Fungsi Media Sosial bagi Mahasiswa FISIP UR). *JOM FISIP*, 2(2), 1–11.
- Mudzakir, Ahmad. (2018). *Sapu Jagat Keberuntungan*. Jakarta: Kompas- Gramedia
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback- Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Noddings, N. (2003). *Happiness and Education*. United States of America: Cambridge auniversity Press
- Oktavianti, M. A. (2018). *Instagram Stories Sebagai Media Slef Disclosure Mahasiswi Ilmu Komunikasi UINSA*. (4). <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Papalia, D. E., Old s, S.W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika
- Rahadiyan, A. (2018). *Hubungan Antara Intensitas Menggunakan Social Media Instagram dengan Kematangan Emosi Pada Remaja*.
- Rahmanissa, A., & Listiara, A. (2015). Hubungan Antara Kebahagiaan Dengan Intensi Bermedia Sosial Pada Siswa SMA Teuku Umar Semarang. *Jurnal Empati*, 7(Nomor 2), 108–113.
- Rahmayani, I. (2011). *Hubungan Antara Tingkat Penggunaan Instagram Dengan Tingkat Pemahaman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Tentang Etika Komunikasi Di Media Sosial*.

- Rangkuti, A. A. (2015). *Statistik Parametrik dan Non Parametrik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
- Spiegel, Murray R., & Stephens, Larry J. *Schaum's Outlines of Theory and Problems of Statistics*. Jakarta: Erlangga.
- Reber, S.A., Reber, S.E. (2010). *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rokayah, Y. (2018). *Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan Minat Baca Mahasiswa Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Rosentquist, J.N., Fowler, J.H., Christakis, N.A. (2011). Social Network Determinants of Depression. *Mol Psychiatry*. Vol. 16(3)
- Santoso, Agung. (2010). *Statistik untuk Psikologi dari Blog menjadi Buku*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Santy, Ferra Julyana.(2015).*Hubungan Status Sosial Ekonomi dengan Perilaku Pengguna Media Sosial (Studi di RW Desa Simpaugan Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi)*. Skripsi. (tidak dipublikasikan). UNJ, Jakarta.
- Sholihah, H. (2018). *Hubungan Kekuatan Karakter dengan Kebahagiaan pada Remaja*
- Sora, S. D. (2016). *Gambaran Life Skill Siswa SMA di Kota Padang*.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sukmaraga, I. G. B. G. (2018). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja. *Director*, 15(2), 2017–2019. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). *Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*. 61–84.
- Taqwa, M. I. (2018). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories Dengan Kesehatan Mental. *Director*, 15(2), 2017–2019. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Utami, A. S. F., & Baiti, N. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja*. 18(2), 257–262.

Wijianto, W., & Ulfa, I. F. (2016). Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motivasi Bekerja bagi Remaja Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Al Tijarah*, 2(2), 190. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.742>

Lampiran 1. Kuesioner Final**INFORM CONSENT****(SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Menyatakan dengan sukarela, tidak ada unsur paksaan dari siapapun, sadar dan penuh tanggung jawab telah menyetujui untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian mengenai Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi yang dilakukan oleh mahasiswi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Saya menyetujui bahwa identitas diri dan informasi yang saya berikan akan dijamin kerahasiaannya, dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian. Dalam menyetujui pernyataan ini, Saya tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta,

(Nama Jelas dan Tanda Tangan)

KUESIONER PENELITIAN**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEBAHAGIAAN PADA REMAJA YANG
DIMODERATORI OLEH STATUS SOSIAL EKONOMI**

Oleh : Nabilah Mita Lestari
Email : nabilamita19@gmail.com

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis kelamin : Laki – Laki Perempuan

Usia :

Alamat Lengkap :

.....

Provinsi :

Pendidikan :

Username Instagram :

No.Hp :

Email :

IDENTITAS ORANG TUA RESPONDEN

Ayah

Nama :

Tempat/Tanggal Lahir:

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Ibu

Nama :

Tempat/Tanggal Lahir:

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Penghasilan Keluarga : < Rp 1.300.000 /Bulan Rp 1.300.000 – Rp 3.900.000 Rp 3.900.000 – Rp 6.500.000 Rp 6.500.000 – Rp 9.700.000 Rp 9.700.000 – Rp 13.000.000 Rp 13.000.000 – Rp 26.000.000 > Rp 26.000.000

INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

PETUNJUK

Baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pernyataan tersebut sesuai dengan diri anda, dengan cara memberi tanda Checklist (\surd) dalam kotak di depan salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

Silakan gunakan skala di bawah ini untuk menunjukkan seberapa sering Anda selalu menggunakan situs jejaring sosial Instagram selama seminggu terakhir dalam situasi dan tempat berikut:

- 1 : Tidak berlaku untuk saya selama seminggu terakhir.
- 2 : Saya tidak pernah menggunakannya selama seminggu terakhir.
- 3 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 4 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.
- 5 : Saya menggunakannya sekali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.
- 6 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 7 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.
- 8 : Saya menggunakannya antara 2 dan 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.
- 9 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan kurang dari 10 menit.
- 10 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan antara 10 dan 30 menit.
- 11 : Saya menggunakannya lebih dari 3 kali selama seminggu terakhir tetapi menghabiskan lebih dari 30 menit.

KEBAHAGIAAN**PETUNJUK**

Baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pernyataan tersebut sesuai dengan diri anda, dengan cara memberi tanda Checklist (\checkmark) dalam kotak di depan salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

5 : Sangat tepat seperti saya

4 : Sering kali seperti saya

3 : Agak seperti saya

2 : Sedikit seperti saya

1 : Tidak seperti saya sama sekali

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Ketika Saya mengerjakan apa pun, waktu berlalu begitu cepat					
2	Hidup Saya telah digunakan untuk mencapai tujuan yang lebih bermakna					
3	Hidup terlalu singkat untuk tidak dinikmati					
4	Saya berusaha menemukan situasi yang menantang keahlian dan kemampuan saya					
5	Dalam memilih apapun yang Saya lakukan, Saya selalu mempertimbangkan manfaatnya bagi orang lain					
6	Ketika bekerja atau bermain, biasanya Saya “tenggelam” di dalamnya hingga mengabaikan hal di sekitar saya					
7	Saya selalu sangat “tenggelam” dengan apa yang Saya lakukan					
8	Saya memiliki cara sendiri untuk merasa bahagia					
9	Dalam memilih apa yang akan dilakukan, Saya selalu memperhitungkan kemungkinan untuk fokus/benar-benar terlibat di dalamnya					
10	Perhatian Saya ketika mengerjakan sesuatu jarang sekali terganggu oleh apa yang terjadi di sekitar saya					

11	Saya merasa bertanggung jawab untuk membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik					
12	Hidup Saya memiliki makna yang abadi					
13	Dalam memilih apa pun yang akan saya lakukan, saya selalu mempertimbangkan apakah hal itu akan menyenangkan bagi saya					
14	Apa yang Saya lakukan sangat berarti bagi masyarakat					
15	Saya setuju dengan pernyataan: "Hidup kita singkat, maka nikmatilah"					
16	Saya suka melakukan hal-hal yang menyenangkan					
17	Saya telah menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan apa makna hidup ini dan bagaimana saya menempatkan diri dalam kebermaknaan tersebut					
18	Bagi Saya hidup yang baik adalah hidup yang menyenangkan					

Lampiran 2. Skor Mentah Final Variabel Kebahagiaan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5
2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	5	3	4	5	4	4
3	3	3	5	4	4	2	2	5	4	3	2	5	4	3	5	4	4	4
4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	5
5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5
6	3	4	1	4	4	3	1	5	3	3	4	3	4	3	4	5	3	5
7	5	3	3	1	3	3	1	5	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4
8	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4
9	3	3	5	3	4	1	2	5	4	3	4	5	4	2	4	2	3	4
10	3	4	4	3	4	5	2	5	5	2	5	5	5	4	3	5	3	5
11	5	3	3	2	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3
12	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
13	3	3	1	3	4	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3
14	5	3	4	4	4	3	3	5	5	3	4	3	5	3	5	5	5	5
15	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	4	2	4	3	4	5	3	5
16	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	5	5	4
17	4	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	3	5	3	4	5	3	5
18	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
19	5	5	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
20	4	4	1	4	3	1	1	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5
21	5	5	5	1	5	1	1	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5
22	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	4	4	5	5	5
23	3	5	5	5	5	2	1	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
24	3	3	4	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4
25	5	4	4	2	4	1	1	4	4	3	3	4	5	2	5	5	4	5
26	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
27	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3
28	3	4	5	5	5	4	2	5	3	3	5	5	3	4	5	5	5	5
29	5	4	1	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	3	2	4	3	3
30	5	4	4	3	5	4	4	5	5	2	3	4	5	3	5	5	5	4
31	4	3	3	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	4	3	3
32	4	2	4	4	5	5	5	3	4	3	4	2	3	2	5	5	4	5
33	3	4	4	5	5	2	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
34	4	3	4	3	4	2	3	5	4	5	5	1	5	3	1	2	5	1
35	4	5	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	3	5	5	3	5
36	5	3	5	3	4	4	4	5	3	3	3	3	5	3	5	5	3	5
37	3	2	5	2	3	3	3	4	5	3	3	5	5	2	5	5	3	5
38	3	3	2	3	2	1	2	4	3	2	3	3	3	3	4	5	4	5
39	3	1	5	4	4	5	5	5	3	2	5	3	3	2	5	5	5	5
40	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	2	5	3	3	4	3	4
41	3	2	4	4	3	4	2	5	3	1	3	2	4	3	5	5	3	4
42	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5
43	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4
44	3	3	5	5	4	3	3	5	5	3	2	4	4	4	3	4	5	5
45	3	5	5	4	4	4	2	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5
46	5	2	5	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	4	5	4	5	5
47	5	4	4	3	3	4	3	5	4	2	5	3	3	3	4	4	1	5
48	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4
49	3	3	4	1	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3
50	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3
51	4	3	3	4	5	4	4	5	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4
52	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
53	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4
54	3	2	4	5	4	5	3	5	5	3	4	3	4	3	5	3	4	4
55	5	4	1	4	3	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	1
56	5	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	5	4	4	5
57	4	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4	4	5	4
58	5	3	3	5	5	3	1	5	4	3	3	5	2	5	4	3	5	3
59	5	4	5	1	5	5	4	5	5	3	4	1	3	2	3	3	5	4
60	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
61	3	3	4	1	4	4	3	1	4	1	5	4	4	3	3	5	5	5
62	5	5	3	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	3	3	5	5	5
63	5	2	5	3	4	5	5	5	4	2	5	1	3	2	4	4	4	5
64	5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4
65	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3
66	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	4	5	2	2	4	5	5	1	2	3	4	2	4	4	4	2
69	3	2	4	5	4	5	3	5	5	3	4	3	4	3	5	3	4	4
70	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5
71	4	2	3	1	3	4	4	4	4	3	4	1	4	2	5	4	4	3
72	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
73	3	3	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	2	5
74	3	4	3	3	4	3	2	4	5	2	4	3	5	4	3	4	1	3
75	3	2	3	4	3	4	3	5	3	1	3	3	3	2	2	5	3	2
76	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
77	3	4	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	5	3	5
78	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
79	4	4	5	3	5	2	2	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	4
80	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	2	1	5	3	3	3	5	5	3	5	3	3	3
82	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
83	5	5	3	3	3	2	2	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5
84	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3
85	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
86	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	4	5	4
87	5	3	4	4	5	5	3	5	5	2	5	4	3	4	2	5	5	5
88	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3
89	5	4	4	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	3	3	5	3	5	3	2	5	5	2	2	4	5	3	5	5	5	5
91	3	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5
92	5	5	2	5	5	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	1	3	4	5	5	4	4	2	4	5	5	3	5	5	4	4
94	5	3	2	3	4	2	1	3	3	2	4	2	3	4	2	5	3	4
95	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2	3	4
96	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4
97	3	4	4	3	4	4	3	5	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	3	3	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
100	4	4	5	3	3	2	3	3	3	4	4	2	5	3	4	5	3	4
101	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	4
102	1	3	2	4	3	1	3	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5
103	4	5	2	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
104	4	3	3	1	2	4	4	4	5	2	2	3	5	2	4	5	4	5
105	4	2	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5
106	4	5	5	4	4	2	2	3	3	4	5	2	2	5	5	5	3	5

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
107	5	3	2	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5
108	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	5
109	5	4	4	4	5	3	2	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4
110	5	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4
111	3	2	3	5	5	2	1	4	5	2	4	2	5	5	2	5	5	5
112	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
113	3	4	4	3	3	1	1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
114	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
115	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
116	4	3	4	4	3	3	2	5	4	3	4	2	4	4	5	5	5	5
117	5	5	5	3	5	5	3	5	4	1	3	1	4	1	5	5	4	5
118	5	3	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	5
119	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5
120	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5
121	5	4	1	3	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
122	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5
123	4	2	3	2	4	5	5	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3
124	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
125	5	3	5	3	5	3	3	5	4	1	5	3	4	5	5	3	4	5
126	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3
127	4	2	4	2	4	4	4	4	5	1	4	3	5	3	4	4	5	2
128	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5
129	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
130	5	3	2	1	4	5	5	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	2
131	5	3	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	3	5
132	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
133	1	5	3	3	5	1	2	3	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4
134	5	4	5	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4
135	2	3	3	4	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
136	4	4	1	3	4	5	5	4	4	2	4	5	5	3	5	5	4	4
137	5	5	2	4	5	2	2	5	5	2	3	1	5	3	1	4	5	2
138	4	4	4	4	5	2	3	5	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4
139	5	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4
140	3	4	1	3	4	4	2	5	4	2	3	4	4	4	5	4	5	4
141	4	4	4	3	4	2	1	5	3	2	4	1	4	3	5	4	4	5
142	3	3	2	4	3	3	3	4	4	2	3	2	5	4	1	3	4	4
143	5	3	3	3	4	5	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4
144	5	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	1	4	3	4	5	4	4
145	4	2	3	1	3	3	2	4	3	3	1	2	4	1	5	5	1	5
146	4	3	4	1	3	2	2	5	5	4	3	2	4	3	4	4	4	4
147	3	3	4	2	3	2	3	5	4	2	3	2	4	3	4	5	3	4
148	5	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
149	5	2	5	3	3	3	3	5	4	2	3	2	5	3	5	5	2	5
150	4	4	5	1	4	4	4	5	5	4	2	2	4	3	5	5	4	5
151	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	5	5	4	5	5	4	5
152	5	5	5	3	5	2	4	5	5	2	3	5	3	5	1	5	5	3
153	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4
154	2	2	3	2	4	4	3	4	2	2	2	4	3	2	4	5	4	4
155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
156	5	3	5	2	2	5	5	5	4	2	3	2	5	4	5	5	5	3
157	4	3	5	3	3	4	3	5	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3
158	5	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	1	4	1	2
159	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4
160	5	3	5	4	4	3	1	4	5	3	4	3	5	3	5	5	5	4

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
161	3	1	5	2	1	5	5	1	2	3	2	3	3	2	1	2	2	1
162	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5	4	5
163	4	4	2	4	4	2	3	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4
164	4	3	3	3	5	5	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3	4
165	5	3	2	3	3	1	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4
166	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
167	3	3	4	3	4	4	4	5	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3
168	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	5	4	3	2	4	3	4
169	4	2	5	3	4	3	4	5	5	2	5	2	5	3	5	5	3	5
170	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3
171	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
172	4	2	5	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	3	5	3	3
173	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4
174	3	3	5	1	3	4	3	4	3	1	5	3	4	3	5	5	4	5
175	4	3	5	2	4	3	4	5	4	2	3	4	5	3	5	5	4	5
176	3	2	1	2	3	2	2	4	3	2	3	3	4	3	2	5	3	3
177	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	3	4
178	4	3	5	2	4	5	5	5	4	3	3	2	4	3	3	5	5	4
179	5	3	3	3	5	4	3	5	5	1	3	3	5	4	4	4	4	4
180	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4
181	2	2	3	4	1	2	2	4	2	3	5	2	4	3	4	4	3	3
182	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5
183	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
184	5	3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	5	3	5	5	3	5
185	5	4	5	5	4	5	3	5	4	1	3	5	5	4	5	5	5	5
186	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4
187	5	3	5	3	5	1	4	5	5	2	4	2	5	3	5	5	2	5
188	5	3	5	4	5	3	3	5	5	2	4	3	5	4	5	5	3	4
189	5	4	3	1	4	3	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	4	5
190	5	5	4	3	5	1	1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
191	4	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
192	3	2	5	2	4	3	2	5	5	4	4	4	3	2	5	5	3	5
193	4	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3
194	4	4	3	4	3	2	2	4	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4
195	4	4	4	3	5	3	2	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4
196	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
197	4	2	5	1	4	3	2	4	4	2	3	2	4	3	5	5	3	4
198	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4
199	3	4	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
200	4	3	4	3	4	2	2	4	3	1	2	2	3	2	3	4	4	4
201	3	3	5	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	3
202	4	3	5	2	3	2	4	2	3	5	2	4	1	5	3	3	1	2
203	3	2	4	3	2	3	1	5	3	3	1	3	5	3	5	4	4	3
204	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
205	4	3	4	3	5	4	4	4	4	2	3	2	3	2	4	5	4	4
206	5	4	5	4	4	1	2	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3
207	4	5	4	5	5	1	2	5	2	4	5	1	5	3	4	5	5	5
208	5	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	1	2	4	2	3
209	2	3	4	3	4	2	2	5	3	1	2	1	2	2	3	4	5	2
210	3	2	2	3	1	3	3	2	1	4	3	3	2	4	2	1	3	2
211	5	2	3	4	4	4	3	5	4	2	4	4	4	2	5	4	3	4
212	3	2	2	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3
213	3	3	5	3	4	3	3	5	4	2	5	3	5	3	5	4	5	5
214	3	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
215	5	2	3	1	3	5	4	3	5	1	4	1	5	2	2	3	5	1
216	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4
217	3	4	4	4	4	1	1	5	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4
218	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	5
219	3	2	4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	5
220	3	2	4	3	4	3	2	4	4	3	2	2	4	2	4	4	4	4
221	4	3	4	2	4	3	2	5	3	2	3	3	4	3	5	5	3	5
223	5	3	5	3	4	3	2	5	5	3	5	2	4	3	5	3	5	3
222	5	4	3	2	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	2	4	3	5
224	5	5	4	3	4	1	3	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5
225	3	2	4	3	2	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3
226	5	2	5	5	5	2	3	5	3	3	4	5	3	2	4	3	4	2
227	2	3	2	4	2	2	2	5	2	4	2	3	4	3	4	4	4	2
228	5	3	1	4	4	1	1	5	3	3	2	1	5	2	5	5	4	5
229	4	3	3	2	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3	5
230	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
231	5	3	5	4	4	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	4	5	4
232	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
233	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	3	4	3	5	5	5
234	3	3	3	2	3	5	5	5	3	2	3	4	4	3	5	5	5	5
235	5	4	4	4	5	2	3	5	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5
236	4	3	5	1	3	3	3	5	4	1	2	3	5	3	4	5	4	4
237	4	3	5	2	3	4	4	5	4	1	2	3	4	3	5	4	4	5
238	3	3	1	2	3	3	2	5	4	2	4	2	5	3	5	5	3	5
239	4	3	1	2	3	3	2	5	4	2	4	2	5	3	5	5	3	5
240	3	3	1	2	3	3	2	5	4	2	4	2	5	3	5	5	3	5
241	5	4	5	1	2	3	3	2	5	4	2	4	5	3	5	5	3	5
242	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3
243	4	2	4	4	2	3	2	5	5	3	4	2	5	1	4	5	4	4
244	4	3	4	4	5	3	2	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4
245	2	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	5	4
246	3	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	5	4
247	5	3	5	4	4	2	2	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5
248	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3
249	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	3	3	5	3	4	4	3	5
250	4	2	3	1	4	3	5	5	2	1	1	2	4	2	5	5	5	5
251	3	3	3	3	4	2	2	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4
252	3	3	2	3	4	4	1	5	4	2	3	2	3	2	5	4	5	4
253	4	4	5	3	3	3	1	4	4	1	3	3	4	2	5	5	2	5
254	4	2	1	3	5	2	1	3	4	1	5	2	3	2	2	4	5	5
255	4	3	5	3	4	4	4	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5
256	4	4	4	3	3	5	4	5	4	2	4	4	5	3	4	5	4	5
257	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3	3	2	5	3	4	5	2	4
258	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
259	5	3	5	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
260	4	4	5	3	3	2	3	5	3	2	4	3	4	3	5	5	3	5
261	5	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
262	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	3	5
263	4	2	4	1	2	2	1	5	4	4	1	1	4	1	2	5	1	5
264	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
265	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3
266	4	3	5	3	4	3	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5
267	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	2
268	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
269	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
270	5	5	2	5	5	3	3	5	5	1	5	5	1	5	1	4	5	5
271	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
272	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
273	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
274	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
275	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	4	3	5	5	3	5
276	4	3	3	4	4	2	2	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	5
277	3	3	4	3	3	4	4	5	3	2	4	3	4	3	2	4	3	4
278	1	3	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
279	3	3	5	3	2	5	4	5	4	3	3	4	5	3	5	5	3	5
280	2	3	3	4	5	3	3	2	2	5	2	3	5	3	3	2	2	5
281	2	4	5	3	5	3	1	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
282	5	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	2
283	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
284	5	3	5	5	5	3	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
285	4	4	1	1	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
286	5	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3
287	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	3	4	1	3	5	5	4
288	5	2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5
289	5	3	5	1	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5
290	3	2	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4
291	2	5	3	3	5	2	2	3	5	3	5	5	3	5	3	4	4	5
292	1	2	5	1	3	5	3	4	2	1	1	1	5	1	3	4	1	3
293	5	5	3	4	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
294	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5
295	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
296	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2	4	5	5	5
297	4	2	4	4	3	2	2	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4	3

Lampiran 3. Skor Mentah Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	6	11	10	7	7	6	4	11	6	3	4	7	4	10	11	11	4	11	2	11	4	9	6	10	10	6	10	9	9	
2	3	3	1	3	3	6	1	1	6	6	1	3	1	1	1	6	6	6	3	1	6	1	1	1	1	3	6	1	3	1
3	5	10	11	3	3	4	6	7	3	1	5	5	3	6	10	11	3	2	2	2	7	2	2	2	4	5	3	9	3	3
4	2	9	7	2	2	6	4	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	6	2	2	2	3	4	2	2	7	7	7	7	2
5	1	10	3	3	4	9	1	2	4	4	3	6	1	1	2	2	4	9	2	10	2	3	3	2	9	4	6	3	4	
6	8	6	2	7	1	2	4	2	2	4	1	2	1	2	5	6	2	5	3	1	11	11	2	7	2	1	2	1	1	1
7	7	10	1	7	6	10	10	1	6	3	6	9	3	7	1	1	10	9	3	3	9	3	6	6	9	7	7	6	6	
8	3	10	11	3	3	4	2	9	3	2	3	10	3	3	10	10	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	9	4	3	
9	6	1	6	5	3	4	2	3	1	6	6	5	2	3	11	5	2	1	5	4	3	2	8	4	5	3	6	3	4	
10	5	11	11	4	8	10	11	11	11	6	7	11	8	4	11	11	10	5	2	6	8	5	1	1	3	1	8	7	3	
11	2	10	4	2	2	4	7	4	8	2	7	8	2	3	3	7	2	8	4	2	8	8	5	3	7	7	6	2	2	
12	4	7	7	3	6	3	3	2	2	4	7	3	1	4	4	1	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	6	
13	6	7	4	2	2	4	3	2	5	2	5	6	2	7	3	4	4	7	2	6	7	3	4	2	4	2	3	4	4	
14	1	7	9	3	5	6	3	4	3	3	2	3	2	3	1	1	3	4	1	1	6	6	1	6	2	6	7	7	8	
15	2	9	6	1	2	3	2	3	2	1	1	6	1	1	6	8	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1
16	7	11	10	11	11	11	10	11	10	9	9	9	8	11	11	11	10	9	6	11	10	9	6	9	6	10	10	8	7	
17	7	11	11	5	5	11	5	11	4	4	7	8	4	8	11	11	4	8	1	11	4	4	1	7	11	3	9	7	11	
18	7	11	10	10	10	11	11	11	10	6	8	7	9	6	6	3	7	5	3	7	5	7	3	3	4	3	5	6	3	
19	1	7	4	4	7	9	8	8	11	11	11	8	4	8	4	4	5	5	8	6	11	3	8	1	6	3	2	7	4	
20	3	3	11	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	6	8	2	1	4	5	3	4	5	1	3	1	1	4	6	3	1	5	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4
22	3	10	6	4	7	7	11	7	6	3	5	5	6	4	11	9	6	6	3	3	1	4	3	3	3	3	5	6	6	
23	10	11	2	10	3	6	4	11	6	2	6	3	3	6	6	3	3	3	2	11	6	6	2	2	6	2	6	6	3	
24	3	4	6	1	5	6	8	7	6	6	4	2	2	2	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
25	3	9	11	3	3	11	3	2	3	3	4	4	2	2	9	3	3	4	2	3	11	3	2	1	3	3	3	2	1	
26	9	9	10	10	9	10	8	9	3	3	9	11	8	9	6	10	9	9	9	10	6	9	3	2	9	9	8	10	6	
27	1	7	10	2	4	10	9	11	9	1	7	7	6	4	10	8	11	10	2	5	1	11	6	1	9	1	1	1	1	1
28	4	11	3	3	2	10	5	7	8	9	5	6	8	7	5	8	5	2	2	7	3	4	2	3	5	6	2	9	9	
29	8	11	1	5	10	6	2	1	1	1	11	10	5	2	1	1	1	6	1	11	2	6	3	4	8	2	1	1	8	
30	1	11	10	6	6	9	6	11	6	3	11	11	1	2	11	11	9	9	1	11	6	7	3	3	6	3	11	2	6	

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
36	3	11	11	5	11	11	11	11	11	9	11	11	6	11	11	11	11	3	1	11	11	11	9	3	11	11	11	11	11	
37	4	10	10	6	6	7	6	10	6	6	6	7	6	3	10	7	3	3	2	2	6	2	3	2	3	6	6	6	3	
38	1	11	4	11	11	5	7	4	5	11	8	11	7	7	8	11	11	11	8	1	10	11	5	10	5	7	11	5	4	
39	1	3	1	1	2	4	4	1	3	2	3	11	11	2	1	1	5	6	1	1	4	3	1	1	4	1	1	1	3	2
40	3	9	6	9	9	9	9	6	3	1	6	3	2	4	7	9	9	6	2	6	3	3	1	3	3	3	2	6	2	
41	5	5	11	6	3	9	7	11	5	1	3	3	1	4	11	3	10	11	1	7	11	3	1	1	11	7	7	3	1	
42	8	10	3	1	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1	3	1	11	11	11	1	
43	9	9	5	3	5	9	6	10	7	3	8	7	6	7	7	7	7	10	6	10	8	7	7	6	7	7	7	7	7	
44	2	11	1	4	1	11	11	1	4	4	11	3	4	7	8	4	4	7	4	4	4	7	11	3	1	4	8	11	4	4
45	9	11	4	2	7	6	6	3	3	5	4	8	3	3	4	5	4	6	3	9	4	4	1	9	3	6	3	5	3	
46	11	11	4	4	4	7	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
47	1	10	7	1	10	6	1	2	4	1	1	10	2	1	9	1	4	1	1	1	1	1	1	4	3	3	1	7	7	
48	7	8	8	1	8	8	7	8	7	6	7	8	7	7	6	8	2	9	7	7	6	7	2	8	7	7	8	8	8	
49	1	11	11	1	10	7	9	11	3	1	1	10	1	1	10	9	1	9	1	1	1	6	2	1	2	1	1	7	1	1
50	10	10	7	1	2	11	3	11	7	1	1	11	1	1	10	7	1	7	1	1	1	1	1	1	4	1	1	3	1	1
51	9	11	10	6	9	9	9	10	6	6	6	10	6	6	10	10	7	6	3	3	3	10	3	9	6	9	6	4	3	
52	1	8	3	4	11	10	5	1	4	1	8	11	11	11	4	5	8	11	11	3	8	10	8	1	1	11	1	11	11	
53	4	9	2	1	4	4	2	2	3	3	3	2	1	3	2	4	3	8	1	4	1	1	1	3	2	3	2	2	2	
54	11	11	10	7	10	6	3	11	9	3	6	6	3	5	11	6	5	6	1	4	3	5	4	4	5	7	5	3	5	
55	3	11	11	3	3	11	1	11	4	3	11	11	5	11	11	11	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	11	4	3
56	7	11	11	6	11	10	10	11	5	6	3	11	3	5	4	11	4	11	3	11	4	5	4	3	6	7	6	5	11	
57	9	10	6	6	6	4	3	4	4	6	6	3	3	2	3	3	3	4	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
58	2	4	1	1	5	8	1	5	1	1	1	5	1	4	1	1	1	9	1	11	6	2	1	1	3	1	1	1	1	1
59	3	11	3	3	11	4	3	7	3	3	3	5	3	3	5	4	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
60	10	10	7	9	7	7	9	6	6	4	4	5	3	4	5	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
61	11	11	9	4	3	11	9	5	3	6	4	11	2	2	4	11	2	3	3	3	3	4	1	2	3	7	6	11	3	
62	8	10	7	4	10	10	10	10	10	11	11	11	9	4	10	10	10	10	9	10	10	10	9	4	2	6	10	10	7	
63	1	7	3	1	1	3	1	3	4	2	4	2	1	1	3	3	1	1	1	3	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1
64	3	8	6	1	6	3	3	1	3	1	1	6	1	1	3	6	1	6	3	6	1	1	1	3	6	1	1	3	1	1
65	2	6	6	4	6	6	4	3	2	2	2	3	3	2	6	3	2	4	2	7	2	2	3	1	4	2	2	2	2	2
66	8	11	2	4	4	5	2	7	3	3	3	11	3	3	6	7	4	6	4	6	7	7	3	6	4	6	7	7	7	
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	3	8	7	4	6	8	10	10	7	3	2	5	6	4	2	7	7	5	4	5	1	4	8	3	5	5	6	7	2	2
69	11	11	10	7	10	6	3	11	9	3	6	6	3	5	11	6	5	6	1	4	3	5	4	4	5	7	5	3	5	5
70	3	10	11	1	3	5	2	10	3	2	3	4	2	2	8	7	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2

71	1	11	8	1	1	7	10	7	7	10	10	1	1	7	10	4	6	1	6	6	6	6	3	3	1	8	1	1		
72	1	11	10	1	9	10	1	11	3	3	4	4	5	10	10	1	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	
73	10	11	3	8	3	11	4	11	7	5	2	7	3	4	10	3	5	8	9	5	11	1	5	1	5	4	5	11	2	
74	6	11	9	8	5	11	4	9	10	7	10	11	4	11	8	9	9	11	1	11	7	11	5	1	11	11	11	11		
75	3	10	10	6	6	10	4	10	6	3	3	3	3	6	7	7	3	4	3	3	3	9	3	7	3	7	10	6	9	
76	7	11	11	8	10	10	10	11	5	1	1	6	3	11	11	11	3	3	11	11	3	11	1	11	11	11	11	11		
77	1	11	3	3	10	2	3	1	2	1	3	1	3	1	3	4	1	4	1	1	1	1	2	3	2	1	1	3	6	
78	11	11	2	5	2	11	11	2	8	3	11	11	2	10	2	2	2	5	2	11	7	2	3	6	4	3	11	11	3	
79	1	7	10	1	1	6	3	10	3	1	3	7	1	1	10	10	1	2	2	3	3	3	3	9	3	1	7	1	1	
80	5	11	10	7	4	11	11	11	8	4	5	10	7	2	6	9	3	4	2	3	7	5	5	2	5	6	5	6	7	
81	2	11	1	1	7	10	2	1	1	3	1	3	1	11	1	1	2	7	1	4	1	4	1	1	2	11	1	1	2	
82	1	11	5	10	7	6	11	9	8	1	6	4	1	4	11	5	1	3	5	6	4	11	8	6	2	1	1	6	3	
83	4	11	11	6	6	6	3	11	9	4	4	9	9	10	6	6	6	3	2	10	6	6	6	6	6	7	10	6	6	
84	2	1	4	3	3	9	4	3	2	2	7	5	2	4	3	6	7	11	5	6	4	5	3	5	4	9	6	3	3	
85	1	3	7	3	3	2	3	4	3	2	5	6	3	4	7	5	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	
86	10	11	11	10	10	11	10	11	6	6	7	11	10	10	11	11	7	7	6	8	10	11	6	3	10	9	10	10	6	
87	3	4	1	6	4	11	4	2	2	4	2	3	2	4	2	2	4	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	3	2	
88	2	10	10	1	3	9	1	10	6	1	1	10	1	7	7	6	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	
89	1	10	4	1	1	9	2	6	1	1	1	9	1	1	10	10	1	7	1	1	1	7	1	1	1	1	1	7	2	10
90	1	11	11	1	11	11	11	11	10	9	1	11	10	11	11	11	10	10	9	1	9	7	6	1	3	3	1	11	11	
91	1	11	3	2	4	4	1	1	10	1	7	11	5	5	1	8	7	11	1	7	2	6	1	4	3	4	2	6	1	
92	1	5	1	1	5	2	7	1	1	11	1	8	1	1	1	8	11	11	11	10	11	2	8	11	1	4	1	2	11	
93	11	11	10	11	10	11	11	11	11	9	10	9	11	9	10	10	8	6	6	6	11	10	9	10	11	11	11	11	10	
94	10	8	4	4	5	4	3	4	9	8	4	4	11	4	3	4	11	3	3	4	4	4	2	11	5	6	4	5	4	
95	2	6	2	4	2	9	2	1	2	6	2	7	2	2	8	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	6	11	2	1	
96	5	7	4	2	1	6	2	6	6	3	4	7	2	4	8	3	3	1	1	4	1	2	1	1	3	1	2	2	1	
97	1	11	1	1	1	3	6	7	6	1	1	6	1	1	1	9	6	6	6	1	6	6	1	6	6	1	1	1	1	
98	1	11	11	1	10	3	10	9	4	1	11	6	8	6	6	5	4	6	5	3	6	7	5	8	3	6	3	4	4	
99	1	11	11	3	4	11	2	7	3	1	2	10	7	3	7	4	3	2	1	3	2	3	2	2	4	3	4	6	3	
100	1	9	9	1	6	9	3	6	3	1	6	9	1	1	9	6	3	6	2	4	6	3	3	6	4	1	1	6	1	
101	3	6	6	4	6	7	4	2	5	6	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	2	11	5	4	2	
102	2	9	5	1	1	11	1	1	1	1	3	1	1	7	4	5	6	7	6	1	1	4	10	6	5	7	10	6	6	
103	3	1	4	6	6	7	1	7	1	7	1	6	3	3	1	6	5	1	3	1	4	2	3	4	2	4	3	4	6	3
104	11	11	11	3	6	11	2	7	3	6	11	7	4	7	9	7	10	4	1	11	1	1	1	1	1	11	8	11	4	8
105	3	9	10	6	6	6	1	3	3	2	5	3	4	6	4	5	5	7	4	3	3	2	1	5	4	6	6	7	5	

106	4	10	1	4	4	7	2	1	5	3	7	7	2	10	9	5	7	1	1	9	5	7	2	2	8	6	11	8	2		
107	1	11	11	1	11	11	9	11	9	1	1	11	1	1	7	11	3	7	4	2	11	2	11	1	1	1	2	1	6	1	1
108	1	11	10	3	3	4	7	7	3	1	4	6	1	7	6	5	1	4	3	4	1	3	1	3	1	3	4	3	4	6	6
109	6	9	9	6	3	9	4	9	3	2	2	8	1	2	9	7	1	2	1	1	1	2	6	1	1	1	1	1	6	1	10
110	4	7	7	3	4	9	11	7	3	2	10	7	6	2	6	6	2	10	2	2	2	2	8	2	2	8	10	2	9	10	
111	10	11	11	3	2	6	10	3	2	6	10	9	3	2	9	9	3	9	2	2	2	3	9	3	2	6	3	3	9	9	
112	1	6	3	1	1	2	6	3	7	1	3	2	1	2	4	3	2	6	4	1	5	2	4	2	2	2	4	1	3	1	
113	4	10	11	3	9	6	5	11	3	4	4	10	5	4	11	10	7	11	3	7	7	4	3	2	4	4	6	6	5		
114	9	9	11	7	6	7	4	5	8	5	6	5	6	9	6	5	10	9	10	10	10	6	10	8	6	5	4	7	8	7	
115	2	9	6	1	3	4	1	6	8	2	6	4	5	4	3	5	5	8	5	4	4	8	4	2	5	2	6	5	5		
116	3	9	1	3	6	9	3	1	1	6	6	3	3	1	1	6	3	8	3	3	1	1	1	1	3	6	6	3	4	4	
117	10	11	11	9	11	11	7	11	9	11	11	11	4	11	11	11	11	11	9	11	11	9	1	10	11	11	11	11	11		
118	1	11	11	1	10	9	1	4	3	1	11	9	1	1	3	3	3	10	1	7	9	9	1	8	7	7	6	11	9		
119	8	11	11	6	10	11	7	11	9	1	7	9	6	1	11	8	6	6	2	6	6	6	3	6	3	2	7	6	3		
120	3	4	1	1	1	4	1	1	3	1	2	1	3	3	1	1	4	1	1	4	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	
121	2	9	8	1	7	8	1	8	2	2	5	7	2	8	8	8	2	2	2	2	2	5	6	5	5	2	2	2	2	3	
122	9	11	6	1	6	3	1	11	1	1	11	1	11	3	2	11	6	9	1	1	1	11	1	1	3	1	11	11	1	1	
123	6	6	3	5	6	5	5	3	4	4	3	3	2	4	2	2	5	4	5	3	3	3	2	4	1	1	4	3	4	2	
124	6	11	11	3	10	9	7	10	1	9	1	11	10	11	11	11	7	1	4	1	1	6	9	1	7	7	11	10	10		
125	1	11	11	2	2	2	1	11	1	1	11	11	1	1	11	11	1	11	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	
126	6	10	10	6	3	10	3	10	3	3	2	3	3	1	10	9	6	2	2	6	1	1	1	1	6	2	3	9	1	2	
127	1	10	7	2	10	3	1	7	3	1	1	10	3	4	10	7	1	6	2	7	3	2	1	1	9	2	2	1	10	1	
128	3	11	10	1	8	7	7	1	3	1	11	10	3	1	7	6	1	10	1	9	2	9	1	1	1	3	1	7	1		
129	1	11	10	1	10	11	1	11	3	2	4	4	1	1	6	4	1	7	1	3	1	1	1	3	3	4	10	11	6		
130	11	11	11	10	11	11	9	11	9	1	11	10	1	1	11	11	1	7	1	3	3	9	10	9	1	7	11	11	4		
131	1	11	10	1	9	11	7	11	6	1	2	11	4	1	11	7	1	10	1	11	3	4	6	1	1	11	3	1	9	1	
132	2	1	2	6	6	4	1	4	4	2	2	3	9	11	5	3	4	1	4	5	4	10	5	11	2	10	6	4	8		
133	11	9	2	4	4	3	2	3	4	1	3	3	4	4	4	4	5	5	2	3	2	2	3	2	4	3	4	5	8		
134	6	10	11	8	4	7	2	7	6	2	5	11	5	3	8	10	6	3	4	3	2	2	2	1	3	3	11	9	5		
135	6	10	10	10	6	10	6	9	6	3	1	4	1	2	8	5	6	7	6	10	2	2	1	1	4	6	2	3	3		
136	11	11	10	11	10	11	11	11	9	10	9	11	9	9	10	10	8	6	6	11	10	10	9	10	11	11	11	11	10		
137	4	11	10	3	6	9	3	7	4	1	10	3	4	11	11	8	3	11	1	11	11	3	4	1	3	3	4	4	4		
138	1	9	9	1	6	6	6	9	3	3	2	3	1	2	9	6	2	6	2	7	2	2	2	2	3	7	7	6	6		
139	3	9	7	3	6	6	6	7	2	2	2	6	2	3	6	6	2	2	2	6	2	3	2	3	6	3	3	2	2		
140	5	10	6	1	11	4	11	2	5	1	10	3	8	1	6	6	1	5	10	1	11	11	8	11	1	3	1	9	1		

140	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
141	6	7	10	7	5	6	4	8	4	3	3	6	4	3	8	8	3	2	4	9	3	7	1	1	1	1	3	7	5	2
142	6	9	7	6	3	9	3	7	9	2	10	2	2	2	8	8	9	11	2	2	6	2	3	2	11	3	2	2	2	
143	4	10	10	6	4	10	8	10	5	2	10	11	8	7	9	10	5	10	4	6	5	6	1	4	5	4	1	7	7	
144	1	10	11	1	2	4	4	11	2	1	1	9	1	4	9	1	3	1	1	3	4	4	1	1	1	1	1	3	1	
145	11	11	11	6	7	11	6	11	6	6	7	6	7	3	7	11	3	6	3	11	3	3	3	3	6	3	11	11	11	
146	2	3	3	6	6	6	3	3	3	2	3	2	2	4	4	3	3	3	6	2	2	2	6	6	2	3	2	6	6	
147	1	9	2	1	6	7	6	3	6	1	9	7	5	3	1	1	2	7	1	7	3	1	1	1	3	5	1	3	3	
148	3	5	4	5	3	5	2	4	3	3	3	5	3	5	5	2	5	5	2	5	3	3	3	5	5	5	3	5	3	
149	1	9	5	1	8	2	6	2	2	2	2	2	2	8	2	2	2	3	3	8	3	2	2	6	5	5	2	7	2	
150	1	10	10	1	9	9	10	3	11	11	9	10	10	10	10	10	3	11	10	8	9	3	1	11	11	8	10	10	11	
151	1	11	6	1	1	6	7	11	6	1	1	6	1	1	6	6	1	11	1	2	6	1	3	6	1	6	2	1	1	
152	1	4	4	1	1	3	1	4	1	1	3	1	1	1	5	5	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	
153	4	11	3	1	5	10	1	3	1	1	1	9	1	1	3	3	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1	1	2	1	
154	1	9	6	1	9	6	3	6	4	3	6	6	3	3	6	6	5	6	3	3	6	6	3	2	3	4	2	6	3	
155	2	1	2	1	10	3	3	1	9	10	8	8	2	11	5	4	3	6	8	8	3	3	4	9	3	6	5	9	8	
156	8	11	10	2	6	11	5	11	7	4	3	10	4	11	11	11	4	4	2	7	2	2	1	9	2	10	10	5	4	
157	8	9	7	8	4	5	5	8	9	10	8	8	2	1	7	6	7	9	7	2	6	11	8	2	1	3	8	5	7	
158	2	11	10	1	11	2	11	11	2	5	3	10	5	1	7	11	1	11	11	2	5	10	1	11	1	5	1	11	1	
159	3	8	6	6	4	4	1	4	4	1	1	4	1	4	4	8	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	8	6	
160	1	5	5	1	11	5	4	7	4	11	11	11	2	1	6	4	6	9	3	5	6	4	7	5	8	10	5	6	2	
161	1	3	4	2	4	6	6	7	3	2	6	3	6	5	6	6	2	7	2	1	1	1	3	1	6	3	2	7	7	
162	1	11	10	1	11	11	3	7	3	1	2	2	8	3	9	9	3	5	2	4	3	10	2	5	1	6	1	10	6	
163	1	11	11	3	5	6	11	3	6	4	8	6	6	5	4	8	9	4	6	7	4	6	5	2	10	5	9	6	3	
164	5	11	9	5	8	6	11	9	11	11	11	11	7	1	9	7	1	11	11	1	9	6	6	11	2	6	11	11	11	
165	6	10	10	8	3	4	10	10	5	1	2	5	5	5	10	10	6	6	4	5	4	5	5	5	4	7	7	6	6	
166	8	10	9	10	10	11	8	10	9	10	9	10	9	10	9	10	9	10	7	9	10	8	10	9	10	8	10	8	9	
167	6	10	9	6	6	9	6	7	7	6	7	7	5	7	9	9	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	3	3	3	
168	5	11	8	2	3	7	3	2	2	2	5	6	2	10	9	8	6	4	3	10	3	2	2	2	10	5	6	8	10	
169	1	11	11	1	11	10	9	11	4	6	11	6	6	1	11	11	1	11	1	9	1	7	1	3	10	10	11	7	7	
170	4	9	10	4	5	8	9	10	7	4	7	8	6	5	9	9	7	8	3	5	6	8	6	9	9	9	4	7	5	
171	1	10	10	1	1	2	2	10	1	1	11	8	1	1	2	10	1	9	1	9	1	6	1	5	10	1	1	1	1	
172	1	10	6	1	9	3	7	8	9	6	2	10	1	1	3	9	1	3	1	9	6	6	2	9	1	1	1	6	1	
173	3	11	7	6	10	8	10	11	11	3	5	9	5	3	10	10	10	8	1	4	10	9	11	3	6	2	4	9	3	
174	1	7	5	2	4	6	4	7	6	6	5	8	1	1	7	5	1	7	5	1	7	5	5	7	5	2	5	7	7	
175	10	11	11	1	10	10	9	11	9	10	10	10	1	4	10	10	10	10	10	10	10	10	6	7	4	10	11	11	9	

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
176	2	11	11	7	7	9	4	10	4	3	7	2	7	2	10	10	2	7	2	7	2	2	1	1	1	8	6	6	3	1
177	5	9	9	9	6	6	10	10	9	9	8	9	8	6	10	10	6	9	4	5	5	5	5	8	6	8	8	5	5	
178	6	11	11	1	6	11	6	11	1	6	6	11	6	1	11	11	6	1	1	9	9	11	1	1	1	9	11	9	7	
179	1	11	11	1	11	5	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	1	11	5	5	1	1	1	1	1	11	6	1
180	4	10	10	4	8	8	8	10	8	3	9	10	4	4	10	9	3	10	2	6	2	2	1	1	1	6	1	10	7	7
181	1	11	7	1	7	4	7	7	3	3	10	9	3	3	7	7	7	7	3	7	3	6	3	3	4	4	3	3	3	3
182	3	11	11	4	10	5	11	5	11	11	4	4	4	4	4	11	3	11	11	4	11	11	11	11	11	11	11	4	11	11
183	3	6	5	4	3	4	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	8	3	1	1	3
184	1	11	7	6	7	10	7	11	6	6	9	6	11	11	11	11	4	7	4	4	4	4	2	4	11	6	11	6	6	
185	4	10	10	6	3	9	7	7	3	3	6	6	4	1	1	1	4	10	1	4	3	3	5	6	1	9	1	1	1	
186	3	10	11	4	9	8	3	9	6	2	2	7	2	4	10	10	10	3	1	7	3	3	1	1	3	1	9	4	4	
187	1	8	8	1	3	5	1	8	7	1	9	8	1	1	7	8	8	6	3	11	2	1	1	1	1	8	2	1	1	1
188	4	11	11	4	6	9	2	7	4	4	4	10	2	4	7	11	7	4	1	9	5	4	2	9	11	11	9	11	5	
189	10	11	11	9	10	9	6	11	8	6	11	11	6	10	11	11	8	11	7	9	6	7	6	6	6	6	9	11	11	9
190	4	11	10	3	10	7	11	11	9	10	11	11	8	9	6	11	6	11	5	4	11	11	5	4	5	11	9	11	11	
191	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1
192	1	9	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	9	3	2	1	9	2	1	1	1	5	1	1	1	1	5
193	1	3	4	4	2	6	6	6	3	2	1	7	2	7	4	6	6	2	2	2	3	2	2	1	1	2	4	2	2	2
194	9	11	11	9	4	9	5	11	8	6	9	7	9	6	6	6	8	9	4	9	8	8	8	9	8	8	8	9	8	
195	11	10	10	9	10	9	8	11	7	1	11	10	10	10	10	10	8	11	1	10	6	7	1	10	2	10	10	1	2	
196	1	4	6	1	7	6	8	7	7	7	8	6	6	7	6	8	6	8	9	8	9	8	8	9	7	8	6	7	7	
197	1	4	6	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1
198	1	11	10	2	2	10	1	11	7	2	9	9	9	6	11	11	9	9	2	11	5	5	1	4	6	7	11	9	8	
199	2	6	3	2	2	7	2	2	2	2	4	2	2	3	7	2	2	4	2	2	2	4	2	2	6	3	2	2	2	2
200	3	9	9	8	7	9	2	9	9	1	8	9	6	9	9	9	2	9	1	10	3	5	2	10	6	1	3	9	9	
201	1	10	9	7	1	9	1	11	2	1	10	9	6	7	10	10	3	9	1	9	1	9	8	3	2	8	11	10	10	
202	3	5	4	2	3	4	7	11	8	4	8	5	6	7	4	5	6	4	1	3	5	6	4	6	4	6	3	5	3	
203	3	11	6	2	6	9	4	11	3	1	1	6	4	4	8	7	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	3	5	5	4
204	1	10	11	1	5	5	11	10	5	11	11	5	1	1	3	5	1	4	11	1	5	1	1	4	1	4	4	11	6	6
205	1	11	10	1	8	5	7	11	7	5	7	10	1	1	8	11	1	11	1	3	5	11	5	11	1	1	3	11	6	6
206	7	11	1	4	1	8	1	8	1	2	6	6	1	1	9	4	6	1	2	1	1	6	1	1	1	1	3	7	1	1
207	2	4	1	4	1	5	4	4	1	9	2	4	9	9	9	4	1	5	4	5	4	9	1	1	9	5	5	1	3	9
208	10	11	11	11	10	10	10	10	10	9	10	10	9	8	8	9	9	9	9	9	10	9	9	9	10	10	9	11	11	9
209	4	11	11	6	10	11	10	8	7	6	6	11	6	6	10	11	9	9	1	10	3	4	1	11	3	9	11	9	6	6
210	3	1	2	4	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	4	3	1	4	1	1	3	2	4	2	1	1	1	2

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
211	9	11	11	9	9	11	9	11	9	1	11	10	3	10	11	11	9	10	1	10	6	9	3	1	9	9	6	6	6	
212	3	1	4	1	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	1	3	3	3	
213	9	9	6	1	5	6	9	3	6	3	3	7	1	1	1	7	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	1	3	1	
214	4	11	10	4	5	8	5	9	4	3	3	11	4	7	11	11	4	3	4	11	6	5	3	9	4	7	8	11	5	
215	1	11	10	1	10	9	3	11	9	6	10	3	1	1	10	10	1	7	2	2	4	4	1	1	1	6	1	9	11	
216	1	10	6	1	1	6	3	7	7	3	2	10	1	1	6	7	1	3	1	1	7	7	1	2	1	3	5	2	2	
217	6	9	9	6	3	4	4	4	4	1	3	3	1	1	3	3	4	4	2	3	3	2	1	1	4	3	3	2	2	
218	3	8	8	6	4	8	2	10	7	2	6	8	3	8	10	8	6	3	2	3	3	3	6	3	7	2	2	8	3	
219	8	10	10	7	9	8	5	7	5	5	5	9	6	7	6	8	5	5	5	10	5	9	6	6	8	6	5	9	6	
220	3	10	11	3	9	10	2	10	9	6	3	9	2	1	11	9	1	9	1	1	3	3	3	11	1	9	1	9	1	
221	1	1	6	1	1	1	1	6	1	1	6	1	1	1	6	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	6	1	6	1	
222	3	11	9	8	9	9	10	3	4	4	9	9	7	6	9	5	3	8	1	4	4	4	3	1	5	6	6	10	6	
223	2	11	11	9	9	10	9	8	9	6	9	10	6	6	8	11	7	10	7	7	6	6	6	7	6	9	11	6	8	
224	2	10	6	1	3	6	1	5	1	2	1	7	2	1	6	6	2	2	1	7	1	1	1	1	2	7	6	4	3	8
225	2	4	3	2	4	8	1	5	7	3	5	1	6	4	3	5	2	1	1	8	6	7	1	4	3	1	1	5	4	
226	6	11	11	5	11	11	7	11	6	9	10	11	4	9	11	11	2	2	2	11	1	3	1	2	1	11	11	11	11	
227	9	11	11	9	10	11	10	10	9	10	11	11	9	11	11	11	9	11	9	9	9	9	9	10	11	10	11	9	11	9
228	5	5	5	5	5	5	11	7	6	6	6	6	6	6	11	11	6	1	1	5	5	5	5	5	5	6	5	5	8	8
229	1	11	11	1	10	11	11	11	10	10	11	10	1	1	11	10	10	11	1	10	6	6	6	11	10	10	10	6	1	
230	4	11	5	6	2	10	10	5	3	3	7	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
231	3	3	3	3	3	7	3	7	3	2	7	3	3	3	1	1	3	7	1	3	1	3	2	1	3	3	3	3	3	
232	4	11	11	11	11	11	11	11	11	9	9	11	11	11	11	11	11	10	9	11	11	9	9	9	9	9	11	11	11	
233	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	6	3	1	3	1	1	1	1	2	3	3	1	6	6
234	1	9	9	6	8	9	9	9	8	4	10	7	6	9	9	7	7	8	3	7	3	3	3	3	3	8	6	6	8	8
235	8	11	11	6	5	9	9	11	6	5	4	8	3	2	10	10	7	6	1	8	5	3	6	1	1	2	3	2	4	
236	10	10	10	1	9	11	9	11	9	9	10	10	1	3	9	9	9	8	3	10	3	10	3	3	3	3	9	8	9	10
237	10	11	11	9	10	10	10	11	9	10	10	10	9	9	11	11	11	10	9	11	9	9	3	3	3	3	9	8	9	10
238	1	11	6	3	11	11	11	4	11	9	6	11	7	3	5	9	5	10	2	10	5	1	1	11	11	11	11	11	11	
239	4	11	11	4	7	11	3	11	9	3	9	11	7	3	11	11	3	1	3	7	7	7	4	4	3	11	11	7	7	
240	6	9	11	11	7	7	9	11	7	4	3	8	5	5	9	11	7	6	3	6	6	6	3	3	6	9	11	7	5	
241	1	11	6	3	11	11	11	5	10	7	11	11	11	8	11	11	11	11	11	11	10	10	11	11	11	9	11	7	7	
242	1	11	6	3	11	11	11	6	8	1	8	8	4	5	4	7	9	11	1	9	6	6	5	3	9	5	6	11	11	
243	1	11	10	2	6	6	6	10	3	6	10	11	1	1	10	10	6	3	1	3	1	10	1	3	3	3	3	10	2	3
244	1	11	7	8	4	9	10	6	3	2	9	5	5	4	10	8	5	10	2	10	4	3	5	10	11	8	4	5	6	
245	2	11	10	3	9	10	10	10	3	9	10	10	6	1	1	10	10	11	1	4	1	4	1	1	9	9	9	9	1	9

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29		
246	1	11	9	9	9	11	10	9	9	9	11	9	9	1	2	9	1	9	2	3	2	2	2	2	2	9	9	2	9	9	
247	3	11	10	6	6	6	3	6	3	1	3	3	2	4	5	7	9	6	3	11	2	2	2	2	2	6	6	3	7	3	
248	3	6	6	6	5	5	4	6	5	3	6	3	3	5	6	7	5	5	3	4	5	3	4	6	3	6	6	6	4	4	
249	2	3	8	7	8	8	9	11	10	10	11	11	8	7	8	8	8	8	3	11	7	4	4	4	11	11	11	11	11	11	
250	7	10	4	2	6	10	1	3	2	1	7	3	4	3	3	3	4	4	11	7	3	3	3	4	4	7	7	2	10	4	
251	8	11	11	10	9	11	9	10	10	9	9	10	8	9	10	10	7	8	7	8	8	9	8	10	10	9	8	10	9	10	
252	9	9	9	5	6	9	6	9	6	6	5	5	2	2	6	9	2	6	6	9	2	2	1	1	1	9	2	7	7	2	
253	6	9	9	6	6	10	9	9	1	4	9	9	1	9	9	9	4	1	1	10	1	4	1	1	1	10	9	1	9	1	
254	3	11	8	2	2	11	2	6	3	6	8	11	3	10	8	4	3	6	4	10	9	1	5	10	4	8	6	4	2		
255	8	7	1	7	1	4	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	7	1	2	11	1	2	1	5	11	5	1	2	2		
256	2	10	6	2	6	6	2	6	3	2	10	6	2	2	10	6	3	6	2	6	2	2	2	6	6	6	10	10	6		
257	6	11	2	1	1	10	6	1	1	6	11	9	11	2	5	2	5	9	1	8	1	1	1	11	5	5	2	3	2		
258	2	6	10	10	6	10	6	10	6	6	7	8	1	6	10	10	6	6	2	3	6	6	6	6	9	2	6	2	10	2	
259	2	7	7	2	2	4	4	4	4	4	4	8	7	8	7	10	9	9	6	10	8	8	4	6	8	8	8	8	8		
260	1	10	9	10	8	10	10	10	7	6	8	7	5	10	10	10	6	10	10	9	7	7	5	1	7	10	10	10	7		
261	7	6	8	9	6	5	6	7	8	8	8	7	9	10	11	8	9	10	6	7	8	8	9	10	8	10	8	9	7		
262	1	10	1	1	2	6	10	10	1	1	1	1	1	1	10	1	6	1	6	1	6	1	1	1	3	1	10	1	1	1	
263	6	10	10	6	3	10	6	10	6	3	6	10	3	3	10	10	3	6	2	10	6	6	3	3	10	6	10	3	2		
264	7	8	7	5	8	8	7	7	4	4	5	7	6	6	6	6	6	6	4	6	6	7	4	7	7	7	7	7	7		
265	7	9	9	7	6	7	8	8	5	6	7	7	6	7	8	8	4	7	5	6	4	5	4	5	6	4	4	4	7	7	
266	3	11	8	4	7	10	2	2	9	5	3	9	3	1	1	1	8	2	2	11	3	3	3	2	2	2	7	6	3	2	
267	5	8	7	6	7	9	5	7	6	3	5	8	6	5	6	6	6	6	4	5	4	5	5	5	5	5	5	6	5	6	
268	2	6	6	3	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	6	6	3	3	1	6	3	1	1	3	1	3	1	6	6		
269	3	11	9	8	10	10	9	9	7	9	9	7	7	8	9	9	7	7	6	7	7	5	5	6	6	3	3	6	5		
270	3	8	9	2	2	3	8	9	2	2	3	3	3	3	3	9	3	7	5	2	3	2	2	2	5	9	3	3	3		
271	1	5	6	4	11	5	11	4	5	11	6	11	4	1	9	9	5	11	9	5	11	6	6	6	11	6	6	6	10	10	
272	6	10	10	4	6	5	3	10	7	2	1	10	3	2	10	10	6	6	2	2	2	6	6	1	1	5	1	1	10	9	
273	1	8	8	1	11	8	2	2	2	11	7	8	8	1	2	8	1	10	8	7	7	1	1	10	1	1	1	1	2	2	
274	3	6	8	3	9	6	6	7	6	8	9	9	9	9	9	9	7	8	5	5	6	6	5	6	6	7	2	2	6		
275	4	7	8	9	6	6	6	8	9	4	9	6	7	5	6	8	8	9	8	6	7	7	7	7	6	7	6	5	7	6	
276	5	8	5	2	2	9	4	5	4	2	4	8	1	8	9	7	2	6	1	5	1	1	1	5	8	2	3	7	4		
277	8	8	8	8	8	8	8	11	7	10	9	1	5	4	8	10	9	7	3	10	4	9	6	7	6	3	3	3	5		
278	5	7	7	7	3	6	3	3	6	3	3	7	3	3	7	7	3	1	1	1	1	1	1	1	7	3	7	3	2	2	
279	3	11	8	3	8	8	4	3	3	4	5	3	4	3	8	8	3	3	3	5	3	4	2	1	4	3	1	5	4		
280	5	11	7	1	8	10	10	10	7	10	6	8	10	4	9	8	11	10	10	7	10	11	10	8	10	6	10	7	7		

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
281	9	10	10	7	11	10	6	11	7	6	7	6	6	3	4	6	4	10	6	6	1	6	6	6	6	10	10	11	11	
282	3	7	10	2	3	6	4	6	5	3	9	7	4	4	9	7	4	10	5	3	2	6	4	3	3	3	2	3	3	
283	5	7	8	6	3	8	9	9	7	5	7	8	8	5	8	8	9	8	5	6	4	5	4	5	4	4	6	6	6	
284	9	1	3	7	3	1	1	1	2	4	5	11	5	7	6	6	8	2	3	1	4	8	11	1	10	3	4	1	3	
285	5	10	10	2	9	11	4	11	5	5	5	10	7	9	9	10	9	7	2	8	7	7	8	10	10	10	11	10	3	
286	9	6	7	9	6	8	9	6	8	6	9	7	8	9	8	8	7	7	7	7	6	5	2	9	7	9	7	8	7	
287	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	3	6	2	6	2	6	2	6	6	6	6	2	6	
288	9	3	2	2	2	9	2	9	2	6	9	6	2	9	9	9	2	2	2	2	9	2	2	2	2	2	2	9	2	2
289	6	11	11	6	8	11	5	8	8	8	8	10	8	5	10	10	8	6	4	11	8	8	6	6	6	6	9	9	11	11
290	2	11	3	5	7	5	8	2	3	9	3	3	1	1	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2
291	4	10	10	2	3	10	2	10	4	3	10	4	2	4	10	10	2	4	2	10	2	2	2	2	2	9	2	11	4	11
292	10	11	11	11	11	11	11	11	11	10	11	11	11	11	11	11	11	11	11	10	11	11	11	10	9	11	9	11	11	11
293	1	11	6	1	6	11	6	4	3	1	11	2	2	1	11	10	3	11	3	3	3	3	3	3	2	10	1	3	2	2
294	1	10	5	2	1	5	2	5	3	3	10	3	3	2	2	2	3	4	2	4	4	4	3	2	9	5	3	3	4	3
295	3	11	11	4	11	11	11	11	7	7	7	11	7	6	11	11	4	11	9	11	7	8	7	11	7	11	11	11	10	10
296	11	11	4	1	11	10	1	1	3	1	11	4	3	1	3	1	2	6	2	8	4	3	3	3	2	1	1	1	4	3
297	1	7	6	1	6	4	6	6	4	1	1	4	2	1	3	3	1	6	1	1	3	1	1	1	3	1	3	3	3	1

Lampiran 4. Skor Mentah Variabel Status Sosial Ekonomi

No	Pend	Pekerj	Penghasil
1	4	2	2
2	4	6	2
3	4	6	4
4	4	8	6
5	4	2	2
6	6	6	2
7	4	6	3
8	5	6	3
9	6	2	2
10	4	6	2
11	4	8	2
12	3	5	10
13	4	6	2
14	3	8	4
15	4	2	2
16	4	8	4
17	4	8	3
18	7	8	4
19	4	6	3
20	4	5	1
21	4	8	2
22	4	6	3
23	4	6	2
24	6	8	4
25	5	6	4
26	4	6	6
27	2	6	2
28	7	10	10
29	4	2	1
30	4	8	3
31	4	2	2
32	4	8	2
33	5	8	4
34	3	2	2
35	7	9	3
36	4	6	2
37	4	6	3
38	4	6	3
39	4	2	2
40	4	3	3
41	4	5	2
42	4	6	6
43	5	8	4
44	4	8	10
45	4	8	10
46	4	6	4
47	6	8	2
48	6	8	3
49	4	6	6
50	6	6	2
51	4	2	2
52	4	8	4

No	Pend	Pekerj	Penghasil
53	4	8	4
54	4	6	2
55	4	6	4
56	5	6	4
57	4	8	3
58	7	8	2
59	4	2	2
60	4	8	3
61	6	6	6
62	5	8	6
63	7	9	6
64	4	2	3
65	4	6	2
66	6	6	4
67	6	6	4
68	2	5	2
69	4	6	2
70	5	6	4
71	6	8	6
72	6	8	10
73	4	8	6
74	4	8	3
75	6	2	2
76	4	5	3
77	2	5	1
78	4	6	4
79	6	8	3
80	5	8	3
81	4	6	2
82	6	8	6
83	6	8	4
84	7	8	12
85	6	6	3
86	6	8	3
87	7	10	12
88	6	8	3
89	4	6	3
90	6	8	10
91	6	6	2
92	7	5	6
93	5	8	1
94	6	2	2
95	5	8	3
96	6	8	12
97	5	8	10
98	6	8	4
99	6	8	10
100	4	2	2
101	4	6	4
102	5	8	2
103	5	6	6
104	6	6	3

No	Pend	Pekerj	Penghasil
105	6	8	10
106	4	8	2
107	5	2	3
108	4	8	4
109	6	6	6
110	7	8	12
111	4	2	1
112	4	6	2
113	3	6	3
114	5	6	4
115	4	8	3
116	4	8	4
117	5	2	3
118	4	6	3
119	6	6	6
120	4	6	3
121	6	6	3
122	4	6	3
123	4	8	6
124	6	8	4
125	4	8	3
126	4	8	3
127	4	2	3
128	6	8	4
129	5	8	4
130	7	8	12
131	6	2	4
132	4	6	1
133	7	6	4
134	4	6	2
135	4	6	3
136	5	8	1
137	4	2	4
138	4	6	2
139	6	8	3
140	4	6	2
141	7	8	3
142	6	9	2
143	6	8	6
144	5	6	3
145	6	8	3
146	6	8	2
147	6	8	6
148	4	5	1
149	6	8	3
150	6	2	1
151	6	8	3
152	4	6	3
153	7	8	12
154	6	2	3
155	4	6	6
156	4	6	2
157	6	8	4
158	6	9	4

No	Pend	Pekerj	Penghasil
159	6	8	3
160	6	8	6
161	4	8	6
162	4	2	2
163	7	8	10
164	4	6	4
165	4	6	4
166	3	6	3
167	4	8	3
168	6	8	3
169	6	8	2
170	6	6	3
171	7	2	2
172	4	2	6
173	3	8	1
174	4	6	2
175	4	8	3
176	4	8	3
177	4	8	4
178	2	2	3
179	6	8	4
180	4	8	3
181	4	6	3
182	7	8	4
183	4	8	2
184	6	8	3
185	7	8	4
186	2	6	2
187	6	6	6
188	7	2	3
189	6	8	6
190	6	6	1
191	4	6	3
192	5	8	6
193	2	2	2
194	4	8	2
195	6	8	3
196	5	8	6
197	6	8	3
198	4	6	2
199	4	6	2
200	6	8	4
201	7	8	6
202	4	2	2
203	4	6	4
204	6	8	4
205	3	2	1
206	7	7	10
207	6	9	4
208	6	6	10
209	6	2	3
210	6	8	3
211	4	6	3
212	4	8	3

No	Pend	Pekerj	Penghasil
213	7	6	4
214	6	6	4
215	5	2	2
216	5	8	3
217	4	2	1
218	6	8	6
219	4	8	4
220	4	6	2
221	4	8	3
223	4	8	4
222	4	6	2
224	4	6	2
225	4	8	2
226	5	8	2
227	6	8	10
228	6	6	1
229	4	2	1
230	7	8	4
231	4	6	2
232	5	8	10
233	7	8	4
234	6	8	10
235	3	6	2
236	6	9	2
237	4	6	3
238	4	6	3
239	6	8	2
240	4	8	3
241	6	8	3
242	5	8	4
243	5	8	4
244	4	8	4
245	6	6	3
246	7	2	1
247	5	6	6
248	5	6	2
249	4	8	3
250	6	8	3
251	6	8	4
252	6	8	2
253	7	8	6
254	4	6	2
255	4	8	3
256	5	8	10
257	4	8	1
258	4	8	6
259	7	8	4
260	3	8	4
261	3	6	3
262	3	8	6
263	4	8	2
264	4	6	3
265	7	8	4
266	4	8	3

No	Pend	Pekerj	Penghasil
267	6	9	3
268	6	8	2
269	4	8	4
270	4	8	2
271	4	6	3
272	6	8	12
273	7	8	3
274	4	6	2
275	3	6	2
276	4	8	4
277	4	6	3
278	4	6	2
279	5	2	1
280	4	8	3
281	4	8	3
282	5	10	10
283	6	8	3
284	4	8	3
285	4	2	2
286	6	9	6
287	7	9	4
288	4	6	3
289	6	2	2
290	7	9	6
291	6	6	4
292	6	6	3
293	7	9	3
294	6	6	3
295	4	6	1
296	6	8	6
297	6	9	6

Lampiran 5. Data Demografi Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	,3	,3	,3
	15	2	,7	,7	1,0
	16	13	4,4	4,4	5,4
	17	2	,7	,7	6,1
	18	21	7,1	7,1	13,1
	19	55	18,5	18,5	31,6
	20	42	14,1	14,1	45,8
	21	81	27,3	27,3	73,1
	22	65	21,9	21,9	94,9
	23	10	3,4	3,4	98,3
	24	5	1,7	1,7	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 6. Data Demografi Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	72	24,2	24,2	24,2
	Perempuan	225	75,8	75,8	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 7. Data Demografi Domisili

		Domisili			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Banten	25	8,4	8,4	8,4
	Jakarta	182	61,3	61,3	69,7
	Jawa Barat	69	23,2	23,2	92,9
	Jawa Tengah	2	,7	,7	93,6
	Sulawesi Selatan	2	,7	,7	94,3
	Sumatra Barat	11	3,7	3,7	98,0
	Sumatra Selatan	2	,7	,7	98,7
	Sumatra Utara	2	,7	,7	99,3
	Yogyakarta	2	,7	,7	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 8. Data Demografi Pendidikan Kepala Keluarga

		Pendidikan_KP			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	D1	3	1,0	1,0	1,0
	D3	33	11,1	11,1	12,1
	S1	85	28,6	28,6	40,7
	S2	27	9,1	9,1	49,8
	S3	4	1,3	1,3	51,2
	SD	6	2,0	2,0	53,2
	SMA/SLTA/Sederajat	129	43,4	43,4	96,6
	SMP/SLTP/Sederajat	10	3,4	3,4	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 9. Data Demografi Pekerjaan KepalaKeluarga

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pekerjaan Dasar	38	12,8	12,8	12,8
	Operator dan Perakit Mesin	1	,3	,3	13,1
	Pertanian & Perikanan	8	2,7	2,7	15,8
	Pekerja Terampil & Pekerja Penjualan Toko & Pasar	101	34,0	34,0	49,8
	Panitera	1	,3	,3	50,2
	Teknisi dan Profesional Asosiasi	133	44,8	44,8	94,9
	Profesional	12	4,0	4,0	99,0
	Legislatur, Pejabat, & Manajer	3	1,0	1,0	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 10. Data Demografi Penghasilan Keluarga Perbulan

		Penghasilan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 1.300.000	18	6,1	6,1	6,1
	> 26.000.000	7	2,4	2,4	8,4
	1.300.000 - 3.900.000	73	24,6	24,6	33,0
	13.000.000 - 26.000.000	17	5,7	5,7	38,7
	3.900.000 - 6.500.000	89	30,0	30,0	68,7
	6.500.000 - 9.700.000	58	19,5	19,5	88,2
	9.700.000 - 13.000.000	35	11,8	11,8	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 11. Data Deskriptif Kebahagiaan

Statistics		
Kebahagiaan		
N	Valid	297
	Missing	0
Mean		67,15
Std. Error of Mean		,487
Median		68,00
Mode		69 ^a
Std. Deviation		8,394
Variance		70,464
Skewness		-,054
Std. Error of Skewness		,141
Kurtosis		-,159
Std. Error of Kurtosis		,282
Range		44
Minimum		44
Maximum		88
Sum		19943
Percentiles	25	61,00
	50	68,00
	75	73,00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Lampiran 12. Kategorisasi Skor Kebahagiaan

		In_bahagia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	126	42,4	42,4	42,4
	Tinggi	171	57,6	57,6	100,0
Total		297	100,0	100,0	

Lampiran 13. Data Dskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Statistics		
Intensitas		
N	Valid	297
	Missing	0
Mean		11,85
Std. Error of Mean		,247
Median		12,00
Mode		10
Std. Deviation		4,256
Variance		18,115
Skewness		,432
Std. Error of Skewness		,141
Kurtosis		-,477
Std. Error of Kurtosis		,282
Range		17
Minimum		5
Maximum		22
Sum		3519
Percentiles	25	8,00
	50	12,00
	75	15,00

Lampiran 14. Kategorisasi Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

		In_Intens			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	96	32,3	32,3	32,3
	Sangat Tinggi	24	8,1	8,1	40,4
	Sedang	124	41,8	41,8	82,2
	Tinggi	53	17,8	17,8	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 15. Kategorisasi Skor Status Sosial Ekonomi

		In_SSE			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	39	13,1	13,1	13,1
	Sangat Tinggi	8	2,7	2,7	15,8
	Sedang	124	41,8	41,8	57,6
	Tinggi	126	42,4	42,4	100,0
	Total	297	100,0	100,0	

Lampiran 16. Crosstab Kebahagiaan, Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, dan Status Sosial Ekonomi

In_Bahagia * In_Intens * In_SSE Crosstabulation

Count

			In_Intens				Total
In_SSE			Rendah	Sangat Tinggi	Sedang	Tinggi	
Rendah	In_Bahagia	Rendah	3	0	4	0	7
		Sedang	10	2	11	2	25
		Tinggi	3	0	2	2	7
	Total		16	2	17	4	39
Sangat Tinggi	In_Bahagia	Sedang	4		2	1	7
		Tinggi	0		1	0	1
	Total		4		3	1	8
Sedang	In_Bahagia	Rendah	4	2	9	3	18
		Sedang	27	8	29	19	83
		Tinggi	8	2	10	3	23
	Total		39	12	48	25	124
Tinggi	In_Bahagia	Rendah	5	2	8	2	17
		Sedang	26	7	40	18	91
		Tinggi	6	1	8	3	18
	Total		37	10	56	23	126
Total	In_Bahagia	Rendah	12	4	21	5	42
		Sedang	67	17	82	40	206
		Tinggi	17	3	21	8	49
	Total		96	24	124	53	297

Lampiran 17. Uji Linearitas Intensitas penggunaan media sosial *Instagram*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kebahagiaan * Intensitas	Between	(Combined)	1101,632	17	64,802	,915	,556
	Groups	Linearity	11,501	1	11,501	,162	,687
		Deviation from Linearity	1090,131	16	68,133	,962	,499
	Within Groups		19755,849	279	70,809		
Total			20857,481	296			

Lampiran 18. Uji Linearitas Status Sosial Ekonomi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kebahagiaan * SSE	Between	(Combined)	1372,491	22	62,386	,877	,625
	Groups	Linearity	11,904	1	11,904	,167	,683
		Deviation from Linearity	1360,587	21	64,790	,911	,577
	Within Groups		19484,991	274	71,113		
Total			20857,481	296			

Lampiran 19. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,949	2,163		6,449	,000		
	Intensitas	,037	,059	,036	,621	,535	,999	1,001
	Kebahagiaa n	,013	,030	,025	,424	,672	,999	1,001

a. Dependent Variable: SSE

Lampiran 20. Uji Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Kebahagiaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,023 ^a	,001	-,003	8,406

a. Predictors: (Constant), Intensitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,501	1	11,501	,163	,687 ^b
	Residual	20845,981	295	70,664		
	Total	20857,481	296			

a. Dependent Variable: Kebahagiaan

b. Predictors: (Constant), Intensitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67,697	1,445		46,850	,000
	Intensitas	-,046	,115	-,023	-,403	,687

a. Dependent Variable: Kebahagiaan

Lampiran 21. Uji Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Kebahagiaan yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,091 ^a	,008	-,002	8,402

a. Predictors: (Constant), X.M, SSE, Intensitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173,245	3	57,748	,818	,485 ^b
	Residual	20684,236	293	70,595		
	Total	20857,481	296			

a. Dependent Variable: Kebahagiaan

b. Predictors: (Constant), X.M, SSE, Intensitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	60,305	5,102		11,819	,000
	Intensitas	,542	,422	,275	1,284	,200
	SSE	,488	,323	,251	1,510	,132
	X.M	-,039	,027	-,391	-1,453	,147

a. Dependent Variable: Kebahagiaan

Lampiran 22. Effect Size**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: Kebahagiaan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	13161,881 ^a	173	76,080	1,216	,124	,631
Intercept	539003,440	1	539003,440	8614,978	,000	,986
Intensitas	1362,807	17	80,165	1,281	,215	,150
SSE	2015,980	22	91,635	1,465	,099	,208
Intensitas * SSE	10574,651	134	78,915	1,261	,096	,579
Error	7695,600	123	62,566			
Total	1359993,000	297				
Corrected Total	20857,481	296				

a. R Squared = ,631 (Adjusted R Squared = ,112)

Lampiran 23. Surat Pernyataan Validasi Instrumen

SURAT PERNYATAAN AHLI UNTUK VALIDASI INSTRUMEN (EXPERT JUDGEMENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gita Irianda Rizkyani Medellu, M.Psi., Psi.
 NIP :
 Prodi : Psikologi
 Pendidikan Terakhir : S2 Magister Profesi Psikologi
 Bidang Keahlian : Psikologi Sosial
 No. Handphone : 082121010019

Menyatakan bahwa instrument Kebahagiaan yang telah divalidasi: dapat digunakan/perlu perbaikan/tidak dapat digunakan*).

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerja samanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 02/07/ 2019

Validator,



(GITA IRIANDA R M.)

NIP.

SURAT PERNYATAAN AHLI UNTUK VALIDASI INSTRUMEN
(EXPERT JUDGEMENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gita Irianda Rizkyani Medello, M.Psi, Psi.
 NIP :
 Prodi : Psikologi
 Pendidikan Terakhir : S2 Magister Profesi Psikologi
 Bidang Keahlian : Psikologi Sosial
 No. Handphone : 082121010019

Menyatakan bahwa instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial yang telah divalidasi: dapat digunakan/perlu perbaikan/tidak dapat digunakan*).

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 02/07/ 2019

Validator,



(GITA IRIANDA R M)

NIP.

SURAT PERNYATAAN AHLI UNTUK VALIDASI INSTRUMEN
(EXPERT JUDGEMENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira Ariyani, Ph.D
 NIP : 1975 1201 2006 042001
 Prodi : Psikologi
 Pendidikan Terakhir : S3
 Bidang Keahlian : Psikologi
 No. Handphone : 0858 - 1498 - 4963

Menyatakan bahwa instrument Kebahagiaan yang telah divalidasi: dapat digunakan/perlu perbaikan/~~tidak dapat digunakan*~~).

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerja samanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 02 107 2019

Validator,



(..... Mira Ariyani, Ph.D)

NIP. 1975 1201 2006 042001

SURAT PERNYATAAN AHLI UNTUK VALIDASI INSTRUMEN
(EXPERT JUDGEMENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira Ariyani, Ph.D
NIP : 197512012006042001
Prodi : Psikologi
Pendidikan Terakhir : S3
Bidang Keahlian : Psikologi Keluarga
No. Handphone : 0858-1498-4963

Menyatakan bahwa instrumen Intensitas Perenungan Meditasi Sosial yang telah divalidasi: dapat digunakan/perlu perbaikan/~~tidak dapat digunakan~~).

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 02/07/2019 2019

Validator,



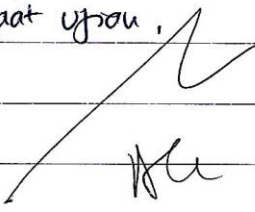
(Mira Ariyani, Ph.D.)

NIP. 197512012006042001

Lampiran 24. Saran-Saran Penguji

SARAN-SARAN YANG DISAMPAIKAN OLEH PENGUJI

Nama peserta : Nabilah Mitra L
 Nomor registrasi : 1125157152
 Program Studi : Psikologi
 Nama penguji : _____
 Program Studi : _____
 Fakultas : Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta

No	Isi Saran-Saran
01.	Perbaiki sesuai saran saat ujian.
02.	
03.	
04.	
05.	
06.	
07.	
08.	
09.	
10.	

Jakarta, Agustus 2019

Panitia Ujian Skripsi Sarjana
 Fakultas Pendidikan Psikologi UNJ
 Penguji,


 Gunung Gunetar

NIP.

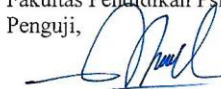
SARAN-SARAN YANG DISAMPAIKAN OLEH PENGUJI

Nama peserta : Nabilah Mita Lestari
 Nomor registrasi : 1125159152
 Program Studi : Psikologi
 Nama penguji : Santi Yudhistira
 Program Studi : Psikologi
 Fakultas : Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta

No	Isi Saran-Saran
01.	Kemungkinan kenapa hasil penelitiannya tidak berpengaruh.
02.	perkuat fenomena kebahagiaan di bab I
03.	
04.	
05.	
06.	
07.	
08.	
09.	
10.	

Jakarta, Agustus 2019

Panitia Ujian Skripsi Sarjana
 Fakultas Pendidikan Psikologi UNI
 Penguji,



Santi Yudhistira

NIP.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nabilah Mita Lestari, lahir di Jakarta pada tanggal 19 September 1997. Anak kedua dari dua bersaudara. Beralamat di Jalan Pelampung No.9 RT 002/007. Kel Rawa Badak Selatan, Koja, Jakarta Utara. Pendidikan formal yang sudah dijalani dimulai dari TK Barunawati pada tahun 2001-2003, SDS Barunawati IV pada tahun 2003-2009, SMPN 173 Jakarta tahun 2009-2012, SMA 75 Jakarta pada tahun 2012-2015.

Pada tahun 2015 melalui jalur PENMABA diterima menjadi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Pendidikan Psikologi, Program Studi Psikologi. Selama perkuliahan memiliki pengalaman Praktik Kerja Psikologi (PKP) selama satu bulan di Lembaga Perlindungan Anak Indonesia (LPAI)

Kontak penulis yang dapat dihubungi melalui email: nabilamita19@gmail.com