

HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *SUBJECTIVE WELL BEING* GENERASI Z

THE CORRELATION BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE AND SUBJECTIVE WELL-BEING OF Z GENERATION

Oleh: Sumarti, Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, sumarti.2015@student.uny.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi berhubungan erat dengan perkembangan media komunikasi berbasis internet dan akun media sosial. Tata cara berkomunikasi yang sebelumnya bersifat tradisional berubah menjadi komunikasi menggunakan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara penggunaan media sosial terhadap *subjective well being*. Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto* dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan metode analisis korelasional. Populasi penelitian ini adalah siswa di SMP Negeri 11 Yogyakarta. Sampel berjumlah 103 siswa yang didapatkan dengan metode *cluster random sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan terdiri dari skala penggunaan media sosial yang telah dimodifikasi dari skala kecanduan media sosial milik Kim, Cho dan Yang (2013), skala *Life Satisfaction* kognitif dan skala PANAS (Diener, 2009). Skala penggunaan media sosial berjumlah 25 butir dengan koefisien reliabilitas $\alpha=0,917$ dan skala *subjective well being* berjumlah 25 butir dengan koefisien reliabilitas $\alpha=0,866$. Data dalam penelitian ini di analisis dengan teknik korelasi menggunakan *Product Moment* dari Pearson. Koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,022 dengan probabilitas 0,0266 ($p<0,05$) dan koefisien determinasi sebesar (R^2) 7,07%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well-being*. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan media sosial, maka diikuti pula semakin tingginya *subjective well being*. Tingkat penggunaan media sosial tergolong tinggi yaitu sebesar 53,40% namun tingkat *subjective well-being* remaja juga tinggi yaitu sebesar 86,41%.

Kata kunci: penggunaan media sosial, *subjective well-being*, generasi z, remaja, Yogyakarta

Abstract

*The phenomenon about increasing internet development has obtained with communication development, resulting in many kind of social media platform. The communication style before based on traditional style has becomes change with social media platform style. This study aimed to find out a social media usage and subjective well-being. This research uses *expost facto* with quantitative approach and correlational analysis. The population of this research is students in SMP Negeri 11 Yogyakarta. The research used *cluster random sampling* method were 103 students as subject. The instruments were used in this research such as a modified. *Social Media sage` Scale of Kim, Cho, and Yangs` (2013) Social Media Addiction Scale* which modified *ife` Satisfaction cognitive Scale and PANAS scale of Diener's (2009)*. The coefficient realibility of social media usage has 25 items obtained by $\alpha=0.917$ and *subjective well being* scale has 25 items obtained by $\alpha=0.866$. The data in this study was analyed` by *Pearsons` Product Moment correlation technique*. The correlation coefficient obtained is 0.022 with a probability of 0.0266 ($p<0.05$) and determination coefficient obtained (R^2) is 7,07%. The result of this research shows that social media usage has a correlation with *subjective well being*. This research means that the higher of social media usage` the higher of the *subjective well being*. The degree of social media usage by` generation in SMP Negeri 11 Yogyakarta is categoried` as high (53.40%), similarly` the *subjective wellbeing* level also categoried` as high (86.41%).*

Keywords: social media usage, subjective well-being, Z generation, adolescent, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari kebutuhan untuk berkomunikasi dengan individu lain. Tata cara berkomunikasi sendiri terdapat berbagai cara, diantaranya ada dua yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung. Pada masa teknologi belum mengalami perkembangan yang pesat, jenis komunikasi yang sering digunakan yaitu komunikasi secara langsung atau bertatap muka. Seiring adanya arus globalisasi yang dipicu adanya kemajuan teknologi, tata cara berkomunikasi yang sebelumnya bersifat langsung berubah ke arah komunikasi tidak langsung yaitu melalui perantara media. Adapun salah satu media yang saat ini sering digunakan adalah *smartphone*.

Menurut Williams dan Sawyer (2011), *smartphone* adalah telepon selular dengan mikroprosesor, memori, layar dan modem bawaan yang menggunakan jaringan internet. *Smartphone* merupakan ponsel multimedia yang menggabungkan fungsionalitas PC dan handset sehingga menghasilkan gadget yang multifungsi, dimana terdapat pesan teks, kamera, akun media sosial, pemutar musik, video, game, mengakses e-mail, tv digital, search engine, pengelola informasi pribadi, fitur google maps, jasa telepon internet dan bahkan terdapat telepon yang juga berfungsi sebagai kartu kredit yang terhubung ke jaringan internet.

Berdasarkan data yang dikeluarkan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Bahkan saat ini Indonesia menempati urutan ke-6 di dunia sejak tahun 2013 dengan rincian sekitar 72,8 juta orang, tahun 2014 sekitar 83,7 juta orang, tahun 2015 sekitar 93,4 juta orang, tahun 2016 sekitar 132,7 juta orang, tahun 2017 sekitar 143,26 juta orang dan tahun 2018 sekitar 54% dari populasi Indonesia sekitar 263 juta orang mengakses media sosial.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 132,7 juta atau setara dengan 51,7% dari 246,2 juta jiwa. Kelompok usia terbesar yang menggunakan internet masih berada pada rentang usia 25-29 tahun dan 35-39 tahun, yaitu sebanyak 48 juta jiwa. Kelompok usia terbesar kedua adalah 30-34 tahun sebanyak 22,3 juta jiwa, pada kelompok usia 20-24 tahun sebanyak 23,3 juta jiwa dan pengguna internet pada kelompok usia remaja mengalami peningkatan, usia 15-19 tahun mencapai 12,5 juta pengguna dan 10-15 tahun sebanyak 768 ribu.

Ketika berbicara mengenai internet maka tidak akan jauh dari konteks media sosial. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia sebanyak 54% mengakses media sosial. Media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas fondasi ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan konten antar penggunanya (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial merupakan alat interaksi di mana seseorang dapat menciptakan, membagikan, dan bertukar informasi, opini, gambar, dan video (Ahlqvist, Back, & Heinonen, 2010). Media sosial juga menawarkan banyak peluang agar kita dapat terhubung dengan teman lama, maupun dengan seseorang yang mempunyai minat yang sama dengan kita (O'Keeffe & Pearson, 2011).

Media sosial juga memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan lebih banyak orang pada saat bersamaan dibandingkan ketika berkomunikasi secara langsung (Dunbar, 2016).

Salah satu isu mengenai penggunaan media sosial yang sedang berkembang adalah penggunaan media sosial yang tinggi dapat menjadi pemicu depresi bagi beberapa remaja (O'Keeffe & Pearson, 2011). Depresi

yang dimaksud disini adalah depresi akibat paparan penggunaan media sosial diantaranya berkurangnya jam tidur, *body shaming* dan *bullying*.

Remaja memiliki kecenderungan mengharapakan umpan balik atas informasi yang mereka bagikan di media sosial. Ketika remaja membagikan sesuatu di profil media sosialnya, mereka cenderung berharap untuk mendapatkan umpan balik positif dari orang lain. Valkenburg (2006) menyatakan bahwa jika remaja mendapatkan umpan balik positif, hal itu akan meningkatkan subjective well being.

Penelitian Bazarova dan Choi (2014) menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial yang menyebabkan kebingungan. Seorang remaja merasakan kebingungan untuk mengekspresikan perasaan dan pandangan mengenai hal-hal dalam hidupnya yang boleh dibagikan secara bebas di media sosial dan yang tidak boleh dibagikan ke orang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah *expost facto* dan metode analisis datanya menggunakan korelasional.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di SMP Negeri 11 Yogyakarta yang berlokasi di Jalan HOS Cokroaminoto No.127, Tegalrejo, Kota Yogyakarta pada Senin, 13 Mei - Selasa, 14 Mei 2019.

Target/Subjek Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah remaja laki-laki dan perempuan yang berusia 12-16 tahun, memiliki akun media sosial, masih bersekolah di SMP Negeri 11 Yogyakarta. Adapun populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VII A, B, C dan D SMP Negeri 11 Yogyakarta yang memenuhi kriteria tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan karakteristik tertentu dan berkelas-kelas dalam satu kelas/tingkatan yang sama (Azwar, 2010).

Untuk penentuan jumlah sampel juga menggunakan tabel Krejcie-Morgan, asumsi tingkat keandalan 95%, karena menggunakan nilai $c^2 = 3,841$ yang artinya memakai $\alpha = 0,05$ pada derajat bebas 1. Asumsi keragaman populasi yang dimasukkan dalam perhitungan adalah $P(1-P)$, dimana $P = 0,5$ dan asumsi nilai galat pendugaan 5% ($d = 0,05$). Untuk total kelas VII di SMP Negeri 11 Yogyakarta adalah 4 kelas dengan rata-rata per kelas 33 siswa, dengan jumlah populasinya adalah 131 siswa (N), sehingga jumlah sampel (n) yang dibutuhkan adalah 97 siswa. Namun peneliti mendapatkan 103 sampel penelitian sehingga bisa dilakukan pemilihan sampel terbaik.

Prosedur

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Penggunaan Media Sosial dan *Life Satisfaction Subjective Well Being*. Subjek akan menilai pernyataan yang sesuai dengan dirinya atau tidak berdasarkan pilihan jawaban yang ada. Terdapat 25 pernyataan masing-masing skala, serta 5 pilihan jawaban yang terdiri atas tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, selalu. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam pengisian

skala.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan metode skala dan self report.

Skala sikap dirancang untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif dan negatif, atau setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial (Azwar, 2017:137). Skala sebagai instrumen yang digunakan dalam teknik ini adalah skala penggunaan media sosial, *self report* intensitas penggunaan media sosial, skala *subjective well being Life Satisfaction* dan PANAS.

Tabel 1. Kisi-kisi skala penggunaan media sosial

No.	Aspek	Indikator	Nomor item
1.	Penggunaan Berlebihan atau <i>Overuse</i>	Mengecek media sosial secara rutin	1-2
		Mengecek media sosial dibanyak tempat	3-5
2.	Gangguan Kehidupan Sehari-hari atau <i>Disturbance</i>	Mengalami gangguan fisik	6-7
		Mengalami gangguan psikis	8-11
3.	Fokus Hubungan di Media Sosial atau <i>Cyberspace-oriented relationships</i>	Merasa memiliki banyak teman di media social	12-13
		Merasa intensitas bersama teman di media sosial lebih dekat dibandingkan di dunia nyata	14-16
4.	Penarikan Diri atau <i>Withdrawal</i>	Merasa senang menyendiri dengan melakukan berbagai kegiatan di media sosial	17-19
5.	Toleransi Penggunaan Media Sosial atau <i>Tolerance</i>	Merasa penggunaan media sosialnya masih terkontrol	20-22
6.	Antisipasi Positif atau <i>Positive Anticipation</i>	Melakukan hal yang membahagiakan diri	23-25

Tabel 2. Kisi-kisi skala kognitif *Life Satisfaction Subjective Well Being*

No.	Aspek	Indikator	Nomor Item
1.	Kognitif	Merasa puas dengan kehidupan secara menyeluruh	1
			3,5
			4, 2

Tabel 3. Kisi-kisi skala PANAS

No.	Aspek	Indikator	Nomor Item
1.	Afek Positif	Merasa diri merasakan kesenangan	3, 9, 5
		Memiliki keyakinan diri	10,17
		Merasa diri penuh perhatian	1, 12, 16, 19, 14
2.	Afek Negatif	Mengalami kesedihan dalam diri	4, 2
		Mengevaluasi diri melakukan kesalahan	6, 13
		Mampu menyadari adanya rasa bermusuhan	8, 11
		Mengalami ketakutan	7,15,18,20

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis validitas isi, yang mengacu pada sejauh mana kesesuaian antara isi tes dan konstruk yang diukur. Menurut Supratiknya (2014) validitas isi adalah analisis logis atau empiris terhadap seberapa memadai isi tes tersebut mampu mewakili ranah isi, serta seberapa relevan ranah isi tersebut sesuai dengan interpretasi skor tes yang dimaksud. Validitas isi merupakan validitas yang melewati pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional

atau melalui *expert judgement* untuk mengetahui kesesuaian antara variabel aspek, indikator, serta butir pernyataan. Untuk seleksi butir disini, peneliti melakukan cek skor berdasarkan hasil hitung total butir dan pernyataan atau item setelah butir dilakukan validitas isi dengan cara *expert judgement* oleh ahli sehingga menggunakan total butir setelah validitas isi. Jika hipotesis dalam penelitian ini akan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* jika memiliki data yang tergolong normal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, hipotesis mayor yang menyebutkan ada hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well being* diterima. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well being* generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta dengan koefisien signifikansi kedua variabel ini adalah 0.022 ($\alpha < 0.005$) dan koefisien korelasi 0.266 ($p > 0.005$). Hal ini memiliki makna bahwa kedua variabel ini berkorelasi atau memiliki hubungan.

Remaja yang banyak berinteraksi dengan media sosialnya maka ia juga akan menerima banyak informasi dari media sosial itu sendiri. Pada usia ini, banyak sekali perubahan yang akan membawa dampak pada kondisi psikologis seseorang. Misalnya perubahan bentuk tubuh pada remaja perempuan akan membuat anak perempuan lebih memperhatikan penampilannya. Ia juga akan membandingkan penampilan dirinya dengan penampilan teman-temannya. Saat usia remaja, ia akan melihat dirinya berdasarkan cara pandang orang lain terhadap dirinya. Tanggapan dari orang lain mengenai dirinya juga akan membawa dampak tersendiri, yang semuanya akan memberi sumbangan dalam pembentukan identitas seorang remaja. Komentar, pendapat teman-temannya di media sosial maupun tanda suka, tidak suka dan umpan balik dari sesama pengguna media sosial, memberikan dampak terhadap penilaian diri remaja itu sendiri.

Hal itu sejalan dengan konsep bahwa *subjective well being* adalah evaluasi diri berdasarkan penilaian orang lain. Penggunaan media sosial menyebabkan remaja memusatkan dirinya untuk mencari cara bagaimana mereka seharusnya tampil di depan orang lain, sehingga dapat dikatakan ketika menggunakan media sosial, seorang remaja memang mengharapkan adanya umpan balik atas apa yang ia tampilkan di media sosialnya. Oleh karena itu, penggunaan media sosial memiliki hubungan yang erat dengan *subjective well being*.

Analisis penggunaan media sosial dan *subjective well being* generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta juga termasuk dalam kategori tinggi dalam tingkat penggunaan media sosialnya maupun derajat *subjective well being* yaitu sebesar 53,40% dan 86,40%. Penjelasan mengenai analisis kategorisasi tersebut adalah 53,40% generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta masuk dalam kategori tinggi penggunaan media sosialnya dengan rincian sebanyak 55 siswa memiliki tingkat frekuensi penggunaan media sosial yang tinggi, 38 siswa memiliki tingkat frekuensi penggunaan media sosial yang sedang, dan 10 siswa memiliki tingkat frekuensi penggunaan media sosial yang rendah. Sedangkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa 86,41% generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta memiliki *subjective well being* yang tinggi dengan rincian sebanyak 89 siswa menunjukkan tingkat *subjective well-being* yang tinggi, 14 siswa menunjukkan tingkat *subjective well being* yang sedang dan tidak ada siswa dalam kategori rendah. Sehingga data yang didapat dalam penelitian ini dapat dapat

menunjukkan hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well being*. Apabila penggunaan media sosial tinggi, maka *subjective well being*nya akan tinggi. Sebaliknya, apabila penggunaan media sosial rendah, maka *subjective well being* juga cenderung rendah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya hubungan antar aspek penggunaan media sosial dan aspek *subjective well being*. Menurut Papilia dan Olds (1989) masa remaja adalah masa yang tumpang tindih karena merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Di masa ini, perubahan secara fisik, kognitif, sosial, dan emosional terjadi dengan sangat cepat. Selain itu mereka juga butuh membentuk ikatan yang kuat dengan teman sebayanya, merasa disukai, dicintai dan dihargai.

Penggunaan media sosial oleh generasi Z usia remaja sebagai salah satu wadah yang dapat membantu memberikan kesempatan bagi remaja untuk berinteraksi secara sosial dengan orang lain dan mendapatkan umpan balik tentang dirinya (Guzzetti, 2006). Umpan balik dan evaluasi diri dari komunitas dunia maya ini dianggap penting bagi individu untuk dijadikan pedoman untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan dirinya. Media sosial dianggap sebagai tempat ideal untuk melakukan eksplorasi informasi. Adanya kemudahan dalam menjelajahi dunia media sosial inilah yang mengakibatkan *subjective well being* remaja juga tinggi akibat kemudahan pemaparan informasi dari media sosial yang didapatkan. Apabila remaja menggunakan media sosial secara aktif atau tinggi tingkat penggunaannya, maka *subjective well being*nya juga tinggi. Namun apabila penggunaannya rendah, maka *subjective well being*nya juga cenderung rendah.

Hasil uji korelasi antar aspek pada penggunaan media sosial dengan *subjective well being* sesuai hipotesis mayor dan minor. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dan aspek kognitif *subjective well being*. Hal ini disebabkan karena adanya umpan balik penggunaan media sosial yang dapat menimbulkan persepsi tertentu sebagai hasil pembelajaran dan pengalaman seseorang yang merupakan bagian dari kognitif. Pembelajaran ini diperkuat dengan adanya penguatan (*reinforcement*) dalam wujud perilaku menggunakan media sosial secara berulang, evaluasi terhadap orang-orang penting di media sosialnya, dan bagaimana remaja melakukan pengulangan perilaku (mencontoh) apa yang ia dapat di media sosial lalu diterapkan di kehidupan nyata.

Menurut Yeung & Martin (2003) terdapat tiga proses remaja melihat dirinya berdasarkan unsur kognitif. Pertama, remaja membayangkan bagaimana orang lain melihat dirinya. Selanjutnya, remaja melakukan reaksi terhadap penilaian orang lain yang dibayangkan tersebut, setelah itu remaja membentuk citra dirinya berdasarkan penilaian orang lain yang dibayangkan tersebut. Hal ini didukung dengan konsep interaksi simbolis dari George Herbert Mead (Blumer, 1969). Menurut Mead, dimulai dari masa kanak-kanak, individu mulai mendefinisikan dirinya melalui proses sosialisasi dan mengamati bagaimana lingkungan maya maupun fisik memberi makna pada hal-hal tertentu dan melakukan sesuatu berdasarkan makna yang ditangkap kognisi seseorang.

Oleh karena itu peneliti simpulkan bahwa seseorang yang aktif di media sosial akan cenderung memiliki perhatian atau ketertarikan kuat dalam melakukan aktivitas yang berkaitan dengan media sosialnya. Hal ini disimpan dalam memori kognitif berdasarkan pengalamannya selama mengakses media sosial. Pengalaman itu berkaitan dengan mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna media sosial baik yang dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan mencari informasi tertentu yang berpengaruh pada kognisi seseorang.

Hipotesis terdapat hubungan antara aspek penggunaan media sosial dan afek positif serta afek negatif *subjective well being*. Berdasarkan hasil analisis data, hasil penelitian ini menunjukkan tidak ada hubungan antara aspek penggunaan media sosial dan afek positif serta afek negatif *subjective well being*.

Generasi Z dalam kelompok usia remaja memiliki ciri khas penggunaan media sosial yang aktif dan tinggi, akan cenderung memperbaiki tampilannya di sosial media. Kecenderungan ini berdasarkan pengalamannya selama menggunakan media sosial yang terwujud dalam umpan balik yang ia dapatkan. Hal ini tentu berpengaruh besar pada segi kognitifnya. Remaja menampilkan kata-kata, foto, lambang, dan link tertentu di media sosial dengan tujuan membentuk impresi orang lain terhadap dirinya (Schau & Willy, 2003). Hal ini hanya berdasarkan pengalaman kognitif yang tidak berhubungan erat dengan sisi afektif remaja. Afek positif maupun negatif remaja tentu mengalami pemaparan informasi tapi tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan evaluasi diri remaja atau *subjective well being*.

Penelitian yang dilakukan oleh Zwier, Araujo, Boukes dan Willemsen (2011) menemukan bahwa remaja yang menggunakan sosial media akan cenderung menampilkan diri yang diharapkan (berdasarkan pengalaman kognitif) dibandingkan menampilkan gambaran diri yang sebenarnya (kognitif, dan afektif). Valkenburg (2006) menyatakan bahwa jika remaja mendapatkan umpan balik positif, hal itu akan meningkatkan rasa senang dan penerimaan diri sehingga *subjective well being*nya tinggi. Namun sebaliknya dengan umpan balik negatif yang didapatkan oleh remaja pada profil media sosialnya dapat menurunkan tingkat *subjective well being*nya. Adanya dampak negatif penggunaan media sosial seperti *cyberbullying*, dan depresi yang diakibatkan oleh *body shaping*, ejekan antar pengguna media sosial baik karena kepemilikan sesuatu yang dibagikan di media sosial maupun hal lainnya yang berdampak pada segi afektif remaja. Namun hal ini justru tidak berlaku pada remaja generasi Z.

Apabila dilihat dari karakteristik generasi Z, generasi ini memiliki karakteristik salah satunya tidak mudah terpengaruh mengenai nilai dan pandangan hidup akibat penggunaan teknologi khususnya media sosial (Kuperschmidt, 2000). Meskipun lahir pada masa perkembangan media sosial yang tinggi, karakteristik generasi Z ini masih memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial, sehingga apa yang didapatkan saat mengakses media sosial tidak berdampak secara afektif di kehidupan nyata, dengan adanya antisipasi sosial yang baik diketahui dari skala penggunaan media sosial aspek antisipasi positif atau *positive anticipation*.

Subjek yang terlibat dalam penelitian ini adalah generasi Z yang

masih berusia remaja antara usia 12–16 tahun, dimana pada rentang usia ini remaja sedang berada pada tahap identitas vs kebingungan, memiliki kebutuhan akan intimasi, motivasi untuk mencari jati diri. Pada masa ini remaja berusaha mencari harga diri dimana harga diri berkaitan dengan kepuasan hidup yang juga memiliki hubungan dengan *subjective well being* remaja tersebut (Sanrock, 2011). Adanya penetrasi antara penggunaan media sosial namun masih aktif di lingkungan sosial oleh generasi Z memberikan dampak pada memori berdasarkan pengalaman penggunaannya (kognitif) namun tidak berdampak pada segi afeksi karena adanya antisipasi positif oleh generasi Z itu sendiri sesuai karakteristiknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta sebagian besar masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan skor hasil distribusi kategorisasi menunjukkan penggunaan media sosial generasi Z SMP Negeri 11 Yogyakarta yaitu 53,40%. *Subjective well being* generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta juga sebagian besar masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan skor hasil distribusi kategorisasi menunjukkan *subjective well being* generasi Z SMP Negeri 11 Yogyakarta yaitu 86,41%.

Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan *subjective well being* generasi Z di SMP Negeri 11 Yogyakarta dengan koefisien korelasi 0.022 ($\alpha < 0.005$).

Hal ini berarti apabila penggunaan media sosial generasi Z tinggi maka *subjective well being* generasi Z cenderung tinggi. Namun apabila penggunaan media sosial generasi Z rendah, maka *subjective well being* generasi Z juga akan cenderung rendah. Terdapat sumbangan dari faktor lain yang cukup banyak yaitu 92,92% berdasarkan hasil penelitian hubungan antara penggunaan media sosial dan *subjective well being*, maka dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya.

Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat membuat instrumen penggunaan media sosial yang lebih mendetail, agar dapat lebih menggali data penggunaan media sosial baik jenis media sosial, rentang antar pemakaian satu media sosial ke media sosial lain, lama penggunaannya dan fungsi. Selain itu, peneliti juga lebih dapat menggali data yang lebih detail terkait penggunaan media sosial, seperti apa saja yang dilakukan ketika menggunakan media sosial, seperti melihat timeline, update status, mengupload foto atau video, bermain game.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot R., Croudace, T., Ploubidis G., Kuh D., et al., (2008). The relationship between earlier personality and midlife psychological well-being : evidence from a uk birth cohort study. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol* (2008). 43:679-687.
- Ahlqvist, T., Back, A., Heinonen, S., Halonen, M. (2008). Social media roadmaps: exploring the futures triggered by social media.

- Ahlqvist, T., Back, A., Heinonen, S., Halonen, M. (2010). Road mapping the societal transformation potential of social media. *Foresight*, 12(5), 3-26. doi:10.1108/14636681011075687
- Auliani, M (2011). Penggunaan media sosial. Yogyakarta: UGM Pers.
- Askalani, M. (2012). Staring the sun: identifying, understanding, and influencing social media users.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016). Saatnya jadi pokok perhatian pemerintah dan industri. Diunduh dari <https://www.apjii.or.id/>.
- Ayriza, Y., Setiawati, A., Nurhayati, S. (2019). Does sleep quality serve as a mediator between well-being and academic achievement?. *Cakrawala Pendidikan*: vol.38, doi: 10.21831/cp.v38i1.22181.
- Azwar, S (2009). Penyusunan skala psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S (2012). Reliabilitas dan validitas (ed. 4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2016). Metode penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumgardner, S. R., Crothers, M. K. (2009). *Positive psychology*. upper saddle river. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Bazarova, N. N., Choi, Y. H. (2014). Self disclosure in social media: extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social media networks sites. *Journal of communication*, 64, 635-657. doi:10.1111/jcom.12106
- Best, P., Manktelow, R., Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent well-being : a systematic narrative review. *Children And Youth Services Review*, 41, 27-36. doi:10.1016/j.childyouth.2014.03.001
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well being?. *Computers in human behavior*, 46, 26-37. Doi : 10.1016/j.chb.2014.12.053
- Carr, C.T., Hayes, R.A.(2015). Social media : defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46 - 65. Doi: 10 . 1080 / 15456870. 2015. 972282
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R.E., (2009). Subjective well-being: the science of happiness and life satisfaction. In Synder, C.R. & Lopez, S.J. (eds). *The handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.
- Diener, E., Scollon, C.N., & Lucas, R.E. (2009). The evolving concept of subjective well being: the multifaceted nature of happiness. New York: Springer Science Business Media.

- Diener, Ed., Emmons, R. A., Larsen, R.J., Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49, 1. doi:10.1207/15327775jpa4901_13
- Dunbar, R.I.M. (2016). Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks?. *r. soc.open sci*, 3. Doi : 10.1098/rsos.150292
- Huebner, S. (2001). *Manual for the multidimensional student's life satisfaction scale*. University of South Carolina Department of Psychology Columbia, SC 29208.
- Jalonen, H. (2014). Social media and emotions in organizational knowledge creation. *Computer Science and Information Systems*, 2, 1371-1379. Doi: 10.15439/2014F39
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S.L., Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of popular media culture*, 2(1), 38-50. doi:10.1037/a0030277
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. Doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kemp, S. (2015). Social, digital, & mobile in 2015: executive summary. Research on warc.
- Krejcie, Robert V. dan Daryle W. Morgan. 1970. *Determining Sample Size for Research Activities : educational and psychological measurement*. Vol. 30: 607-610.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation : teenagers use of social networking sites for intimacy, privacy, and self expression. *New media & society*, 10(3), 393-411. Doi: 10.1177 / 1461444808089415
- O' Keeffe, G.S., & Pearson, K.C. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800-804. Doi : 10.1542/peds.2011-0054
- O' Neil, B., Livingstone, S., McLaughlin, S. (2011). Final recommendation for methodology and research. LSE Research Online.
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2001). *Human development (8th ed)*. New York : McGrawHill.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan spss dan tanya jawab ujian pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Raghunathan, R., Corfman, K. (2006). Is happiness shared doubled and sadness shared halved ? social influence on enjoyment of hedonis experiences. *Journal of marketing research*, XLIII, 386-394.

- Rosenquist, J. N., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2011). Social network determinants of depression. *Molecular Psychiatry*, 16, 273-281. Doi: 10.1038 / mp.2010.13
- Santoso, A. (2010). *Statistika untuk psikologi: dari blog menjadi buku*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Santrock, J. W. (2009). *Life span development (12th ed)*. New York : McGraw-Hill.
- Santrock, J. W. (2011). *Masa perkembangan anak*. Edisi 11. Jakarta : Erlangga.
- Schimack, U. (2008). The structure of subjective well being. In Eid, M. & Larsen, R.J. *The science of well being*. New York : The Guilford Press.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Spraggrins, A. (2009). *Problematic use of online social networking sites for college students : prevalence, predictors, and association with well-being (Doctoral dissertation)*. University of Florida.
- Steinberg, L. D. (2002). *Adolescence (6th ed.)*. New York : McGraw-Hill.
- The economist (2019, 11 Maret). Teenagers are growing more anxious and depressed. <https://www.economist.com/unitedstates/2017/11/23/teenagers-are-growing-more-anxious-and-depressed?fsrc=scn/tw/te/pe/ed/>
- Trihendardi, C. (2009). *Step by step spss 16 analisis data statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Valkenburg, P.M., Peter, J., & Schouten, A.P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents 'well being and social self-esteem'. *Cyber Psychology & Behavior*, 9(5), 584-590.
- Watson, D., Clark, L.A. (1994). *The PANAS-X : manual for the positive and negative affect schedule-expanded form*. Department of Psychological & Brain Science Publications.
- Wulandari, R (2000). *Hubungan antara citra raga dengan intensitas melakukan body language pada wanita (skripsi)*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.