



Apakah aktivitas di media sosial memiliki hubungan dengan *psychological well-being*?

Fitriana Oktaviani^{a,1*}, Herlina Siwi Widiana^{b,2}, Fatwa Tentama^{c,3}

^{a,b,c}Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

¹fitriana1808044052@webmail.uad.ac.id; ²herlina.widiana@psy.uad.ac.id; ³fatwa.tentama@psy.uad.ac.id.

*Correspondent Author

Received: 02-09-2022

Revised: 12-09-2022

Accepted: 18-10-2022

KATAKUNCI

aktivitas aktif;
aktivitas pasif;
dewasa muda;
media sosial;
psychological well-being

ABSTRAK

Aktivitas mengakses media sosial dengan kurun waktu tertentu menjadi kegiatan yang dilakukan oleh kebanyakan dewasa muda dan memiliki risiko serta manfaat terhadap *psychological well-being*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan aktivitas pasif dan aktivitas aktif di media sosial dengan *psychological well-being* pada pengguna media sosial dewasa muda. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Partisipan pada penelitian ini terdiri dari 186 orang yang terdiri dari 135 perempuan dan 51 laki-laki dengan rentang usia 19-27 tahun. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang tersebar di beberapa provinsi Indonesia. Alat ukur yang digunakan ialah adaptasi *Ryff's Scales of Psychological Well-Being* dan kuesioner aktivitas di media sosial. Data dianalisis menggunakan teknik korelasi *Rank Spearman* dan diolah dengan IBM SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara aktivitas di media sosial baik aktif dan pasif dengan *psychological well-being*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa durasi menonton dan membaca konten serta frekuensi *posting* konten di media sosial tidak memiliki hubungan dengan *psychological well-being*. Hiburan menjadi konten yang paling banyak di akses oleh pengguna baik untuk ditonton maupun dibaca. Sementara TikTok merupakan media sosial dengan durasi yang paling lama di akses oleh dewasa muda.

Does social media activity have a relationship with psychological well-being?

Accessing social media for a certain time is an everyday activity among young adults and has risks and benefits to psychological well-being. This study aims to examine the relationship between passive and active activity on social media and psychological well-being among young adult social media users. The approach used in this study is a quantitative approach with the correlation method. Participants in this study consisted of 186 people consisting of 135 women and 51 men, aged 19-27 years old. The sampling method used a purposive sampling technique spread across several provinces in Indonesia. The measurement tools used are Ryff's Scales of Psychological Well-Being adaptations and activity questionnaires on social media. Data were analyzed using the Rank Spearman correlation technique and processed with IBM SPSS 23. The results showed no relationship between activity on social media, both active and passive, and psychological well-being. Therefore it can be concluded that the duration of watching and reading content and the frequency of posting content on social media have no relationship to

KEYWORDS

active activity;
passive activity;
psychological well-being;
social media;
young adults

psychological well-being. Entertainment is the most accessed content by users for watching and reading. While TikTok is a social media with the longest duration accessed by young adults.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Pendahuluan

Pada era 5.0 media sosial menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, budaya, pendidikan dan kesehatan. Penggunaan media sosial pun menjadi aktivitas *online* yang banyak diminati di Indonesia, terutama pada dewasa muda yakni usia 18-25 tahun (Arnett, 2014). Berdasarkan *Statista Research Department* pengguna media sosial Indonesia didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun. Sementara *Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, dan TikTok* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan (Ceci, 2021). Media sosial merupakan *platform* profil *online* pribadi atau publik untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya dan memungkinkan pengguna untuk membuat serta berbagi konten (Aichner *et al.*, 2021). Pengguna pun mendapatkan berbagai kemudahan dari media sosial, seperti membagi pengetahuan, promosi, saling menghibur, dan menjaga hubungan dengan orang lain yang berjarak dekat maupun lintas negara.

Terdapat beberapa tujuan dewasa muda menggunakan media sosial, seperti untuk keterlibatan sosial (Oh & Syn, 2015) dan pengumpulan informasi (Hughes *et al.*, 2012). Süral *et al.* (2019) menjelaskan dewasa muda menggunakan media sosial untuk bertemu dengan orang baru dan bersosialisasi, mengekspresikan diri dan terlihat lebih terkenal, serta menghabiskan waktu dan hiburan. Sebagian dewasa awal cenderung membuat tampilan di media sosialnya terlihat menarik untuk mendapatkan pengagum dan teman (Süral *et al.*, 2019). Namun penelitian lain menemukan, banyak pengguna media sosial menjadi pengguna pasif yang mana hanya mengonsumsi konten tanpa berpartisipasi (Escobar-Viera *et al.*, 2018; Orben *et al.*, 2018; Trifiro & Gerson, 2019).

Beragamnya tujuan menggunakan media sosial oleh dewasa muda diiringi dengan durasi penggunaan media sosial. Data menunjukkan rata-rata penggunaan media sosial Indonesia menghabiskan 3 jam 14 menit, jumlah ini melampaui rata-rata global yang hanya 2 jam dan 22 menit (Kemp, 2021). Hal ini perlu menjadi perhatian khusus, menilik selama pandemi Covid-19 penggunaan media sosial terus meningkat dan pada Oktober 2021 Indonesia menjadi pengguna media sosial terbesar ketiga di dunia (Kemp, 2021; Wolff, 2021). Disamping itu, hasil studi mengungkapkan aktivitas di media sosial dapat memberikan risiko, selain manfaat terhadap *psychological well-being* bergantung cara media sosial digunakan (Liu *et al.*, 2019).

Psychological well-being adalah cara individu menjalani kehidupan dengan perasaan yang baik dan mampu berfungsi secara efektif (Huppert, 2017). Burns (2017) menjelaskan *psychological well-being* adalah fungsi positif individu yang mencakup keterkaitan seseorang dengan orang lain dan sikap referensi diri yang mencakup rasa penguasaan dan pertumbuhan pribadi. Pendapat lainnya menerangkan *psychological well-being* adalah kemampuan individu memiliki penerimaan diri yang positif, mampu mengendalikan lingkungan, memiliki otonomi atas diri sendiri, berhubungan positif dengan orang lain, memiliki makna dan tujuan hidup, serta perasaan untuk selalu bertumbuh dan berkembang (Ryff, 2014). Terdapat enam dimensi *psychological well-being* yaitu penerimaan diri, hubungan positif, penguasaan lingkungan, pertumbuhan pribadi, tujuan hidup dan otonomi (Ryff, 2014).

Individu yang memiliki *psychological well-being* tinggi memberikan dampak positif seperti mengakui dan menerima berbagai aspek diri termasuk kualitas baik dan buruk, mengevaluasi diri dengan standar pribadi, memiliki perasaan perkembangan yang berkelanjutan (Ryff,

2014). Selanjutnya dampak positif lainnya dari *psychological well-being* tinggi adalah mampu mengontrol berbagai kesulitan aktivitas eksternal dengan baik, memiliki makna untuk kehidupan sekarang dan masa lalu, memiliki hubungan yang hangat dan memuaskan dengan orang lain serta peduli tentang kesejahteraan orang lain (Ryff, 2014).

Diketahui juga *psychological well-being* rendah akan memberikan dampak negatif terhadap personal maupun interpersonal. Dampak negatif secara personal dari rendahnya *psychological well-being* adalah merasa tidak puas dengan diri sendiri, bergantung pada penilaian orang lain untuk membuat keputusan penting, merasa tidak mampu mengembangkan sikap atau perilaku baru, memiliki kesulitan mengatur urusan sehari-hari, dan memiliki sedikit tujuan atau sasaran (Ryff, 2014). Secara interpersonal, rendahnya *psychological well-being* mengakibatkan individu memiliki sedikit hubungan dekat dan saling percaya dengan orang lain; merasa sulit untuk menjadi hangat, terbuka, peduli tentang orang lain, terisolasi dan frustrasi dalam hubungan interpersonal, tidak mau berkompromi untuk mempertahankan ikatan penting dengan orang lain (Ryff, 2014).

Beberapa penelitian terdahulu mendapati sejumlah dewasa muda memiliki *psychological well-being* yang rendah. Penelitian sebelumnya kepada 385 mahasiswa berusia 20-21 tahun menemukan selama masa pandemi Covid-19, diantaranya sebanyak 196 orang (51,4%) di Kabupaten Karawang memiliki tingkat *psychological well-being* yang rendah (Rahmawati *et al.*, 2022). Penelitian sebelumnya kepada 400 pengguna media sosial berusia 18-25 tahun, juga menunjukkan sebanyak 26% atau 104 orang memiliki *psychological well-being* yang rendah (Savitri, 2019). Hasil yang serupa ditemukan pada mahasiswa di Bandung, dimana sebanyak 38% dari 79 mahasiswa memiliki *psychological well-being* yang rendah.

Penelitian sebelumnya merangkan bahwa menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain secara positif dikaitkan dengan tingkat *psychological well-being* yang lebih tinggi (Choi & Noh, 2019; Liu *et al.*, 2019). Hal tersebut atas dasar bahwa komunikasi digital dapat memberikan kebahagiaan karena dapat terhubung dengan orang lain (Liu *et al.*, 2019). Lain halnya ketika komentar di media sosial menjadi sumber penilaian diri, sehingga terdapat risiko lebih tinggi terhadap *psychological well-being* yang lebih buruk (Sabik *et al.*, 2020). Hasil penelitian sebelumnya dari Twenge dan Campbell (2019), menemukan pengguna media sosial berat yakni 5 jam lebih cenderung tidak bahagia, berada dalam kesejahteraan yang rendah, atau memiliki faktor risiko bunuh diri seperti depresi, ide bunuh diri, atau percobaan bunuh diri di masa lalu. Selanjutnya penurunan *psychological well-being* terbesar terjadi antara penggunaan sedang dan penggunaan berat (Twenge & Campbell, 2019).

Melihat tinggi dan rendahnya aktivitas menggunakan media sosial memiliki hubungan dengan *psychological well-being* berdasarkan kajian sebelumnya, sehingga penting meneliti hubungan antara aktivitas di media sosial dengan *psychological well-being*. Sejumlah penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan aktivitas di media sosial memiliki hubungan yang berbeda dengan *psychological well-being* (Azharuddin & Qodariah, 2021; Kusuma, 2021; Prastowo, 2021). Hasil penelitian sebelumnya kepada 177 mahasiswa di Kota Bandung menunjukkan hubungan negatif antara adiksi media sosial dengan *psychological well-being* pada mahasiswa di Kota Bandung. Temuan tersebut menjelaskan semakin rendah adiksi media sosial mahasiswa maka semakin tinggi *psychological well-being* yang dimiliki mahasiswa, dan sebaliknya semakin tinggi adiksi media sosial mahasiswa maka semakin rendah *psychological well-being* yang dimiliki mahasiswa (Azharuddin & Qodariah, 2021). Temuan Azharuddin dan Qodariah (2021) juga menerangkan mayoritas responden termasuk kategori adiksi media sosial yang rendah dan memiliki *psychological well-being* yang tinggi.

Studi lainnya pada 358 pengguna *Instagram* usia 18-25 tahun, menunjukkan bahwa penggunaan pasif di *Instagram* berperan negatif terhadap *psychological well-being* (Prastowo, 2021). Temuan Prastowo (2021) menjelaskan pentingnya penggunaan media sosial aktif yang mendukung interaksi sosial dan evaluasi positif akan diri sendiri. Hal tersebut berdasarkan hasil *psychological wellbeing* partisipan cenderung baik dengan pengalaman-pengalaman hidup yang dipersepsi secara positif maupun negatif. Hasil penelitian yang berbeda pada 358

pengguna aktif *Instagram* usia 18-29 tahun ditemukan oleh Kusuma (2021), adanya pengaruh positif penggunaan *Instagram* terhadap *psychological well-being*, terutama pada dimensi interaksi penggunaan *Instagram*. Pada penelitian Kusuma (2021), penggunaan *Instagram* diukur berdasarkan interaksi pengguna, *broadcasting* dan *posting* di *Instagram*, di mana ketiga aktivitas tersebut termasuk aktivitas aktif di media sosial. Dapat disimpulkan aktivitas aktif di media sosial memiliki hubungan positif dengan *psychological well-being*, sedangkan aktivitas pasif di media sosial memiliki hubungan negatif dengan *psychological well-being*.

Adanya perbedaan hubungan antara aktivitas media sosial dengan *psychological well-being* yang sejalan antara penelitian di Indonesia dan mancanegara, dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara aktivitas pasif dan aktivitas aktif di media sosial dengan *psychological well-being* pengguna media sosial dewasa muda. Pada penelitian sebelumnya, media sosial yang diteliti hanya terbatas pada salah satu *platform* media sosial sedangkan di Indonesia pengguna media sosial aktif mengakses lebih dari satu jenis media sosial (Wolff, 2021a). Oleh karena itu, pada penelitian ini *platform* media sosial yang diteliti adalah *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Twitter*. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah H1: Terdapat hubungan positif antara aktivitas aktif di media sosial dengan *psychological well-being*; H2: Terdapat hubungan negatif antara aktivitas pasif di media sosial dengan *psychological well-being*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial pada usia dewasa muda yang aktif menggunakan salah satu media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter*, dan *Youtube*. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 186 orang dengan rentang usia 19-27 tahun (Mean=20,05; SD=1.87). Sampel penelitian berasal dari beberapa provinsi di Pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara Barat dan Papua. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling*, didasarkan pada ketersediaan dan kebersediaan subjek penelitian. Proses ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner *online* dengan *google form* dibantu oleh beberapa tenaga pengajar di Yogyakarta, Makassar, Kalimantan dan Lampung serta diberikan secara langsung oleh peneliti. Setiap partisipan penelitian memberikan nama secara anonim dan mengisi *inform concern* secara *online* sebelum berpartisipasi dalam penelitian yang menjadi syarat dalam pengisian kuesioner. Pernyataan kerahasiaan data partisipan disampaikan bersamaan dengan penjelasan tujuan penelitian pada awal bagian *google form*.

Pengukuran aktivitas media sosial menggunakan kuesioner berupa pertanyaan durasi aktivitas di media sosial (*Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter*), durasi menonton dan membaca di setiap media sosial, frekuensi *posting* konten, dan jenis konten media sosial. Pengukuran *psychological well-being* menggunakan 11 aitem adaptasi dari *Ryff's Scales of Psychological Well-Being* 18 item (Ryff et al., 2010). Sebelas aitem skala *psychological well-being* disusun berdasarkan dimensi penerimaan diri, tujuan hidup, penguasaan lingkungan, hubungan positif, pertumbuhan pribadi, dan otonomi. Skala pengukuran menggunakan skala likert dengan tujuh kategori jawaban yaitu 1=sangat setuju; 2=agak setuju; 3=sedikit setuju; 4=netral; 5=sedikit tidak setuju; 6=agak tidak setuju; 7=sangat tidak setuju. Skala *psychological well-being* memiliki *factor loading* dan nilai AVE lebih besar dari 0,50 dan *composite reliability*=0,830. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif guna mengetahui gambaran data penelitian dan analisis korelasi melalui teknik *Rank Spearman* untuk menguji hipotesis. Data dianalisis menggunakan program IBM SPSS 23.

Hasil

Berdasarkan data penelitian, mayoritas partisipan adalah mahasiswa di pulau Jawa dan didominasi usia 19-20 tahun. Partisipan penelitian juga didominasi oleh perempuan, dan

mayoritas tinggal bersama keluarga. Data partisipan penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Data Partisipan Penelitian

Kategori	Jumlah	%
Jenis Kelamin		
Pempuan	135	73%
Laki-laki	51	27%
Usia		
19-20	146	78%
21-23	27	15%
24-25	3	2%
26-27	10	5%
Asal (Provinsi)		
Pulau Sumatera	27	15%
Pulau Jawa	84	45%
Pulau Kalimantan	68	37%
Pulau Sulawesi	3	2%
Nusa Tenggara	2	1%
Papua	2	1%
Pekerjaan		
Mahasiswa	177	95%
Karyawan swasta	3	2%
Pendidik	3	2%
Lainnya	3	2%
Status Pernikahan		
Belum Menikah	182	98%
Belum Menikah	3	2%
Lainnya	1	1%
Status Tinggal		
Keluarga	123	66%
Sendiri - kos	55	30%
Lainnya	8	4%

Hasil uji hipotesis menggunakan korelasi *rank spearman* mendapati tidak ada hubungan antara aktivitas pasif di media sosial dengan *psychological well-being* ($p>0,05$) dan tidak ada hubungan antara aktivitas aktif di media sosial dengan *psychological well-being*. Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan hipotesis 1 dan hipotesis 2 yang diajukan pada penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini menjelaskan baik aktivitas pasif berdasarkan durasi mengakses media sosial dan aktivitas aktif berdasarkan frekuensi *posting* di media sosial tidak memiliki hubungan dengan *psychological well-being* pengguna. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Uji Hipotesis dengan Analisis Korelasi *Rank Spearman*

<i>Correlations</i>	<i>Coefficient</i>	<i>p-value</i>
Pasif di media sosial - <i>Psychological well-being</i>	-,114	,120
Aktiv di media sosial - <i>Psychological well-being</i>	,005	,951

Hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian pada Tabel 3 menunjukkan data variabel tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$). Kategorisasi *psychological well-being* pengguna media sosial ditentukan berdasarkan data empirik dan batas antar kategori berdasarkan persentil (20, 40, 60, dan 80).

Tabel 3.
Hasil Analisis Statistik

Name	Psychological Well-Being
Mean	61,882
Median	63
Min	33
Max	77
Pecentile	
20	55
40	61
60	65
80	70
Excess kurtosis	0,269
Skewness	-0,692
Cramer-van Mises p value	0,001

Temuan penelitian mengungkapkan mayoritas pengguna media sosial memiliki *psychological well-being* kategori tinggi dan sedang. Hal tersebut menunjukkan *psychological well-being* yang dimiliki oleh pengguna media sosial tergolong baik. Hasil kategorisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Kategorisasi *Psychological Well-Being*

Kategori	Norma	Frekuensi	Prosentase
Sangat tinggi	$X \geq 69,6$	37	19,89%
Tinggi	$65 \leq X < 69,6$	42	22,58%
Sedang	$60 \leq X < 65$	41	22,04%
Rendah	$55 \leq X < 60$	35	18,82%
Sangat rendah	$X < 55$	31	16,67%

Hasil analisis data deskriptif menunjukkan media sosial yang paling banyak digunakan oleh dewasa muda adalah *Instagram*, namun *TikTok* menjadi media sosial dengan pengguna yang paling banyak diakses dengan durasi terlama. Durasi penggunaan *Instagram* dan *Youtube* tidak jauh berbeda serta terdapat kesamaan durasi penggunaan pada *Twitter* dan *Youtube*. Data jumlah pengguna dan durasi menggunakan media sosial dapat dilihat di Tabel 5.

Tabel 5.
Jumlah pengguna dan durasi menggunakan media sosial

No	Media Sosial	Total Pengguna	Jumlah				
			> 4 jam	> 2.5 - 4 jam	> 1 - 2.5 jam	< 1 jam	0 jam
1	<i>Instagram</i>	179	29	22	57	71	7
2	<i>Youtube</i>	169	26	30	41	72	17
3	<i>TikTok</i>	152	35	41	48	28	34
4	<i>Twitter</i>	96	3	12	56	25	90
5	<i>Facebook</i>	85	2	6	26	51	101

Hasil analisis mengungkapkan mayoritas dewasa muda menggunakan media sosial secara pasif seperti menonton atau membaca konten, dibandingkan dengan frekuensi aktivitas aktif di media sosial yang tidak menentu seperti posting berupa stories, reels, maupun feeds. Selanjutnya lebih banyak pengguna media sosial yang menghabiskan waktunya dengan menonton konten di media sosial dibandingkan membaca, dan jenis konten hiburan paling banyak diminati oleh pengguna baik untuk ditonton maupun dibaca. Data aktivitas di media sosial berdasarkan jenis konten dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.
Aktivitas di media sosial berdasarkan jenis konten

Aktivitas Pasif	> 4 jam	> 2.5 - 4 jam	> 1 - 2.5 jam	< 1 jam	0 jam
Menonton					
Hiburan	28	39	57	58	4
Edukasi	3	29	53	84	17
Berita/ Informasi	5	25	52	95	9
Kisah inspiratif	6	35	51	71	23
Cerita/ Aktivitas teman	8	18	49	89	22
Membaca					
Hiburan	15	23	45	88	15
Edukasi	3	19	36	107	21
Berita/ Informasi	5	18	34	113	16
Kisah inspiratif	6	23	31	102	24
Cerita/ Aktivitas teman	8	11	29	101	37
Aktivitas Aktif	Tidak tentu	> 4 kali/hari	2 - 4 kali/hari	1x/hari	2 - 4 kali/minggu
Posting					
Stories	138	8	13	13	14
Reels	165	2	4	9	6
Feeds	164	5	3	8	6

Temuan lainnya menunjukkan jenis konten yang paling banyak diunggah oleh pengguna adalah aktivitas bersama teman, namun dalam aktivitas pasif pengguna tidak lama ketika menonton atau membaca aktivitas teman. Selain itu aktivitas liburan menjadi jenis konten kedua yang paling banyak pengguna unggah. Pengguna juga cukup banyak mengunggah konten hiburan. Data jenis konten yang di unggah oleh pengguna pada Tabel 7.

Tabel 7.
Jenis Konten yang di unggah oleh pengguna

Konten	Jumlah	%
Aktivitas bersama teman	140	75%
Liburan	120	65%
Hiburan/Entertaint	112	60%
Aktivitas bersama keluarga	92	49%
Informasi	76	41%
Edukasi	47	25%
Pengalaman hidup	43	23%
Religi	43	23%
Aktivitas kerja	36	19%
Marketing / Promosi produk	34	18%

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan aktivitas pasif maupun aktif di media sosial tidak memiliki hubungan dengan *psychological well-being* pengguna. Hal tersebut didukung dengan hasil temuan yang memperlihatkan mayoritas *psychological well-being* pengguna media sosial berada dalam kategori tinggi dan sedang. Hal ini menunjukkan, walaupun mengakses media sosial dalam kurun waktu tertentu, namun pengguna memiliki *psychological well-being* cukup baik. Selain itu, meski frekuensi posting di media sosial lebih sedikit dibandingkan aktivitas pasif berupa menonton dan membaca, namun hal tersebut tidak berkaitan dengan *psychological well-being* pengguna.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan aktivitas pasif memiliki hubungan negatif terhadap *psychological well-being* (Prastowo, 2021) dan aktivitas aktif memiliki hubungan positif terhadap *psychological well-being* (Kusuma, 2021). Tidak adanya hubungan antara aktivitas di media sosial dengan *psychological well-being*, didukung oleh hasil temuan lainnya yang mengungkapkan bahwa konten hiburan di media sosial lebih banyak diminati dan diakses lebih lama oleh pengguna baik untuk ditonton maupun dibaca, daripada jenis konten lainnya seperti berita atau informasi, edukasi, kisah inspiratif dan aktivitas teman. Hal tersebut didukung dengan temuan penelitian yang menunjukkan mayoritas pengguna media sosial dewasa muda menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan. Artinya, durasi beraktivitas di media sosial tidak memiliki hubungan dengan *psychological well-being* karena pengguna lebih lama mengakses media sosial untuk menikmati konten hiburan. Dengan demikian dapat disampaikan bahwa konten hiburan banyak diminati oleh dewasa muda karena hiburan memberikan kepuasan intrinstik kepada pengguna seperti memunculkan emosi kegembiraan, kagum dan bersyukur, serta mengelola suasana hati negatif secara positif (Eden *et al.*, 2020). Selain itu data menunjukkan selama pandemik Covid-19 terdapat peningkatan mengakses video hiburan (Populix, 2022).

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya kepada 213 mahasiswa yang mengungkapkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara aktivitas penggunaan *Instagram* terhadap *psychological well-being* mahasiswa (Gewys, 2021). Selain itu hasil penelitian ini turut mendukung penelitian dari Nafisa (2020) yang menemukan tidak adanya hubungan antara frekuensi posting di media sosial dengan *psychological well-being*. Temuan tersebut menjelaskan bawa *online self-disclosure* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *psychological well-being* terhadap 115 remaja pengguna *Instagram* di Yogyakarta. *Online self-disclosure* merupakan aktivitas mengunggah konten tentang diri sendiri di media sosial.

Temuan lainnya dari penelitian ini mengungkapkan mayoritas pengguna dewasa muda mengunggah konten yang berhubungan dengan aktivitas bersama teman. Hasil temuan ini menggambarkan bahwa mengunggah aktivitas bersama teman merupakan bentuk kedekatan antar teman dan untuk menjaga hubungan pertemanan. Sejalan dengan temuan sebelumnya yang menjelaskan mengunggah kegiatan bersama teman merupakan cara untuk menjaga hubungan, tingkat kepuasan dalam persahabatan, dan solidaritas persahabatan (Redd *et al.*, 2020).

Hasil penelitian selanjutnya menjelaskan mayoritas dewasa muda menggunakan *Youtube*, *Instagram*, dan *TikTok*. Temuan ini sejalan dengan survei sebelumnya kepada 890 orang yang tersebar di pulau Jawa dan kota-kota lainnya di Indonesia yang menjelaskan bahwa 94% responden menggunakan *Youtube*, 93% *Instagram* dan 63% *TikTok* (Populix, 2022). Temuan ini menjelaskan adanya persamaan media sosial yang digunakan oleh dewasa muda di wilayah Indonesia. Rendahnya pengguna *Facebook* pada dewasa muda di penelitian ini mendukung hasil survei sebelumnya yang menjelaskan adanya penurunan pengguna aktif *Facebook* di Indonesia (Katadata Insight Center, 2022).

Penelitian ini memperlihatkan bahwa mayoritas pengguna dewasa muda menghabiskan waktu lebih dari 2.5 jam (dalam satu hari) untuk mengakses *TikTok*, temuan ini sejalan dengan survei sebelumnya bahwa sebanyak 40% dari 890 responden di Indonesia menggunakan

TikTok lebih dari 2 jam (Populix, 2022). Sejalan dengan studi sebelumnya yang menjelaskan *TikTok* banyak diminati karena fitur *short video* dan nilai hiburan yang tinggi (Ma *et al.*, 2019). Selain itu, temuan penelitian ini juga mendapati mayoritas pengguna dewasa muda menonton konten hiburan dalam kurun waktu lebih dari 2.5 jam. Durasi menggunakan *Youtube* dan *Instagram* pada penelitian ini adalah kurang dari 2.5 jam, temuan ini sejalan dengan hasil survei kepada 10,000 responden yang menerangkan bahwa mayoritas responden menggunakan *Youtube* dan *Instagram* selama kurang dari 2 jam (Katadata Insight Center, 2022). Hasil penelitian ini menunjukkan konten di *TikTok* lebih diminati oleh pengguna dibandingkan *Youtube* dan *Instagram*.

Pada penelitian ini aktivitas aktif seperti interaksi dengan pengguna lain baik memberikan komentar, *chatting*, memberikan *feedback* menjadi keterbatasan pada penelitian ini. Selain itu jenis konten yang diteliti masih terbatas, belum semua jenis konten diteliti pada penelitian ini. Diharapkan pada penelitian selanjutnya jenis aktivitas aktif dan jenis konten di media secara mendalam dapat diteliti lebih lanjut

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya hubungan antara aktivitas (pasif dan aktif) di media sosial dengan *psychological well-being*. Aktivitas pasif berdasarkan durasi menonton dan membaca konten serta frekuensi posting konten di media sosial tidak ada hubungan dengan *psychological well-being*. Hiburan menjadi konten yang paling banyak di akses oleh pengguna dan *TikTok* merupakan media sosial dengan durasi yang paling lama di akses. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pembuat konten di media sosial untuk menumbuhkan minat membaca yang lebih tinggi kepada pengguna media sosial dengan membuat konten bacaan yang lebih menarik dan ringan. Mengingat media sosial memiliki potensi sebagai media meningkatkan minat baca dewasa muda, yang mana berdasarkan penelitian ini durasi menonton konten di media sosial lebih lama dibandingkan dengan aktivitas membaca.

Daftar Pustaka

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.
- Azharuddin, N. R., & Qodariah, S. (2021). Hubungan adiksi media sosial dengan psychological well-being pada mahasiswa di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 168–172. <https://doi.org/10.29313/v0i0.28224>
- Burns, R. A. (2017). *Psychosocial well-being BT - encyclopedia of geropsychology* (N. A. Pachana (ed.)). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-287-082-7_251
- Ceci, L. (2021, May 13). *TikTok: number of users in selected countries 2020*. <https://www.statista.com/statistics/1202979/number-of-monthly-active-tiktok-users/>
- Choi, D.-H., & Noh, G.-Y. (2019). The influence of social media use on attitude toward suicide through psychological well-being, social isolation, and social support. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1427–1443. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1574860>
- Eden, A. L., Johnson, B. K., Reinecke, L., & Grady, S. M. (2020). Media for coping during COVID-19 social distancing: Stress, anxiety, and psychological well-being. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–21. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577639>

- Escobar-Viera, C. G., Shensa, A., Bowman, N. D., Sidani, J. E., Knight, J., James, A. E., & Primack, B. A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 437-443. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0668>
- Gewys, A. N. (2021). *Pengaruh aktivitas penggunaan media sosial terhadap psychological well-being pada mahasiswa* [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Huppert, F. A. (2017). Challenges in defining and measuring wellbeing and their implications for policy. In *Future Directions in Well-Being: Education, Organizations and Policy*. 163-167. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56889-8_28
- Katadata Insight Center. (2022, Januari 19). *Status literasi digital di Indonesia ringkasan eksekutif*. <https://katadata.co.id/StatusLiterasiDigital>
- Kemp, S. (2021, February 11). *Digital 2021: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kusuma, I. J. (2021). *Penggunaan instagram dan pengaruhnya terhadap kondisi psychological well-being individu* [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Liu, D., Baumeister, R. F., Yang, C. C., & Hu, B. (2019). Digital communication media use and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 24(5), 259-273. <https://doi.org/10.1093/cc/zmz013>
- Ma, L., Feng, J., Feng, Z., & Wang, L. (2019). Research on user loyalty of short video app based on perceived value - Take tik tok as an example. *2019 16th International Conference on Service Systems and Service Management, ICSSSM 2019*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2019.8887751>
- Nafisa, N. (2020). *Hubungan online self-disclosure dan penerimaan positive feedback di media sosial instagram dengan psychological well-being pada remaja di DI Yogyakarta* [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Oh, S., & Syn, S. Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 66 (10), 2045-2060. <https://doi.org/10.1002/asi.23320>
- Orben, A. C., Mutak, A., Dablander, F., Hecht, M., Krawiec, J. M., Valkovičová, N., & Kosıte, D. (2018). From face-to-face to Facebook: Probing the effects of passive consumption on interpersonal attraction. *Frontiers in Psychology*, 9,1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01163>
- Populix. (2022, Juni 9). *Social media habit and internet safety*. <https://info.populix.co/report/social-media-habit-and-internet-safety-2/>
- Prastowo, A. (2021). *Penggunaan media sosial pasif dan psychological wellbeing pengguna instagram dewasa awal pada masa pandemi COVID-19: Mixed methods* [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Rahmawati, P. N., Dimala, C. P., & Hemasti, R. A. G. (2022). Psychological well-being ditinjau dari prokrastinasi akademik pada mahasiswa di kabupaten Karawang dimasa pandemi COVID-19. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(2), 71-76
- Redd, R., Regen, M., McPherson, M., Shaw, S., Cole, A., Johnson, K., Lane, B., & Manning, L. (2020). "We post pictures to prove we are best friends": iGen friendship characteristics and maintenance strategies. *Iowa Journal of Communication*, 52(2). 87-106
- Ryff, C. D. (2014). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 83(1), 10-28.

- <https://doi.org/10.1159/000353263>
- Ryff, C. D., Seeman, T., & Weinstein, M. (2010). *National survey of Midlife Development in the United States (MIDUS II): Biomarker project, 2004-2009*. Inter-university Consortium for Political and Social Research.
- Sabik, N.J., Falat, J. & Magagnos, J. (2020). When self-worth depends on social media feedback: associations with psychological well-being. *Sex Roles*, 82, 411-421. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01062-8>
- Savitri, J. A. (2019). Fear of missing out dan kesejahteraan psikologis individu pengguna media sosial di usia emerging adulthood. *Acta Psychologia*, 1(1), 87-96. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43361>
- Süral, I., Griffiths, M. D., Kircaburun, K., & Emirtekin, E. (2019). Trait emotional intelligence and problematic social media use among adults: The mediating role of social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 336-345. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-0022-6>
- Trifiro, B. M., & Gerson, J. (2019). Social media usage patterns: Research note regarding the lack of universal validated measures for active and passive use. *Social Media+ Society*, 5(2), 1-4. <https://doi.org/10.1177/2056305119848743>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 311-331. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>
- Wolff, H. N. (2021, August 16). *Social media in Indonesia-statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/8306/social-media-in-indonesia>