

**PENGARUH MOTIF DAN *SELF DISCLOSURE* PADA MEDIA  
SOSIAL TERHADAP *SUBJECTIVE WELL BEING*  
MAHASISWA**

**SKRIPSI**



oleh

**Dina Auliyatus Sakinah  
NIM. 16410122**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**PENGARUH MOTIF DAN *SELF DISCLOSURE* PADA MEDIA SOSIAL  
TERHADAP *SUBJECTIVE WELL BEING* MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

oleh

**Dina Auliyatus Sakinah  
NIM 16410122**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

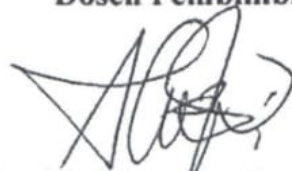
PENGARUH MOTIF DAN *SELF DISCLOSURE* PADA MEDIA SOSIAL  
TERHADAP *SUBJECTIVE WELL BEING* MAHASISWA

SKRIPSI

oleh

**Dina Auliyatus Sakinah**  
NIM 16410122

Telah disetujui oleh:  
**Dosen Pembimbing**



**Aprilia Mega Rosdiana, M.Si**  
19900410201802012002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



**Dr. Siti Mahmudah, M.Si**  
NIP. 19671029 199403 2 001

**SKRIPSI**

**PENGARUH MOTIF DAN *SELF DISCLOSURE* PADA MEDIA SOSIAL  
TERHADAP *SUBJECTIVE WELL BEING* MAHASISWA**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal, 14 Januari 2021

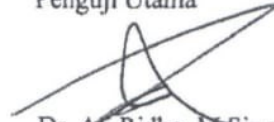
Susunan Dewan Penguji

**Dosen Pembimbing**



Aprilia Mega Rosdiana, M.Si  
1990041020180201200

**Anggota Penguji Lain  
Penguji Utama**



Dr. Ali Ridho, M.Si  
NIP. 19780429 200604 1001

**Anggota**



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M. Si  
NIP. 19760512 200312 1002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Tanggal, 14 Januari 2021

**Mengesahkan**

**Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. Siti Mahmudah, M.Si  
NIP. 19671029 199403 2 001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dina Auliyatus Sakinah

NIM : 16410122

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Pengaruh Motif dan Self Disclosure pada Media Sosial terhadap Subjective Well Being Mahasiswa”**, adalah benar-benar karya sendiri baik sebagian ataupun keseluruhan. Jika dikemudian hari ada claim dari pihak lain bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 4 Januari 2021  
Penulis,



Dina Auliyatus Sakinah  
NIM 16410122

**MOTTO**

*“Inna ma’al ‘usri Yusro, Wa inna ma’al ‘usri Yusro”*

-Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan-

***-Life Goes On-***

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Orang tua peneliti yaitu Ayahanda Syamsuri dan Ibu Kholifah,

Orang tua asuh saya Ayah Heri dan Ibu Huliyah yang telah memberikan dukungan sepenuhnya kepada peneliti serta doa beliau yang tiada henti untuk kesuksesan anaknya. Karya ini saya persembahkan sebagai wujud terima kasih atas perjuangan dan pengorbanan kalian yang telah membawa saya pada titik ini.

Tidak lupa kepada teman-teman yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini, sehingga saya kembali menemukan motivasi untuk terus menyelesaikannya.

Terakhir, untuk saya sendiri yang sudah mampu terus bertahan menyelesaikan karya ini walaupun masih jauh dari kata sempurna.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kehadiran Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak di hari akhir.

Karya ini tidak akan pernah ada tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Muhammad Jamaluddin, M.Si, selaku ketua jurusan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Aprilia Mega Rosdiana, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak membantu dalam memberikan saran, nasihat, arahan, dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Segenap civitas akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya seluruh dosen yang telah memberikan pengalaman dan ilmu berharga bagi penulis.
6. Ayah, Ibu, Kakak dan Adik yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi kepada penulis sampai saat ini.
7. Seluruh teman-teman di angkatan 2016, yang berjuang bersama-sama untuk meraih mimpi, terima kasih atas kenang-kenangan indah yang dirajut bersama-sama dalam menggapai tujuan masing-masing.
8. Seluruh teman-teman psikologi angkatan 2020 yang telah bersedia mengisi kuisioner pada penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar.



9. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung baik moril maupun materil.

Semoga Allah SWT. Memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi menyempurnakan karya ilmiah ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Malang, 4 Januari 2021  
Penulis,

Dina Auliyatus Sakinah

## DAFTAR ISI

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL.....          | i     |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....     | ii    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....     | iii   |
| SURAT PERNYATAAN.....       | iv    |
| MOTTO .....                 | v     |
| PERSEMBAHAN.....            | vi    |
| KATA PENGANTAR .....        | vii   |
| DAFTAR ISI.....             | ix    |
| DAFTAR TABEL.....           | xiv   |
| DAFTAR GAMBAR .....         | xv    |
| ABSTRAK .....               | xvi   |
| ABSTRACT .....              | xvii  |
| مستخلص البحث.....           | xviii |
| BAB I.....                  | 1     |
| PENDAHULUAN .....           | 1     |
| A. Latar Belakang .....     | 1     |
| B. Rumusan Masalah .....    | 14    |
| C. Tujuan Penelitian .....  | 14    |
| D. Manfaat Penelitian ..... | 15    |
| 1. Manfaat Teoritis .....   | 15    |
| 2. Manfaat Praktis .....    | 15    |
| BAB II.....                 | 16    |
| KAJIAN TEORI .....          | 16    |

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. <i>Subjective Well Being</i> .....                                                                            | 16 |
| 1. Pengertian <i>Subjective Well Being</i> .....                                                                 | 16 |
| 2. Aspek <i>Subjective Well Being</i> .....                                                                      | 16 |
| 3. Faktor yang Membentuk <i>Subjective Well Being</i> .....                                                      | 19 |
| 4. <i>Subjective Well Being</i> dalam Pemikiran Islam.....                                                       | 21 |
| B. Motif Menggunakan Media Sosial.....                                                                           | 23 |
| 1. <i>Uses And Gratification Theory</i> .....                                                                    | 23 |
| 2. Motif Penggunaan Media Sosial .....                                                                           | 24 |
| 3. Komponen Motif Penggunaan Media Sosial .....                                                                  | 26 |
| 4. Motif Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Islam .....                                                    | 27 |
| C. <i>Self Disclosure</i> .....                                                                                  | 29 |
| 1. Pengertian <i>Self Disclosure</i> .....                                                                       | 29 |
| 2. Aspek-aspek <i>Self Disclosure</i> .....                                                                      | 31 |
| 3. Fungsi <i>Self Disclosure</i> .....                                                                           | 33 |
| 4. <i>Self Disclosure</i> Menurut Pemikiran Islam .....                                                          | 36 |
| D. Pengaruh antar Variabel.....                                                                                  | 37 |
| 1. Pengaruh Motif Menggunakan Media Sosial dan <i>Subjective Well Being</i> .                                    | 37 |
| 2. Pengaruh <i>Self Disclosure</i> Dan <i>Subjective Well Being</i> .....                                        | 38 |
| 3. Pengaruh Motif dan <i>Self Disclosure</i> Melalui Media Sosial Terhadap<br><i>Subjective Well Being</i> ..... | 39 |
| E. Hipotesis Penelitian.....                                                                                     | 41 |
| BAB III .....                                                                                                    | 42 |
| METODE PENELITIAN.....                                                                                           | 42 |
| A. Rancangan Penelitian .....                                                                                    | 42 |
| B. Identifikasi Variabel Penelitian .....                                                                        | 42 |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| C. Definisi Operational.....                     | 43 |
| 1. <i>Subjective Well Being</i> .....            | 43 |
| 2. Motif Menggunakan Media Sosial.....           | 44 |
| 3. <i>Self Disclosure</i> .....                  | 44 |
| D. Populasi dan Sample .....                     | 45 |
| 1. Populasi.....                                 | 45 |
| 2. Sampel.....                                   | 45 |
| E. Metode Pengumpulan Data.....                  | 46 |
| F. Intrumen Penelitian .....                     | 47 |
| 1. Alat Ukur <i>Subjective Well Being</i> .....  | 47 |
| 2. Alat Ukur Motif Menggunakan Media Sosial..... | 48 |
| 3. Alat Ukur <i>Self Disclosure</i> .....        | 51 |
| G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....          | 53 |
| 1. Uji Validitas .....                           | 53 |
| 2. Uji Reliabilitas.....                         | 58 |
| H. Metode Analisis Data.....                     | 60 |
| 1. Uji Deskripsi Data.....                       | 60 |
| a. Mean Hipotetik.....                           | 60 |
| b. Standar Deviasi .....                         | 61 |
| c. Menentukan Kategorisasi.....                  | 61 |
| 2. Uji asumsi Klasik .....                       | 61 |
| a. Uji Normalitas .....                          | 62 |
| c. Uji Multikolinearitas .....                   | 62 |
| d. Uji Heteroskedastisitas .....                 | 63 |
| 3. Uji Hipotesis.....                            | 63 |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| a. Uji Regresi Linier Berganda.....             | 63 |
| b. Uji t.....                                   | 64 |
| c. Uji F.....                                   | 64 |
| d. Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) ..... | 65 |
| BAB IV .....                                    | 66 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....                       | 66 |
| A. Pelaksanaan Penelitian .....                 | 66 |
| 1. Deskripsi Tempat Penelitian .....            | 66 |
| 2. Waktu dan Tempat Penelitian .....            | 66 |
| 3. Subjek Penelitian.....                       | 67 |
| 4. Teknis Penelitian .....                      | 67 |
| B. Pemaparan Hasil Penelitian.....              | 68 |
| 1. Uji Deskripsi Data Hasil Penelitian .....    | 68 |
| a. Skor Hipotetik dan Skor Empirik.....         | 68 |
| b. Deskripsi Kategori Data .....                | 69 |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                      | 73 |
| a. Uji Normalitas .....                         | 73 |
| b. Uji Linieritas .....                         | 74 |
| c. Uji Multikolinearitas .....                  | 75 |
| d. Uji Heteroskedastisitas .....                | 76 |
| 3. Uji Hipotesis.....                           | 76 |
| a. Uji Regresi Linier Berganda.....             | 76 |
| b. Uji F.....                                   | 78 |
| c. Uji t.....                                   | 78 |
| d. Hasil Uji Regresi .....                      | 79 |

|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                                                         | 79  |
| C. Pembahasan.....                                                                                                               | 81  |
| 1. Tingkat <i>Subjective Well Being</i> Pada Mahasiswa.....                                                                      | 81  |
| 2. Tingkat Motif Menggunakan Media Sosial .....                                                                                  | 83  |
| 3. Tingkat <i>Self Disclosure</i> Pada Media Sosial .....                                                                        | 85  |
| 4. Pengaruh Motif Terhadap <i>Subjective Well Being</i> Pada Mahasiswa.....                                                      | 88  |
| 5. Pengaruh <i>Self Disclosure</i> Pada Media Sosial Terhadap <i>Subjective Well Being</i> Mahasiswa.....                        | 91  |
| 6. Pengaruh Motif dan <i>Self Disclosure</i> Menggunakan Media Sosial Terhadap <i>Subjective Well Being</i> Pada Mahasiswa ..... | 94  |
| BAB V.....                                                                                                                       | 100 |
| PENUTUP.....                                                                                                                     | 100 |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                              | 100 |
| B. Saran.....                                                                                                                    | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                             | 103 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                    | 112 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Blue Print Skala Subjective Well Being .....          | 48 |
| Tabel 3.2 Blue Print Skala Motif Menggunakan Media Sosial ..... | 50 |
| Tabel 3.3 <i>Blue Print</i> Skala <i>Self Disclosure</i> .....  | 52 |
| Tabel 3.4 Daftar Ahli dan Jadwal Pelaksanaan CVR .....          | 54 |
| Tabel 3.5 Item Hasil Uji CVR .....                              | 55 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Subjective Well Being.....  | 56 |
| Tabel 3.7 Hasil Uji Skala Motif.....                            | 57 |
| Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala Self Disclosure .....       | 58 |
| Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala.....                     | 59 |
| Tabel 3.10 Norma Kategorisasi.....                              | 61 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik.....             | 68 |
| Tabel 4.2 Norma Kategorisasi.....                               | 69 |
| Tabel 4.3 Kategorisasi Skala Subjective Well Being.....         | 70 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....                            | 73 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas.....                             | 74 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....                     | 75 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....                     | 76 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....               | 77 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji T.....                                     | 78 |
| Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....             | 80 |

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Skema Penelitian.....                             | 44 |
| Gambar 4.1 Diagram Kategori Skala Subjective Well Being..... | 70 |
| Gambar 4.2 Diagram Kategorisasi Skala Motif.....             | 71 |
| Gambar 4.3 Diagram Kategorisasi Skala Self Disclosure .....  | 73 |



## ABSTRAK

Dina Auliyatus Sakinah. (2021). Pengaruh Motif dan *Self Disclosure* pada Media Sosial Terhadap *Subjective Well Being* Mahasiswa. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

---

Pembimbing: Aprilia Mega Rosidana, M.Si

Media sosial sudah termasuk dalam kebutuhan sehari-hari di segala usia, terutama bagi kalangan mahasiswa. Beberapa kebutuhan mahasiswa dalam mengakses media sosial menjadikannya alasan sebagai motif dalam penggunaan media sosial. Ketika menggunakan media sosial, secara tidak sadar mereka melakukan keterbukaan dirinya di media sosial melalui unggahan foto dan video, membuat status, dll. Dorongan dalam menggunakan media sosial serta informasi pribadi yang diungkapkan dalam media sosial ini akan memberikan dampak positif dan juga negatif pada penggunaannya, yang kemudian akan mempengaruhi kesejahteraan subjektif yang dirasakan oleh mereka. Kesejahteraan subjektif ini merupakan istilah psikologi positif dari *subjective well being*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah 320 responden. Sampel dari penelitian ini diambil menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan 3 skala pengukuran, yaitu skala motif menggunakan media sosial yang dibuat dengan mengacu pada teori *uses and gratification*, skala *Self Disclosure* yang mengacu pada teori Wheelless (1976), dan skala *Subjective Well Being* yang mengacu pada teori Diener (2005). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* terhadap *subjective well being* mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tingkat motif menggunakan media sosial, *self disclosure*, dan *subjective well being* pada mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil ( $F = 5,592 > F_{tabel} 3.02$ ) dengan taraf signifikansi 5% dan diketahui nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Artinya, Motif dan *Self disclosure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Subjective well being*. Motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* memberikan kontribusi sebesar 3.0% terhadap *subjective well being* pada mahasiswa. Hal ini berarti sebagian besar *subjective well being* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Motif menggunakan media sosial, *self disclosure*, *subjective well being*.

## ABSTRACT

Dina Auliyatus Sakinah. (2021). The Influence of Motives and *Self Disclosure* on Social Media on Student *Subjective Well Being*. Thesis. Faculty of Psychology. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

---

Supervisor: Aprilia Mega Rosidana, M.Si

Social media is included in the daily needs of all ages, especially for students. Some of the students' needs in accessing social media make it an excuse to use social media. When using social media, they unconsciously open themselves up on social media by uploading photos and videos, creating statuses, etc. The urge to use social media and personal information disclosed in social media will positively and negatively impact its users, which will affect their subjective well-being. This subjective welfare is a positive psychological term for *subjective well being*.

This study used a quantitative approach, with a total of 320 respondents. The researcher used *purposive sampling* data collection techniques on new students of Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. The data were collected using three measurement scales, and they are; the motive scale using social media, which was adapted from the *uses and gratification* theory, the *self-disclosure* scale, and the *subjective well-being* scale. The data analysis in this study used a multiple linear regression test. This study aimed to determine motives using social media and *self-disclosure* on student *subjective well being*.

The results of this study indicate that overall, the level of motives using social media, *self-disclosure*, and *subjective well being* of the new students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is in the medium category. Based on the multiple linear regression test results, the results obtained ( $F = 5.592 > F \text{ table } 3.02$ ) with a significance level of 5% and a significance value of  $0.001 < 0.05$  were found. That is, motive and *self-disclosure* together affect *subjective well-being*. The motive of using social media and *self-disclosure* contributed 3.0% to students' *subjective well being*. This means that most of the *subjective well-being* is influenced by other variables not explained in this study.

**Keywords:** Motives using social media, *self-disclosure*, *subjective well being*, students.

## مستخلص البحث

دينا أولياء السكينة (٢٠٢١). تأثير الدوافع و الإفصاح عن الذات على وسائل التواصل الاجتماعي على الرفاهية الذاتية لطلاب الجامعة. البحث العلمي. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفة: أفريليا ميغا راسيدانا الماجستير.

يتم تضمين وسائل التواصل الاجتماعي في الاحتياجات اليومية لجميع الأعمار ، و خاصة لطلاب الجامعة. بعض احتياجات طلاب الجامعة في الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي تجعلها حافزاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، فإنهم يفتحون أنفسهم دون وعي على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تحميل الصور و مقاطع الفيديو و إنشاء الحالات و ما إلى ذلك. سيكون للرفاهية الذاتية تأثير إيجابي وسلبى على مستخدميها ، مما سيؤثر بدوره على رفاههم الشخصي هذا الرفاه الشخصي هو مصطلح نفسي إيجابي للرفاهية الذاتية.

تستخدم هذه الدراسة نهجاً كمياً مع ما مجموعه ٣٢٠ مستجيباً. استخدمت الباحثة تقنيات جمع بيانات العينات الهادفة (*purposive sampling*) على الطلاب الجدد في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. تم جمع البيانات باستخدام ٣ مقاييس ، و هي مقياس الدافع باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي و التي تم تكييفها من نظرية الاستخدامات و الإشباع ، و مقياس الإفصاح عن الذات و مقياس الرفاهية الذاتية. تحليل البيانات في هذه الدراسة باستخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإفصاح عن الذات على رفاهية الطلاب الذاتية. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مستوى الدوافع التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ، و الإفصاح عن الذات ، و الرفاهية الذاتية للطلاب الجدد في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج ، بشكل عام ، في الفئة المتوسطة. بناءً على نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد ، تم العثور على النتائج ( F = 5.592 > F<sub>table</sub> 3.02 ) بمستوى دلالة ٥٪ و قيمة معنوية ٠,٠٠١ > ٠,٠٥. أي أن الدافع و الإفصاح عن الذات معاً لهما تأثير على الرفاهية الذاتية. ساهم الدافع وراء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و الإفصاح عن الذات بنسبة ٣,٠٪ في رفاهية الطلاب الشخصية. هذا يعني أن معظم الرفاهية الذاتية تتأثر بالمتغيرات الأخرى التي لم يتم شرحها في هذه الدراسة.

**الكلمات المفتاحية:** دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، الإفصاح عن الذات ، الرفاهية الذاتية ، طلاب الجامعة.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet memberikan fasilitas untuk membuat sarana berkomunikasi menjadi lebih mudah. Menurut pendapat Ardianto, Komala & Karlinah (2007) menyatakan bahwa internet dihuni oleh jutaan orang yang menggunakannya setiap hari untuk kebutuhan komunikasi atau mencari informasi. Penggunaan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Internet bahkan tidak hanya dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi antar individu, namun internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan individu (Bungin, 2006).

Penggunaan internet ini menjadi kebutuhan hidup bagi sebagian besar penduduk dunia. Indonesia menjadi negara dengan peringkat terbesar ke-6 di dunia dalam jumlah penggunaan internet oleh warganya (eMarketer, 2014). Menurut hasil survey yang diperoleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 64,85% dari jumlah penduduk Indonesia, yang artinya lebih dari separuh penduduk di Indonesia menggunakan internet secara aktif. Angka ini menunjukkan bahwa internet menjadi salah satu media yang mayoritas digunakan penduduk Indonesia dan sudah menjadi kebutuhan mereka. Bahkan internet tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi antar individu saja, tetapi juga digunakan sebagai media komunikasi dalam hal bisnis, pendidikan,

industri, pergaulan sosial, fashion, dan lain-lain (Rarasingtyas & Maturbongs, 2019)

Seiring dengan banyaknya jumlah pengguna internet, diikuti dengan banyaknya bermunculan media komunikasi baru yang tersedia di dalam internet. Salah satu contohnya adalah media sosial. Banyaknya media sosial yang disediakan membuat semakin mudahnya cara untuk berkomunikasi. Media sosial merupakan alat untuk saling berkomunikasi melalui internet dengan cara membagikan, menciptakan, dan bertukar informasi, opini, gambar, dan video (Ahlaqvist, 2008). Terdapat lebih dari 3 miliar orang didunia menggunakan media sosial setiap bulannya. Indonesia, menduduki urutan ketiga dalam jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia dengan presentase 23%. Artinya tercatat 87% dari pengguna internet di indonesia atau setara dengan lebih dari 137 juta penduduk indonesia merupakan pengguna aktif media sosial (*We Are Social*, 2018) .

Media sosial menawarkan banyak manfaat yang beragam dan juga menawarkan beragam peluang agar penggunanya dapat berkomunikasi dengan seseorang yang diinginkan, menemukan seseorang yang memiliki minat yang sama, serta dapat menghubungkan penggunanya dengan hal-hal yang sedang dibutuhkan atau sedang digemari (O'keeffe & Pearson, 2011). Dunbar (2016) mengungkapkan bahwa media sosial menawarkan penggunanya agar dapat berkomunikasi dengan lebih banyak orang dan dengan waktu yang bersamaan tanpa harus bertemu secara langsung. Hal ini berarti bahwa cara untuk melakukan komunikasi semakin mudah untuk dilakukan.

Konteks penggunaan media sosial ini didominasi oleh kalangan usia remaja-dewasa awal. Berdasarkan data yang diambil dari APJII dimana umur orang-orang yang rajin menggunakan media sosial berada di kisaran usia 18-29 tahun. Tercatat juga oleh Kemenkominfo pada tahun 2014 angka penggunaan media sosial oleh remaja mencapai 80%. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariani, Elita & Zulfitri (2013) yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi didominasi oleh remaja. Intensitas penggunaan yang tergolong tinggi ini atau *heavy users* adalah mereka yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam perbulan untuk mengakses media sosial.

Pada konteks ini, remaja dewasa dikategorikan sebagai *digital native*, yaitu generasi digital, generasi internet, atau biasa disebut dengan generasi millennial. Generasi ini memiliki kemampuan dan keterampilan dalam hal mengakses teknologi digital dan pengetahuan tentang komputer serta jaringannya (YPMA, 2011). Hadirnya media sosial ini membuat remaja membangkitkan kebutuhannya untuk menjalin hubungan sosial lebih luas lagi. Sesuai dengan masa perkembangannya, salah satu kebutuhan remaja pada umumnya adalah untuk bersosialisasi (Santrok, 2012).

Baharuddin (2014) mengungkapkan bahwa tugas perkembangan pada fase remaja adalah mendapat hubungan yang baru dan mencapai hubungan yang lebih matang dengan teman sebayanya. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Simon & Bonfenbrener dalam Santrok (2012) menyebutkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan meluangkan waktunya dua kali lebih banyak untuk

berkumpul atau berkomunikasi bersama kawan-kawan sebayanya dibandingkan bersama dengan orang tuanya.

Menurut teori perkembangan Erikson, remaja berada pada fase pencarian identitas diri, dan mencoba hal baru yang sesuai dengan dirinya. Masa remaja membuat mereka yakin bahwa dirinya merupakan individu yang unik dan tidak mudah terkalahkan, terutama pada identitas sosial untuk menjadi individu yang unik dan eksis (Santrok, 2012). Menurut Helmi dan Pratiwi (2012) salah satu wujud usaha remaja dalam mencapai identitas diri adalah memiliki akun media sosial (Rahmanisa, A., & Listriara, A., 2018).

Tingginya penggunaan media sosial pada remaja dapat mempengaruhi kehidupan individu. Salah satu dampak yang didapatkan adalah emosi yang tertular antar pengguna tanpa disadari. Penelitian yang dilakukan oleh Stepanika, Nie, dan He (2010) memaparkan bahwa individu yang terlalu banyak mengakses media sosial akan cenderung mengalami perubahan emosi yang drastis bahkan memicu terjadinya depresi dan kesepian (Rahmanisa, A. & Listriara, 2018). Cara ini dilakukan oleh individu untuk menghindari dari masalah yang sedang dialaminya terutama masalah relasi sosial. Perilaku menghindari dari masalah ini merupakan salah satu bentuk ketidakpuasan individu terhadap kehidupan yang dijalannya (Rahmanisa, A. & Listriara, A., 2018). Rasa kepuasan dalam kehidupan individu ini merupakan salah satu makna dari kebahagiaan, atau perasaan gembira terhadap apa yang telah diperoleh dalam kehidupan mereka sehingga merasa lebih baik dalam hal sosial, fisik, dan juga psikologis.

Paparan di atas menunjukkan bahwa kebahagiaan merupakan emosi yang subjektif yang menimbulkan kesejahteraan bagi individu. Karena kesejahteraan berkaitan dengan kemampuan individu mempersepsikan pengalaman kehidupan pribadinya (Astuti, 2015). Istilah kebahagiaan sendiri merupakan bagian dari psikologi positif, dan istilah ilmiah lainnya adalah “*subjective well being*” yang dikenalkan oleh Diener (1999).

*Subjective well being* merupakan hasil evaluasi dari seseorang terhadap hidup seorang individu, baik itu secara kognitif ataupun secara afektif, baik itu hal positif ataupun hal negatif (Diener, E. Dkk, 1999). Menurut Verduyn (2015) media sosial dapat meningkatkan dan menurunkan *subjective well being* seseorang, *subjective well being* seseorang akan meningkat apabila seseorang merasakan eratnya hubungan atau mendapatkan pengaruh positif dari media sosial yang digunakannya, sedangkan *subjective well being* seseorang akan menurun apabila media sosial yang digunakan dapat membuat pengaruh negatif bagi penggunaannya, bahkan sampai mempengaruhi psikis individu.

Diener, Lucas dan Oishi (1985) mendefinisikan konsep *subjective well being* ini sebagai evaluasi kognitif dan afektif individu dalam hidupnya. Konsep *subjective well being* ini meliputi komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif mencakup kepuasan hidup (*life satisfaction*) dan komponen afektif mencakup afek positif (*positive affect*) dan afek negatif (*negative affect*). Individu dengan *subjective well being* yang tinggi akan mengalami kepuasan hidup (*life satisfaction*) dan akan sering mengalami afek positif (*positive affect*) seperti rasa gembira, senang, optimis dan lain-lain



(Diener, Lucas, & Oishi, 2005). Sebaliknya, individu akan memiliki *subjective well being* yang rendah apabila mereka tidak puas dengan kehidupan yang dijalankannya, dan cenderung sering merasakan afek negatif (*negatif affect*) seperti, rasa kecewa, sedih, mudah marah, gelisah, dan lain-lain (ve, 2014).

Salah satu aspek pembentuk *subjective well being* adalah kepuasan hidup. Individu yang merasakan kepuasan hidup tinggi akan memiliki tingkat *subjective well being* yang tinggi juga. Kepuasan hidup akan terpenuhi apabila mereka merasa kebutuhannya terpenuhi. Salah satu kebutuhan remaja yang dapat terpenuhi adalah dengan bermain media sosial. Pada hal tersebut, berarti tingkat kepuasan individu dalam menggunakan media sosial juga sangat dipengaruhi oleh motif penggunaan media sosial. Hal ini membuat lekatnya individu dengan media sosial ini didorong oleh motif tertentu yang membuat mereka tidak bisa jauh dari media sosial.

Motif merupakan sumber yang mendorong atau menggerakkan individu dalam melakukan tingkah laku untuk memenuhi dan mencapai tujuannya (Profita, 2015). Pendapat Rakhmat (2007) menyatakan bahwa orang-orang menggunakan media sosial dikarenakan dorongan dari motif-motif tertentu yang menjadi alasan mengapa mereka menggunakan media sosial. Motif penggunaan media sosial ini merupakan salah satu pendekatan dari teori *uses and gratification* (Mc.Quail, 2011). Teori *uses and gratification* ini menekankan bahwa yang menjadi masalah utama dalam penggunaan media adalah bukan tentang apa yang dilakukan oleh media terhadap penggunanya, melainkan apa yang dilakukan penggunanya terhadap media (Mc.Quail, 2011).

Mc. Quail (2011) mengungkapkan bahwa motif dari penggunaan media sosial memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk kebutuhan mencari informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan untuk menjadi pelarian/mendapatkan hiburan. Motif untuk mendapatkan hiburan disebut juga dengan motif diversifikasi. Motif diversifikasi ini adalah kebutuhan individu akan hiburan yang dapat diperoleh melalui beberapa stimulasi guna mengurangi rasa bosan, bentuk pelarian diri dari kegiatan rutin, relaksasi atau pelepasan masalah, emosi dan energi yang terpendam (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2007).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mendapatkan informasi dari salah satu mahasiswa yang memiliki beberapa akun media sosial. Subjek mengaku bahwa ia bermain media sosial selain untuk mendapatkan informasi terbaru tentang apa yang trending, juga untuk mencari hiburan dengan melihat-lihat foto ataupun menonton video, dan bahkan sesekali ia akan membuat video untuk di posting di akun media sosialnya (wawancara dengan T, 22 Oktober 2019). Subjek lainnya juga mengatakan bahwa ia tidak bisa lepas dari *handphonenya* sekedar untuk bermain media sosial, karena apabila ia tidak bermain media sosial, jadi muncul pikiran-pikiran tentang permasalahannya, jadi lebih baik dialihkan dengan bermain media sosial, entah apapun yang dicari dalam media sosial (wawancara dengan S, 22 Oktober 2019).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Innova (2016) tentang “Motif dan Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram di Komunitas *Instameet* Indonesia” mengatakan bahwa motif seseorang dalam menggunakan media sosial salah satunya adalah untuk

relaksasi atau pelepasan emosi dan mendapatkan kebahagiaan. Media sosial mampu memenuhi keinginan yang menciptakan kepuasan sendiri untuk penggunanya. Selain itu, media sosial juga dapat menciptakan afeksi tertentu yang dapat dirasakan oleh penggunanya. Sesuai dengan hal tersebut, kepuasan dan afeksi merupakan komponen dari *subjective well being*. Maka dapat disimpulkan bahwa motif seseorang dalam bermain media sosial dapat mempengaruhi kondisi *subjective well being* individu.

Motif penggunaan media sosial ini juga mendorong terjadinya pengungkapan diri di media sosial oleh penggunanya. Hal tersebut disebabkan karena media sosial memberikan tempat berupa kebebasan kepada penggunanya untuk mengekspresikan berbagai hal di dalamnya. Selain untuk mempermudah komunikasi, media sosial juga memberikan fitur-fitur yang dapat menjadi wadah oleh penggunanya untuk menuliskan ataupun mengunggguh berbagai informasi, termasuk informasi pribadi masing-masing individu. Berbagai fasilitas tersebut menjadikan penggunanya merasa nyaman dalam mencertiakan informasi pribadinya di media sosial (Krasnova., dkk. 2010).

Pengungkapan diri merupakan salah satu tipe komunikasi yang mana informasi tentang diri sendiri yang biasanya disembunyikan atau ditahan untuk diri sendiri, kini dikomunikasikan kepada orang lain sehingga mereka mengetahui apa yang biasanya tidak mereka ketahui sebelumnya (Rakhmat, 2005). Menurut Devito dalam (Arnus, 2016) pengungkapan diri dalam media sosial bermanfaat sebagai sarana dalam mempresentasikan diri. Pengguna media sosial akan lebih bebas untuk mengungkapkan apa yang sedang mereka rasakan

dan mereka alami tanpa harus bertemu secara tatap muka. Pengungkapan diri di media sosial ini disebut juga dengan *self disclosure* (Jourard, 1964).

Penelitian yang dilakukan oleh Kaplan & Haenlien (2010) *user of the world, unite! The challenges and opportunities of social media* mengungkapkan bahwa situs media sosial membuat kecenderungan bagi penggunanya untuk melakukan presentasi mengenai dirinya yang dilakukan dengan pengungkapan diri (meliputi informasi diri baik berupa, pemikiran, perasaan suka atau tidak suka), atau yang dilakukan secara sadar ataupun tidak sadar. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Williamson, Trey dan Heather dalam *Journal Of Cultral* dengan judul “*Me, My “Selfie” And I: Survey Of Disclosure Motivation On Social Media*” mengemukakan bahwa di jaman sekarang banyak dilakukan keterbukaan diri di media sosial dengan melakukan foto selfie.

Fenomena *self disclosure* di media sosial terjadi pada seluruh kalangan pengguna media sosial. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kandell (dalam Putri, 2013) menyebutkan bahwa penggunaan internet tertinggi berdasarkan kelompok usianya adalah mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa berada pada tahap perkembangan remaja akhir-dewasa awal dan seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa penggunaan internet didominasi oleh remaja. Menurut Susantoro dalam (Ramadha, 1990) mahasiswa termasuk dalam kalangan muda yang berusia 18-22 tahun, yang mana golongan tersebut masuk kedalam tahap peralihan dari masa remaja akhir menuju masa dewasa awal. Pada masa ini mereka mulai mengungkapkan dirinya. Seorang pengajar di Glasgow

University, Skonlandia yang bernama Pate mengungkapkan “media sosial adalah sesuatu yang tumbuh bersama para mahasiswa, dan itu sudah menyatu dalam hidup dan pendidikan mereka. Hal inilah yang membuat mahasiswa merupakan salah satu pengguna yang aktif dalam media sosial (Martinus, 2013).

Untuk mencari tau fenomena ini secara lanjut, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pengguna media sosial. Menurut salah satu mahasiswa pengguna media sosial menuturkan bahwa media sosial menjadi salah satu tempat untuk mengekspresikan dirinya, atau membagikan hal-hal yang ingin disampaikannya, contohnya apabila ia merasakan suatu emosi tertentu, maka ia akan membagikannya melalui media sosial (wawancara dengan SH, 26 September 2019).

Menurut informasi dari mahasiswa pengguna media sosial lainnya, ia menuturkan bahwa media sosial menjadi tempat tersyahdu untuk menulis atau berbagi apa yang ia rasakan atau bahkan yang sedang ia lakukan (wawancara dengan T, 22 Oktober 2019). Mahasiswa lainnya juga mengungkapkan hal yang sama, bahwa dengan menulis status di media sosial dapat menyalurkan perasaan lebih lega, karena biasanya apabila diungkapkan kepada orang lain kurang diterima (wawancara dengan FD, 26 September 2019).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, sejalan dengan yang diungkapkan oleh Prawesti. F. S., & Dewi. D.K. (2016) dalam hasil surveynya menerangkan bahwa 372 mahasiswa yang menggunakan media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi juga untuk mengungkapkan dirinya melalui aplikasi dalam

media sosial. Mereka melakukan pengungkapan diri tidak hanya untuk mengekspresikan namun juga untuk melampiaskan apa yang sedang mereka rasakan. Saling berbagi cerita, kejadian atau pengalaman yang dialami oleh teman-teman mereka, saling memotivasi bahkan untuk saling menyinggung orang lain. Kegiatan mengungkapkan diri di media sosial melalui fitur update status di media sosial sudah menjadi rutinitas bagi para mahasiswanya. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa, pengungkapan diri di media sosial menjadi bentuk media untuk mewakili perasaan individu sehingga dapat mengurangi sedikit beban yang sedang dirasakan ataupun sebagai media untuk menghibur diri.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa media sosial dapat menjadi wadah penting bagi para remaja dalam memfasilitasi kehidupannya untuk bersosialisasi demi eksistensi dirinya. Remaja juga seringkali membagikan hal mengenai kehidupan mereka di media sosial, mereka berharap bahwa akan mendapatkan respon atau umpan balik dari apa yang mereka bagikan. Hal ini membuat mereka mengalami kekaburan tentang apa yang harus mereka bagikan dan mana yang tidak seharusnya mereka bagikan di media sosial.

Pada saat pengungkapan diri di media sosial, individu akan mengharapkan respon atau umpan balik dari pembacanya, respon ini dapat berupa like ataupun komentar-komentar dari pembaca terhadap apa yang ia bagikan. Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A.P (2006) mengungkapkan bahwa ketika individu membagikan

sesuatu di media sosialnya, mereka cenderung berharap mendapatkan umpan balik dari orang lain. Apabila respon yang didapatkan berupa respon positif, maka akan meningkatkan efek positif pada penggunaannya, dan begitu pula sebaliknya. Keadaan ini dapat memungkinkan terjadinya perubahan-perubahan pada kondisi psikologis dari dalam diri individu. Best., Manktelow., & Taylor., (2014) mengatakan bahwa perubahan mood individu karena komentar-komentar yang diterima dari media sosial ini akan mempengaruhi kondisi *subjective well being* seseorang.

Penjelasan tersebut dibuktikan dengan adanya kabar heboh terbaru tentang kasus bunuh diri dari salah satu idol kpop terkenal di negara korea selatan. Terkenal dengan nama “Sulli”, ia ditemukan bunuh diri dikediamannya oleh managernya sendiri. Sulli dinyatakan mengalami depresi karena terlalu banyak menerima komentar jahat di media sosial. “diduga, Sulli mengakhiri hidupnya karena mengalami depresi berat akibat selalu menerima komentar jahat di media sosial. Aneka ujaran kebencian dan kenyingiran yang sangat sering diterima sulli sudah termasuk dalam penindasan dunia maya yang mengakibatkan terganggunya kesejahteraan psikologisnya.” (Rina, 2019).

Tak hanya dari luar negeri, di indonesia sendiri juga banyak sekali kasus depresi yang disebabkan karena media sosial. Salah satu youtuber muda indonesia yang dikenal dengan nama Ria Ricis pernah mengaku pernah mengalami depresi hingga memiliki keinginan untuk bunuh diri karena komentar-komentar yang diterimanya setelah mengunggah video yang menceritakan pengalaman hidupnya (Rizal, 2019).

Respon-respon negatif dari pengungkapan diri di media sosial dapat menurunkan kesehatan mental seseorang. Namun hal tersebut bisa menjadi terbalik apabila respon yang didapatkan bersifat positif. Fenomena di atas cukup membuktikan bahwa pengungkapan diri melalui media sosial dapat mempengaruhi kondisi psikologis seseorang. Pengungkapan diri di media sosial dapat membuat seseorang mendapatkan afeksi tertentu tergantung dari respon yang didupatkannya. Komponen afeksi individu termasuk dalam salah satu aspek dari *subjective well being*. Diener & Oishi (2005) mengungkapkan aspek dari *subjective well being* terdiri dari komponen kognitif berupa kepuasan hidup dan komponen afeksi berupa afeksi negatif dan afeksi positif.

Berdasarkan banyaknya fenomena yang terjadi yang diakibatkan oleh media sosial terhadap *subjective well being* seseorang, hal ini menjadi menarik untuk diteliti. Apakah motif-motif yang dimiliki seseorang untuk menggunakan media sosial akan mempengaruhi kondisi *subjective well being* seseorang setelah bermain media sosial dan apakah perilaku *self disclosure* di media sosial yang didorong oleh motif tersebut juga akan mempengaruhi kondisi *subjective well being* individu. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mencari tau lebih dalam tentang “pengaruh motif menggunakan media dan perilaku *self disclosure* pada media sosial terhadap *subjective well being* pada mahasiswa”.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat *subjective well being* mahasiswa dalam menggunakan media sosial?
2. Bagaimana tingkat motif penggunaan media sosial pada mahasiswa?
3. Bagaimana tingkat *self disclosure* pada media sosial oleh mahasiswa?
4. Apakah motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* dapat mempengaruhi kondisi *subjective well being* mahasiswa?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disusun, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui tingkat *subjective well being* mahasiswa dalam menggunakan media sosial.
2. Untuk mengetahui tingkat motif menggunakan media sosial oleh mahasiswa.
3. Untuk mengetahui tingkat *self disclosure* pada media sosial oleh mahasiswa
4. Untuk mengetahui apakah motif menggunakan media sosial dan perilaku *self disclosure* berpengaruh pada *subjective well being* mahasiswa

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritik pada sebab dan akibat dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial. Dan memberikan sumbangan teoritik terhadap kemajuan ilmu pengetahuan tentang motif dalam menggunakan media sosial, pengungkapan diri di media sosial (*self disclosure*), dan *subjective well being* dalam dunia pendidikan, sosial, teknologi baru dan khususnya disiplin ilmu psikologi.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang motif dalam menggunakan media sosial, pengungkapan diri dalam bermedia sosial. Sehingga mahasiswa dapat memahami penggunaan media sosial dengan baik agar tidak mengganggu kesejahteraan hidup (*subjective well being*) nya.

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. *Subjective Well Being*

#### 1. Pengertian *Subjective Well Being*

Menurut Utami, B. S & Budiman, A. (2015) *subjective well being* termasuk dalam salah satu aspek dalam *positive psychology*. Psikologi positif (*well being*) diartikan sebagai kebahagiaan atau kesejahteraan, *well being* terbagi menjadi dua yaitu *psychological well being* dan *subjective well being*. *Psychological well being* merupakan kemampuan individu dalam mengontrol dirinya dari tekanan eksternal dan merasakan kebahagiaan dari apa yang dirasakan saat ini serta dapat meningkatkan potensi dari kondisinya saat ini sehingga tujuan hidup yang bermakna bagi hidupnya dimasa kini dan untuk masa depannya (Ryff, C. D., & Keyes, C., 1995).

*Subjective well being* atau kesejahteraan subjektif merupakan sebuah kebahagiaan yang dirasakan oleh individu terkait dengan konsep kehidupan seperti kepuasan hidup, dan emosi yang menyenangkan, *fulfillment* atau kepuasan dari pencapaian yang diperolehnya, selain itu kesejahteraan subjektif merupakan tingkat perasaan positif atau negatif, maka kesejahteraan subjektif lebih mengandung prinsip dari kesenangan (Diener, 2000).

#### 2. Aspek *Subjective Well Being*

*Subjective well being* memiliki beberapa komponen atau aspek. Seperti yang telah dijelaskan diatas, *subjective well being* terdiri dari dua komponen

utama yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen afektif ini mencakup afek positif dan afek negatif, sedangkan untuk komponen kognitif mencakup kepuasan hidup (*life satisfaction*).

Menurut Diener & Oishi (2005) terdapat dua komponen dasar yang membentuk *subjective well being*. Individu disebut memiliki *subjective well being* yang baik adalah mereka yang merasakan kepuasan hidup dan merasakan afek positif (seperti kegembiraan, syukur, semangat, dll) dalam hidupnya. Sebaliknya, individu disebut memiliki *subjective well being* yang rendah apabila mereka tidak puas dengan kehidupan yang dijalannya, dan juga sering merasakan emosi negatif (seperti marah, gelisah, kecewa) yang muncul dari dalam dirinya. Dua komponen *subjective well being* adalah:

a. Komponen kognitif

Komponen kognitif dalam *subjective well being* yaitu tentang kepuasan hidup atau *life satisfaction*. Kepuasan hidup adalah penilaian kognitif terhadap kehidupan seseorang. Menurut Diener, Suh, & Oishi (2005) menyebutkan bahwa individu yang memiliki kepuasan hidup yang rendah memiliki *subjective well being* yang rendah, misalnya tidak bahagia, lebih sering merasakan emosi yang negatif seperti cemas dan stress. Sedangkan individu dengan *subjective well being* tinggi, misalnya merasa gembira dan jarang merasakan emosi yang negatif, memiliki kepuasan hidup tinggi.

Kepuasan hidup terdiri dari kepuasan hidup yang global dan kepuasan hidup dalam sebuah domain khusus. Kepuasan hidup global merupakan evaluasi berdasarkan kehidupan ideal, menikmati hidup, dan merasa puas

dengan kehidupan yang sekarang, merasa puas dengan kehidupan masa lalu, dan memiliki keinginan untuk merubah hidup yang sekarang.

Kepuasan hidup dalam sebuah domain khusus meliputi, keluarga, pekerjaan, kesehatan, *financial*, waktu luang untuk diri sendiri, dan lingkup pertemanan. Hal tersebut menunjukkan seberapa puas individu dalam menanggapi masing-masing domain. Seberapa besar individu menikmati hidupnya, seberapa dekat kehidupan sekarang dengan kehidupan yang diharapkan serta seberapa kuat keinginan individu untuk membuat hidup mereka lebih bahagia kedepannya (Rahayau, 2018).

#### b. Komponen afektif

Komponen afeksi terbentuk menjadi dua macam yaitu, afeksi negatif dan afeksi positif. Afeksi positif menunjukkan suasana hati yang gembira dan emosi yang menyenangkan, seperti suka cita dan kasih sayang. Afeksi positif atau emosi yang menyenangkan adalah bagian dari *subjective well being* karena emosi tersebut merefleksikan respon seseorang bahwa suatu peristiwa terjadi sesuai dengan apa yang diinginkan (Diener, 2006). Menurut Watson dan Tellegem (Diener, 2006) mengatakan bahwa afek positif adalah kombinasi dari hal-hal yang sifatnya menyenangkan dan membangkitkan.'

Afeksi negatif adalah bagian dari emosi atau *mood* yang tidak menyenangkan dan mengarahkan pada respon negatif yang akan dilakukan seseorang. Reaksi tersebut dapat berasal dari kehidupan, kesehatan, keadaan, dan peristiwa yang mereka alami (Diener, 2006). Afek negatif terlihat dari emosi tertentu seperti sedih, takut, susah, kecewa, bersalah, marah, malu,

gelisah, gugup, dan khawatir. Menurut Watson dan Tellegen dalam Diener (2006) afeksi negatif adalah kombinasi dari hal-hal yang bersifat membangkitkan dan tidak menyenangkan.

### 3. Faktor yang Membentuk *Subjective Well Being*

#### a. *Self esteem* positif

Harga diri atau *self esteem* adalah prediktor yang menentukan adanya *subjective well being*. Seseorang yang memiliki harga diri yang baik, akan memiliki kontrol diri yang baik terhadap rasa marah, mempunyai hubungan yang positif dengan orang lain, serta dapat produktif dalam aktifitas sehari-harinya. Hal ini yang membantu individu dalam membangun hubungan interpersonal yang baik dan menciptakan kepribadian yang sehat (Campbell, dalam (Compton, W. C., 2005)).

#### b. Kontrol diri

Keyakinan individu bahwa dirinya akan mampu merespon sesuatu dengan cara yang tepat terhadap suatu peristiwa disebut kontrol diri. Kontrol diri akan mengaktifkan proses emosi, motivasi, perilaku, dan aktivitas fisik seseorang. Kontrol diri juga akan melibatkan proses pengambilan keputusan, dan mampu mengatasi resiko dari keputusan yang diambilnya (Ariati, J. 2010).

#### c. Ekstroversi

Kepribadian merupakan salah satu faktor yang membentuk *subjective well being* (Diener, E., Lucas, R, E., & Oishi, S, (2005)). Dan kepribadian

yang sangat berhubungan dengan *subjective well being* seseorang adalah *extraversion*. Penelitian yang dilakukan oleh (Diener, E. Dkk, 1999), menjelaskan bahwa kepribadian *ekstraversi* sangat signifikan dengan terjadinya kesejahteraan individual. Individu dengan kepribadian ekstraversi memiliki teman dan relasi sosial yang lebih banyak, dan mereka memiliki sensitivitas yang lebih besar terhadap penghargaan positif pada orang lain (Compton, W. C., 2005).

d. Optimis

Orang yang optimis cenderung lebih mudah untuk merasa puas dan bahagia terhadap kehidupannya. Individu yang dapat mengevaluasi dirinya dengan positif, akan dapat melakukan kontrol diri yang baik, sehingga memiliki harapan yang positif untuk masa depannya (Ariati, J., 2010). Schneider dalam Compton (2005) menyatakan bahwa *subjective well being* akan tercipta apabila individu memiliki sikap optimis yang realistis.

e. Hubungan sosial

Hubungan sosial yang baik akan tercipta apabila terdapat dukungan sosial dan keintiman emosional. Hal tersebut dapat mengembangkan harga diri, meminimalisir masalah psikologis, membantu memecahkan masalah, dan memuat individu menjadi sehat secara fisik (Ariati, J., 2010).

f. Memiliki tujuan dan arti dalam hidup

Dalam beberapa kajian yang ditemukan, arti dan tujuan hidup memiliki kaitan yang kompleks dengan konsep religiusitas. Ariati (2010) menjelaskan bahwa individu yang memiliki kepercayaan religiusitas yang baik akan memiliki kesejahteraan yang baik.

#### 4. *Subjective Well Being* dalam Pemikiran Islam

Kesejahteraan hidup manusia tidak hanya sekedar dipandang dari ukuran financial atau jabatan. Kesejahteraan yang diajarkan didalam islam adalah rahamatan lil alamin. Kesejahteraan yang dimaksud adalah kesejahteraan bathiniyah, yaitu perasaan tentang hal yang sudah dijanjikan oleh allah swt, dimana manusia harus selalu bersyukur serta taat terhadap perintah-nya serta menjauhi larangan-nya. Dengan bersyukur, maka manusia senantiasa akan merasakan kesejahteraan. Dalam al-qur'an allah menjelaskan:

وَلَقَدْ مَنَّنَا فِي الْأَرْضِ وَ جَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشًا, قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: “sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi (sumber kehidupan). Amat sedikitlah kamu dalam bersyukur”.

(Q.S. Al-A'raf: 10).

Berdasarkan ayat diatas, kesejahteraan juga dapat diperoleh dengan cara selalu bersyukur terhadap apa yang sudah Tuhan berikan. Namun, menurut Hayati dalam (Budiman, 2017) menyatakan bahwa sejatinya



manusia merasakan emosi kegembiraan apabila ia berhasil meraih apa yang diharapkan dan mencapai apa yang diinginkannya, baik berupa harta, kekuasaan, ilmu pengetahuan, keberhasilan, ataupun taqwa.

Maka, kebahagiaan disini adalah hal yang bersifat relatif, tergantung bagaimana tujuan masing-masing individu. Apabila tujuan dalam hidupnya adalah untuk mengumpulkan harta, menduduki suatu pangkat tertentu, meraih kekuasaan, atau kenikmatan duniawi, maka keberhasilannya tersebut akan membentuk kesejahteraannya. Dan apabila tujuan hidupnya untuk memegang teguh pada keimanan dan ketakwaan agar mendapatkan kebahagiaan dalam kehidupan akhirat, maka itulah sumber kesejahteraan bagi dirinya. Kedua jenis kegembiraan dalam al-qur'an adalah:

اللَّهُ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ وَفَرَحُوا بِالحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَا الحَيَاةُ الدُّنْيَا فِي الآخِرَةِ إِلَّا مَتَاعٌ

Artinya: “Allah meluaskan rezeki dan menyempitkan bagi siapa yang ia kehendaki, mereka bergembira dengan kehidupan di dunia, padahal kehidupan dunia itu (dibanding dengan) kehidupan akhirat, hanyalah kesenangan (yang sedikit).

(Q.S. Ar-ra'd: Ayat 26).

Dari ayat diatas dapat diambil hikmahnya yaitu, barang siapa yang menjadikan dunia sebagai sumber kebahagiaan, maka dalam kenyataannya ia tidak menikmati kehidupan yang bahagia, tenang dan nyaman. Sehingga, seseorang yang dikatakan hidup sejahtera tidak hanya berkaitan tentang

kekayaan, kepuasan, dan harta yang melimpah, namun memiliki kesehatan serta waktu luang dalam melakukan kebaikan untuk menjadikannya bahagia.

## **B. Motif Menggunakan Media Sosial**

Individu bermain media sosial didorong oleh motif yang berbeda-beda. Individu bermain media sosial didorong oleh motif yang berbeda-beda. Motif penggunaan media sosial ini merupakan sebuah teori yang diturunkan dari teori penggunaan media yaitu teori penggunaan dan kepuasan atau lebih dikenal dengan (*uses and gratification theory*).

### **1. Uses And Gratification Theory**

Teori *uses and gratification* ini dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch menjelaskan bahwa individu menggunakan media sosial didorong berdasarkan motif-motif tertentu. Asumsi dasar dari teori ini adalah pengguna media komunikasi dianggap aktif dan menjadi bagian penting dari penggunaan media massa yang diasumsikan memiliki tujuan tertentu (Rakhmat, 2007). Menurut pendirinya, konsep dasar dari teori ini adalah untuk meneliti asal mula kebutuhan individu secara sosial dan psikologis yang membuat suatu harapan muncul dari penggunaan media sosial yang akan menimbulkan terpenuhinya suatu kebutuhan (Krideyantono, 2006).

Setiap individu memiliki motif yang berbeda-beda dalam menggunakan media sosial. Katz, Gurevich, dan Hadassas Hass (1973) mengungkapkan bahwa seseorang menggunakan media dengan alasan untuk mempermudah menjalin hubungan dengan orang lain, mendapatkan informasi yang sedang ramai (*viral*), atau untuk mengenalkan dirinya kepada publik, dan untuk

mendapatkan hiburan dari media sosial tersebut dalam (Morissan, Andi Corry Wardhani & Farid Hamid, 2010).

## 2. Motif Penggunaan Media Sosial

Dalam teori *uses and gratification*, pengguna media sosial adalah pihak yang aktif dalam mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya dalam proses komunikasi (Hidayat, 2007). Pengguna media sosial memilih akan menggunakan media yang mana berdasarkan kebutuhna masing-masing individu. Contohnya, pengguna *instagram* menggunakan media tersebut sebagai tempat untuk memposting sesuatu, menginformasikan kegiatan sehari-hari melalui foto atau video singkat, sedangkan pengguna *youtube* menggunakannya untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan melalui video yag berdurasi cukup lama. Dari hal tersebut dapat disimpulkan, bahwa motif setiap orang dalam menggunakan media instagram berbeda-beda.

Secara etimologis atau menurut bahasa, motif berasal dari kata bahasa inggris yaitu *motive*, asal katanya *motion*, yang berarti sebuah gerakan atau sesuatu yang bergerak (Sobur, 2009). Menurut Sobur (2009) motif adalah suatu dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu atau bertindak, atau bersikap dalam hal tertentu. Motif memberikan tujuan dan arah kepada perilaku untuk mencapai suatu tujuan. Motif merupakan suatu variabel independen yang mempengaruhi pengguna media (Kriyantono, R, 2006).

Motif merupakan istilah yang generic meliputi semua faktor internal seperti kebutuhan yang berasal dari fungsi organisme, dorongan dan keinginan, selera sosial, atau aspirasi yang mengarah pada berbagai jenis perilaku untuk memenuhi suatu tujuan (Sherif & Sherif, dalam (Sobur, 2009)). Menurut Gidden (1991) pengertian lain dari motif adalah impuls ataupun dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia ke arah pemuasan kebutuhan (Hasan. R. F, 2016).

Salah satu motif dalam menggunakan media sosial adalah kebutuhan untuk mendapatkan hiburan dan untuk melepaskan diri dari permasalahan yang dialami oleh setiap individu. Menurut Ardanto, Komala, & Karlinah, (2007) motif diversifikasi adalah kebutuhan individu untuk mendapatkan hiburan melalui berbagai stimulasi atau pencarian sesuatu sebagai media pelepasan atau pelarian dari tekanan dan masalah, serta pelepasan dari emosi yang terpendam. Seperti yang disebutkan oleh Susfina, S (2010) motif diversifikasi merupakan motif yang meliputi kebutuhan atau pelepasan diri dari tekanan dan kebutuhan individu akan hiburan.

Individu menggunakan media sosial untuk mengurangi ketegangan ataupun tekanan serta untuk media pelepasan emosi (Rakhmat, J, 2007). Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Vivian (2008) bahwa hasil yang didapatkan individu saat menggunakan media adalah sebagai pelepasan masalah dan emosi, serta untuk mengurangi rasa bosan dan relaksasi.

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas, motif adalah dorongan dalam bermain media sosial yang menjadi kebutuhan individu untuk

melepaskan masalah dan emosi dengan mendapatkan sebuah hiburan melalui sosial media.

### **3. Komponen Motif Penggunaan Media Sosial**

Dalam teori motif penggunaan media sosial, Mc.Quail (2011) merumuskan empat komponen dalam penggunaan media sosial yaitu:

a. Motif informasi

Yaitu kebutuhan individu akan informasi dari lingkungan sekitar ataupun apa yang sedang ramai terjadi di masyarakat dan untuk mencari tau tentang kebenaran suatu kejadian tertentu.

b. Motif identitas personal/pribadi.

Yaitu motif yang mendorong individu individu dalam menggunakan media sosial untuk mengenalkan dirinya kepada publik ataupun menunjukkan sesuatu yang terjadi pada dirinya.

c. Motif integrasi dan interaksi sosial

Motif ini mendorong individu untuk melangsungkan hubungannya dengan orang lain. Dengan motif ini individu menggunakan media sosial sebagai saran untuk menjalin hubungan dengan individu lainnya, serta untuk menemukan suatu komunitas atau kelompok baru yang sesuai dengan dirinya.

d. Motif diversifikasi atau hiburan

Motif ini merupakan kebutuhan individu untuk melepaskan ketegangan dan untuk mendapatkan hiburan. Dengan motif ini media sosial menjadi tempat untuk lari sejenak dari ketegangan atau kegiatan yang sedang

dilakukannya untuk mendapatkan hiburan sementara atau sekedar untuk menyegarkan pikiran kembali.

#### 4. Motif Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Islam

Manusia adalah makhluk yang berkembang, dengan melakukan segala aktivitas dan rutinitas dalam kehidupan sehari-hari, maka adakalanya merasa penat atau bosan dengan aktivitasnya. Oleh karenanya, secara fitrah manusia membutuhkan hiburan untuk keluar dari segala penat yang dirasakannya. Allah sebagai sang maha pencipta mengerti akan kebutuhan manusia untuk mendapatkan hiburan. Sehingga, tidak ada larangan dalam islam untuk mencari hiburan. Di dalam al-qur'an allah telah menyebutkan banyak mengenai kebahagiaan dalam kehidupan manusia. Adakalanya manusia mencari kebahagiaan sehingga ia harus menghalalkan berbagai macam cara untuk mendapatkannya. Hingga pada akhirnya yang didapat bukanlah kebahagiaan yang mereka dapatkan, melainkan kesesatan dalam kebahagiaan tersebut. Untuk itu, kita hendaknya paham terlebih dahulu bagaimana konsep kebahagiaan yang disebutkan dalam al-qur'an.

وَزُخْرُفًا وَإِنْ كُلُّ ذَلِكَ لَمَّا مَتَاعَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةُ عِنْدَ رَبِّكَ لِلْمُتَّقِينَ

Artinya : “dan (kami buatkan pula) perhiasan-perhiasan (dari emas untuk mereka). Dan semuanya itu tidak lain hanyalah

kesenangan kehidupan dunia, dan kehidupan akhirat itu disisi tuhanmu adalah bagi orang-orang yang bertakwa”.

Dari ayat diatas, secara tidak langsung menerangkan bahwa sejatinya manusia memang pencari kebahagiaan. Melakukan segala cara untuk mendapatkan sebuah kebahagiaan, namun mereka kehilangan makna dari kebahagiaan itu sendiri. Allah menyebutkan bahwa kehidupan duniawi sejatinya adalah yang sementara. Kebahagiaan yang didapat di dunia adalah semu. Semakin mengejar kebahagiaan, maka semakin sulit untuk mendapatkan kebahagiaan tersebut. Kebahagiaan yang sesungguhnya adalah kebahagiaan di akhirat. Kebahagiaan di dunia tidak ada bandingnya dengan yang Allah janjikan di akhirat jauh lebih baik dari pada yang di dapat di dunia. Untuk mendapatkan kebahagiaan ini sebenarnya tidaklah susah, hanya bersyukur dengan kondisi dan apa yang telah Allah berikan saat ini dan juga terus berbuat baik demi menebar kebaikan kepada orang lain.

Menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah, itu sudah menjadi ibadah manusia sebagai nilai tambah mendapatkan kebahagiaan dari Allah. Tujuan awal diciptakannya manusia adalah untuk beribadah, sehingga dalam Islam juga terdapat hiburan-hiburan yang kemudian bernialikan ibadah. Sehingga manusia manusia mendapatkan hiburan semata-mata tidak hanya untuk menyenangkan hati secara sia-sia. Maka, orang Islam hendaknya mengatur kebutuhan untuk bahagia tersebut agar tidak menjadi sia-sia namun hati tetap terhibur serta mendapat pahala. Rasulullah saw bersabda:

كُلُّ مَا يَلْهُو بِهِ الرَّجُلُ الْمُسْلِمُ بَاطِلٌ إِلَّا رَمِيَهُ بِقَوْسِهِ وَتَأْدِيبَهُ فَرَسَهُ وَمُلَاعَبَتَهُ أَهْلَهُ فَإِنَّهُمْ  
مِنَ الْحَقِّ

Artinya: “setiap permainan laghwun yang dilakukan seorang muslim adalah bathil, kecuali ketika dia melemparkan panah dengan busurnya, ketika ia melatih kudanya, dan bercanda dengan istrinya ketiga hal ini adalah al-haq”.(H.R. Tirmidzi, beliau berkata hadist Hasan shahih).

Ada banyak bentuk hiburan yang bisa didapatkan untuk mendapatkan kebahagiaan. Namun, yang penting adalah cara mencari hiburan yang baik dan benar dan tidak berlebihan. Dan dalam pelaksanaan mencari hiburanpun, harus diatur, jangan sampai lalai dari hal-hal yang menjadi kewajiban sebagai manusia.

### ***C. Self Disclosure***

#### **1. Pengertian *Self Disclosure***

Secara bahasa, *self disclosure* terbagi menjadi dua kata, *self* yang berarti diri-sendiri dan *closure* berarti penutupan atau pengakhiran. Sehingga *disclosure* berarti terbuka atau keterbukaan. *Self disclosure* yaitu keterbukaan diri atau pengungkapan tentang diri sendiri. Menurut Wheelles (1986) pengungkapan diri adalah bagian dari refrensi diri yang dikomunikasikan individu kepada orang lain secara lisan ataupun tulisan.



*Self disclosure* adalah pesan atau informasi apapun yang disampaikan atau dikomunikasikan individu tentang dirinya kepada orang lain (Cozby, 1973). *Self disclosure* adalah suatu tindakan atau perbuatan yang sudah biasa dikomunikasikan melalui perilaku verbal yang menggambarkan orangnya, pengalaman, dan perasaan orang tersebut (Chelune, 1975). Artinya, *self disclosure* merupakan pengungkapan verbal individu tentang dirinya, pengalamannya, pikirannya, dan perasaannya.

Devito (1997) mendefinisikan *self disclosure* merupakan jenis komunikasi dimana kita mengungkapkan informasi tentang pribadi kita sendiri kepada orang lain yang secara tidak sadar kita sembunyikan. Hal ini seperti dengan yang dikemukakan oleh (Rakhmat, 2005) ia mengartikan *self disclosure* sebagai informasi pribadi yang biasanya hanya untuk diketahui oleh diri-sendiri atau disembunyikan dari orang lain kini dikomunikasikan atau dibagikan kepada orang lain. Artinya, informasi yang diungkapkan adalah informasi tentang diri sendiri yang dirahasiakan.

Perilaku membuka diri cenderung membuat orang lain membuka turut membuka diri (Wood, 2012). Hal ini disebabkan adanya sikap saling percaya antara satu sama lain, sehingga individu yang mengetahui informasi seseorang yang membuka dirinya akan balas dengan memberikan informasi dirinya kepada lawannya tersebut.

Menurut Altman & Taylor, (1973) *self disclosure* adalah jenis komunikasi dimana individu membuat diri mereka dikenal orang lain dan ketika orang lain membalas dengan membagi informasi pribadi kepadanya,

mengarah pada pengembangan hubungan dan peningkatan keintiman. Arti kata lainnya, pengungkapan diri adalah komponen penting dari proses pembentukn kedekatan atau keintiman interpersonal. Namun, *self disclosure* juga merupakan seni berkomunikasi yang berpotensi untuk mempererat maupun merusak hubungan antar pribadi tergantung dari sifat apa yang diungkapkannya (McCroskey & Richmond, 1997). Oleh karna itu, *self disclosure* bertujuan untuk membentuk keakraban dan kedekatan dengan orang lain. Namun, *self disclosure* juga dapat merenggangkan hubungan antar pribadi seseorang, sesuai dengan isi yang diungkapkan. Jadi, apa yang diungkapkan dalam *self disclosure* ini dapat mempengaruhi hubungan antar pribadi.

Menurut keterangan para ahli diatas, dapat disimpulkan *bahwa self disclosure* adalah kegiatan mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain berupa pikiran, pengalaman, perasaan, perilaku yang pada umumnya adalah rahasia secara sengaja tanpa adanya unsur paksaan.

## 2. Aspek-aspek *Self Disclosure*

Dalam penelitian ini menggunakan dimensi *self disclosre* Wheeless, L. R. & Grotz, J, (1976) yang dinamakan RSDS (*revised self-disclosure scale*). Wheeless dan Grotz menemukan bahwa *self disclosure* bersifat multidimensional dan mereka menemukan lima dimensi yang independen. Aspek-aspek tersebut yaitu:

- a. Niat untuk mengungkapkan (*intent to disclosure*)

Kesediaan atau tujuan individu untuk melakukan pengungkapan diri. *Self disclosure* harus terjadi atas dasar keinginan sadar dari orang yang mengungkapkan. Pengguna media sosial memiliki niat atau tujuan dalam melakukan *self disclosure* pada akun media sosial yang dimilikinya.

b. Jumlah pengungkapan (*amount of disclosure*)

Dimensi kedua dari *self disclosure* adalah jumlah pengungkapan diri. Dimensi ini mencakup frekuensi dan durasi. Jumlah pengungkapan diri ini dilihat dari frekuensi individu dalam mengungkapkan diri di akun media sosialnya dan juga durasi dalam menggunakan media sosial.

c. Sifat positif-negatif pengungkapan diri (*positive-negative nature of disclosure*)

Sifat informasi positif atau negatif yang dirasakan oleh pengungkap. Dimensi ini berfokus pada sifat informasi yang dibagikan di akun media sosial individu. Individu dapat mengungkapkan informasi yang bersifat positif ataupun informasi yang bersifat negatif. Pengungkapan diri ini akan menimbulkan dampak yang berbeda bagi penerimanya. Orang lain akan memberikan respon yang sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh individu. Dalam aspek penelitian ini, peneliti akan melihat sifat informasi yang akan diungkapkan di dalam akun media sosial individu.

d. Kejujuran (*honesty of disclosure*)

Dimensi keempat dari *self disclosure* adalah akurasi kejujuran dari pengungkap. Informasi yang dibagikan di media sosial belum tentu semuanya benar adanya. Seseorang dapat membagikan informasi dengan jujur atau

dapat melebih-lebihkan, bahkan berbohong. Pengungkapan dianggap jujur, apabila pengungkap memiliki upaya yang tulus dalam penyampaian dan benar adanya. Kejujuran dan kecermatan *self disclosure* di media sosial ini dibatasi sendiri oleh masing-masing individu.

e. Kontrol kedalaman umum (*control of depth of disclosure*).

Aspek yang terakhir adalah, kedalaman individu dalam mengontrol *self disclosure* secara umum. Kedalaman mengacu pada keintiman yang dirasakan sendiri oleh pengungkap dari topik informasi yang disampaikan. Individu berbeda dalam tingkat keintiman sesuai dengan fase dalam hubungan. Demikian pula dalam penggunaan media sosial *online*, pengguna akan mengubah kedalaman pengungkapan sesuai dengan fase hubungan dalam media. Pada umumnya, apabila seseorang melakukan *self disclosure* pada orang asing tau yang baru dikenal, maka topik pembicaraannya akan umum dan kurang mendalam. Sebaliknya, apabila seseorang yang melakukan *self disclosure* pada orang terdekatnya atau teman yang sudah lama ia kenal, maka topik pembicaraannya akan lebih mendalam dan lebih khusus.

### **3. Fungsi *Self Disclosure***

Perilaku *self disclosure* pada dasarnya adalah perilaku strategis yang digunakan untuk dapat mempengaruhi atau bertindak pada lingkungan sosial individu. Terdapat 5 fungsi dalam *self disclosure* (Derlega & Grzelak, 1979).

a. *Relationship development* (pengembangan hubungan)

Pengembangan hubungan telah diidentifikasi sebagai faktor utama yang mendorong perilaku pengungkapan diri seseorang (Altman, 1973). Seseorang mengungkapkan informasi tentang diri mereka untuk mendapat kepercayaan dan perhatian dari orang lain, dengan meningkatnya kepercayaan seseorang terhadap dirinya, hubungan akan memungkinkan untuk lebih dekat, bergantung pada fase dan kepribadian hubungan yang berbeda (Altman, 1973 dalam Derlega, & Grzelak (1979)).

b. *Social validation* (validasi sosial)

Menurut teori presentasi diri Baumister & Leary (1995), hampir semua individu memiliki tujuan baku untuk mendapatkan persetujuan sosial atau penerimaan diri. Di lingkungan dunia maya, meskipun ada banyak perbedaan dengan dunia nyata, orang masih mengungkapkan informasi mereka untuk mencari kesukaan dan penerimaan diri dari orang lain, tidak peduli itu dari teman dekat atau dari orang asing yang ada di media maya (Gibbs, 2006). Sejak itu, validasi sosial diyakini sebagai motif penting dari perilaku *self disclosure* seseorang.

c. *Self expression*

Ekspresi diri menunjukkan bahwa pengungkapan diri merupakan aktivitas yang memuaskan diri sendiri, memuaskan kebutuhan ekspresi individu. Kebutuhan ekspresi diri membuat orang ingin mengekspresikan perasaan, emosi, dan pikiran mereka untuk mendukung fungsi kesehatan. Melalui pengungkapan diri atau pelepasan emosi orang bisa menikmati

kesejahteraan psikologis dan mengalami kondisi batin yang menyenangkan (Cozby, 1973). Jadi, karena *self disclosure* adalah tindakan atau cara untuk menampung sebuah ekspresi diri, maka ekspresi diri termasuk dalam salah satu faktor yang membuat seseorang melakukan *self disclosure*.

*d. Social control*

Kontrol sosial adalah salah satu cara mengatur perilaku pribadi untuk membentuk kesan dari orang lain. Goffman (1959) menyebutkan upaya ini sebagai manajemen kesan. Orang dapat memilih untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi tergantung pada seberapa besar keinginan mereka mencaapai tujuan dari pengungkapan diri tersebut (Leary & Kowalski, 1990). Jadi, dapat disimpulkan bahwa, salah satu tujuan dari perilaku pengungkapan diri ini untuk melihat bagaimana kesan atau respon orang lain yang menanggapinya.

*e. Self clarification*

Klarifikasi diri dibahas dalam teori fungsional yang dapat diungkapkan orang untuk meningkatkan pengetahuan diri dan pemahaman yang lebih baik tentang diri mereka sendiri. Menurut Derlega & Grzelak (1979) perilaku pengungkapan diri dapat memungkinkan seseorang untuk lebih memahami keadaan internal dirinya yang tidak tampak. Perilaku klarifikasi diri ini dibandingkan dengan motif lain yang telah disebutkan diatas, lebih berorientasi pada diri sendiri dan berorientasi pada kognisi.

#### 4. *Self Disclosure* Menurut Pemikiran Islam

*Self disclosure* adalah bentuk komunikasi berupa membagikan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. Salah satu fungsi dari *self disclosure* adalah untuk mengembangkan sebuah hubungan. *Self disclosure* sebagai cara untuk mengenalkan diri individu agar orang lain lebih mengenalnya dengan lebih. Dalam ayat Al-Qur'an hal ini dijelaskan dalam Q.S. 49:13, sebagai berikut:

يا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ، إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahnya:

“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seseorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal.

(Q.S. Al-hujurat:13).

Menurut ayat diatas, pada dasarnya manusia diciptakan berbeda-beda dari berbagai bangsa dan suku-suku yang pada awalnya tidak saling mengenal, lalu menjadi saling mengenal. Konsep pengungkapan diri dalam ayat tersebut dapat dilihat dari kata “*lita'arofu*” yang artinya untuk saling mengenal. Untuk dapat saling dapat mengenal maka faktor utama yang

dilakukan adalah dengan cara memberikan informasi tentang diri sebagai media dalam berkomunikasi.

Selain untuk mempererat hubungan, mengungkapkan diri juga merupakan salah satu bagian dari mengeluh. Dalam Al-Qur'an dijelaskan sebagai berikut:

إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا (١٩) إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا (٢٠) وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا (٢١) إِلَّا الْمُصَلِّينَ

Artinya: “sesungguhnya manusia diciptakan dengan bersifat keluh kesah lagi kikir (19) apabila ditimpa kesusahan ia berkeluh kesah (20) dan apabila ia mendapat kebaikan ia amat kikir (21) kecuali orang-orang yang mengerjakan sholat (22)”.

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia diciptakan bersifat keluh kesah. Sedangkan berkeluh kesah adalah bagian dari pengungkapan diri. Dalam konsep penelitian ini, dapat diartikan bahwa berkeluh kesah dapat diungkapkan melalui media sosial.

#### **D. Pengaruh antar Variabel**

##### **1. Pengaruh Motif Menggunakan Media Sosial dan *Subjective Well Being***

Komponen dari *subjective well being* terdiri dari kepuasan hidup, afek positif dan afek negatif. Individu dengan *subjective well being* tinggi maka akan memiliki kepuasan hidup yang tinggi. Dan sebaliknya, individu dengan kepuasan hidup yang rendah, maka akan merasakan *subjective well being* yang rendah. Kepuasan hidup akan terpenuhi apabila kebutuhannya



terpenuhi. Menurut teori *uses and gratification*, media sosial menjadi salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan individu. Dengan didorong oleh motif-motif tertentu individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari & Mujib (2006) juga mengatakan bahwa motif dalam mengakses media sosial berpengaruh terhadap kepuasan yang didapatkan individu terhadap media sosial.

Motif penggunaan media sosial oleh individu berbeda-beda. Terdapat empat komponen motif penggunaan media sosial menurut Mc. Quail (2011) yang mencakup kebutuhan informasi, identitas pribadi, menjalin hubungan sosial, dan untuk hiburan. Apabila salah satu diantara motif penggunaan media sosial tersebut terpenuhi, maka individu akan merasakan kepuasan tersendiri. Yang mana, kepuasan tersebut akan berpengaruh kepada keinginan individu untuk mengakses media sosial.

## **2. Pengaruh *Self Disclosure* Dan *Subjective Well Being***

Media sosial membuat individu memiliki tempat tersendiri untuk melakukan pengungkapan diri. Dengan adanya media sosial, seseorang menjadi lebih bebas dalam mengekspresikan diri tentang perasaan, pikiran, atau kegiatan yang sedang dilakukannya. Menurut Bazarova, Choi, Y. H (2015) seseorang menjadi lebih terbuka dalam membagikan informasi mengenai dirinya dan mengekspresikan perasaannya dengan adanya media sosial. Tidak hanya sekedar membagikannya, individu dapat bertukar informasi dan saling memberikan umpan balik berupa komentar terhadap informasi yang dibagikan oleh individu yang lain.

Komentar-komentar atau pesan yang didapat oleh individu yang membagikan sesuatu di media sosial dapat berupa hal yang positif maupun hal yang negatif. Sehingga, umpan balik ini dapat mempengaruhi perasaan masing-masing individu. Perasaan positif-negatif individu merupakan salah satu aspek dalam *subjective well being*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg (2006) menyatakan bahwa apabila umpan balik yang didapat individu melalui media sosial positif, maka akan meningkatkan *subjective well being* individu. Begitu pula sebaliknya, apabila individu mendapatkan umpan balik negatif, maka akan menurunkan kondisi *subjective well being* individu.

*Subjective well being* merupakan hasil evaluasi seseorang terhadap hidupnya secara kognitif berupa kepuasan hidup dan secara afektif yang positif dan negatif. Penilaian ini berdasarkan pada penilaian pribadi bukan berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh orang lain (Diener, E. Dkk, 1999). Dengan begitu, peneliti mengasumsikan bahwa *self disclosure* yang dilakukan individu pada media sosial dapat menentukan kondisi *subjective well being* individu.

### **3. Pengaruh Motif dan *Self Disclosure* Melalui Media Sosial Terhadap *Subjective Well Being***

Media sosial telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa lepas dari sebagian besar kehidupan masyarakat. Tingginya penggunaan media sosial ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari individu. Salah satunya

adalah emosi yang didapatkan. Perubahan emosi yang terjadi membuat individu mencari tempat untuk menemukan kepuasan dan kebahagiaannya. Kepuasan hidup akan terpenuhi apabila kebutuhannya terpenuhi. Sesuai dengan teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Mc.Quail (2011), media sosial menjadi salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan individu. Dengan didorong oleh motif-motif tertentu individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya.

Pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan media sosial ini akan membentuk kepuasan tersendiri bagi individu tersebut. Apabila kepuasan yang didapat dari media sosial tinggi dan merasakan hal-hal positif dari media sosial, maka akan membuat *subjective well being* individu tinggi dan begitu juga sebaliknya. Apabila tingkat kepuasan dalam menggunakan media sosial rendah dan cenderung merasakan emosi yang negatif, maka akan membentuk individu dengan *well being* rendah.

Motif-motif pengguna media sosial ini juga mendorong terjadinya pengungkapan diri di media sosial (*self disclosure*). Pengungkapan diri di media sosial merupakan bentuk dari ekspresi diri, tak jarang individu melakukan pengungkapan diri untuk berbincang tentang perasaannya untuk melepaskan perasaan-perasaan atau peristiwa yang sedang dirasakannya (Derlega & Grzelak dalam Taylor, Peplau, & Sears (2009)). Para pengguna media sosial dapat menyuarakan berbagai keinginan hatinya dengan bebas dan bahkan dapat membaagikan persoalan-persoalan yang bersifat rahasia dalam kehidupan nyata.

Individu yang memilih untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial dengan beberapa alasan, salah satunya adalah cara untuk mendapatkan hiburan dari berbagai permasalahan atau emosi negatif yang sedang dirasakan oleh individu. Bentuk hiburan yang didapatkan oleh individu dapat menjadikan individu merasakan kepuasan tersendiri, sehingga individu dapat merasakan afeksi tertentu dari pengungkapannya. Afeksi yang dirasakan individu dapat berupa perasaan positif maupun perasaan negatif tergantung dari apa yang diungkapkan dan umpan balik dari yang diungkapkan oleh individu.

Dapat disimpulkan, bahwa motif penggunaan media sosial dan perilaku *self disclosure* mempunyai pengaruh terhadap kondisi *subjective well being* seseorang.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* terhadap *subjective well being* pada mahasiswa. Hal ini berarti bahwa tingginya tingkat *subjective well being* seseorang bukan disebabkan oleh adanya pengaruh dari motif menggunakan media sosial dan *self disclosure*.

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh yang signifikan antara motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* terhadap *subjective well being* pada mahasiswa. Hal ini berarti tingginya tingkat *subjective well being* seseorang dipengaruhi oleh motif dalam menggunakan media sosial dan *self disclosure*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya dalam data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2009). Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan variabel yang diteliti. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan keterkaitan antara dua variabel dengan variabel lainnya, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2009).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Identifikasi variabel penelitian digunakan untuk membantu dalam menentukan alat ukur yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dan teknis analisis data yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

##### **1. Variabel terikat (Y)**

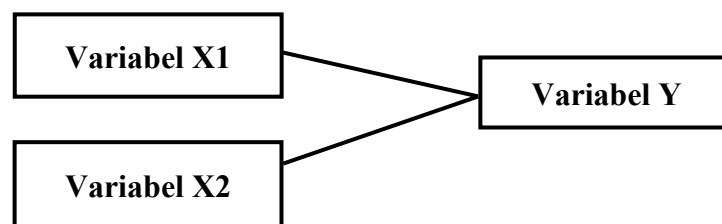
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yang biasa disebut dengan *dependent variable*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *subjective well being*.

## 2. Variabel bebas 1 (X1)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab dari terjadinya perubahan dari variabel lain. Variabel bebas biasanya disebut *dengan independent variable*. Variabel bebas dari penelitian ini adalah motif penggunaan media sosial.

## 3. Variabel bebas 2 (X2)

Variabel bebas kedua atau *independent variable* dari penelitian ini adalah *self disclosure*.



Gambar 3.1 Skema Penelitian

## C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah definisi dari variabel yang diperoleh dari karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah variabel motif menggunakan media sosial, variabel *self disclosure*, dan *subjective well being*.

### 1. *Subjective Well Being*

*Subjective well being* merupakan evaluasi kognitif dan afektif seseorang terhadap hidupnya. Seseorang memiliki *subjective well being* yang tinggi apabila merasa puas dengan hidupnya dan merasakan kebahagiaan dari

hidupnya. Sedangkan seseorang dengan *subjective well being* rendah apabila individu belum menemukan kepuasan dalam hidupnya dan tidak merasakan kebahagiaan dari keadaan yang sedang dialaminya. *Subjective well being* terdiri dari tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif positif, dan komponen afektif negatif (Diener & Oishi, 2005). Komponen kognitif berupa kepuasan hidup, komponen afektif positif merupakan emosi atau suasana hati yang menyenangkan dari suatu keadaan, dan komponen afektif negatif adalah respon emosi yang kurang menyenangkan terhadap suatu keadaan.

## **2. Motif Menggunakan Media Sosial**

Motif menggunakan media sosial berasal dari dorongan individu dalam menggunakan media sosial. Dorongan ini dibentuk berdasarkan beberapa komponen. Menurut Mc.Quail (2011) komponen tersebut yaitu untuk mendapatkan informasi, sebagai pengenalan identitas personal, untuk menjalin hubungan sosial dan sebagai pelepasan emosi atau mencari hiburan.

## **3. *Self Disclosure***

*Self disclosure* adalah mengungkapkan diri melalui media sosial mengenai informasi pribadi berupa keadaan, perasaan, dan pikiran secara sengaja kepada orang lain yang sebelumnya tidak mengetahuinya. Aspek dari *self disclosure* yang diungkapkan oleh Wheelless & Grotz (1976) yaitu niat, jumlah pengungkapan, sikap positif-negatif, kejujuran, dan *intimacy*.

## **D. Populasi dan Sample**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau kumpulan dari individu yang berkualitas dan ciri-cirinya telah ditentukan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Arikunto, 2006). Penelitian ini menggunakan populasi penelitian mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2020 yang menempuh pendidikan strata-1 dan memiliki beberapa akun media sosial serta aktif menggunakannya. Peneliti memilih mahasiswa baru dikarenakan sesuai dengan konteks pengguna media sosial yang didominasi oleh kalangan usia remaja-dewasa awal, dan mahasiswa merupakan kalangan profesi yang mendominasi melakukan *self disclosure* di media sosial (Putri, 2013). Jadi dalam konteks ini, mahasiswa baru yang sesuai dengan kriteria untuk menjadi populasi dalam penelitian ini.

### **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2015). Sampel dari penelitian ini diambil menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sample yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sample. Teknik ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, snowball* dan *jenuh*. *Purposive sampling* sendiri merupakan pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya seseorang tersebut merupakan



orang yang paling sesuai dengan kriteria yang kita butuhkan (Sugiyono, 2015). Kriteria yang dipilih untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2020
- 2) Memiliki media sosial dan aktif menggunakannya

Peneliti memilih mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai sampel karena sesuai dengan pengguna media sosial yang mayoritas mahasiswa dan berada di fase usia remaja akhir – dewasa awal yaitu 18-25 tahun (Santrok, 2012). Cara menentukan jumlah sampel dari penelitian ini dihitung berdasarkan tabel *isac* dengan presentase 5% dengan jumlah populasi 3800 maka ditemukan sebanyak 320 responden mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti untuk menemukan hasil dari objek penelitian dengan menggunakan instrumen penelitian. Penelitian ini, menggunakan metode kuesioner (*questionare*). Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Metode kuesioner yang digunakan adalah *skala likert* yang diambil berdasarkan tiga variabel yang ada. *Skala likert* berisi pernyataan sikap, yaitu suatu pernyataan mengenai objek sikap. Pernyataan sikap terdiri dari dua macam, yaitu *favorable* (pernyataan yang berisi hal-hal positif dan mendukung objek sikap yang akan diungkap) dan

pertanyaan *unfavorable* (pertanyaan yang berisi hal-hal negatif berisi objek sikap yang bersifat kontra dengan objek sikap yang akan diungkap (Azwar, 2007). Tahap selanjutnya, data data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan *software SPSS*.

## **F. Instrumen Penelitian**

### **1. Alat Ukur *Subjective Well Being***

Alat ukur *subjective well being* menggunakan skala yang dibuat oleh peneliti yang mengacu berdasarkan teori Diener, E., Lucas, R, E., & Oishi, (2005) yang disusun berdasarkan komponen dari *subjective well being*, yaitu aspek kognitif berupa kepuasan hidup, aspek afeksi berupa afek positif dan afek negatif. Skala penelitian ini menggunakan model *skala likert* dengan empat model pilihan jawaban dan terdiri dari aitem yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*.

Pilihan jawaban dari item yang bersifat *favorable* terdiri dari sangat sesuai (SS) yang akan dinilai 4, sesuai (S) yang akan dinilai 3, tidak sesuai (TS) akan dinilai 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang akan dinilai 1. Pilihan jawaban dengan aitem yang bersifat *unfavorable* skor dinilai dari jawaban sangat sesuai (SS) dengan nilai 1, sesuai (S) dengan nilai 2, tidak sesuai (TS) akan dinilai 3, dan jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 4. Adapun *blue print* dari skala *subjective well being* ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Blue Print Skala Subjective Well Being*

| No           | Aspek                                              | Indikator                                                                                            | No. Item        |             | Total     |
|--------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------|-----------|
|              |                                                    |                                                                                                      | 1)              | UF          |           |
| 1            | Kognitif<br>(kepuasan<br>Hidup)                    | Individu menjalani kehidupan sehari-hari dengan baik                                                 | 1,3,5,7         | 2,4,6,<br>8 | 7         |
|              |                                                    | Individu merasa nyaman dengan kehidupan yang dijalannya                                              |                 |             |           |
|              |                                                    | Individu memiliki tujuan yang jelas untuk masa depannya                                              |                 |             |           |
| 2            | Afektif<br>(Afek Positif<br>dan afeksi<br>Negatif) | Individu menerapkan hal-hal yang baik dan positif dalam berperilaku serta tindakan nyata sehari-hari | 9,10,11,<br>12  | 13,14       | 6         |
|              |                                                    | Individu merasakan rendahnya afeksi negatif                                                          | 15,16,1<br>7,18 | 19,20       |           |
| <b>Total</b> |                                                    |                                                                                                      |                 |             | <b>20</b> |

## 2. Alat Ukur Motif Menggunakan Media Sosial

Untuk mengukur motif penggunaan media sosial, peneliti membuat skala aitem yang mengacu berdasarkan teori *uses and gratification* oleh (Mc.Quail, 2011). Skala motif dalam penggunaan media sosial ini dibentuk berdasarkan empat komponen utama yaitu motif mendapatkan informasi, motif identitas diri, motif menjalin hubungan sosial atau interaksi sosial dan

motif untuk melepaskan emosi atau mendapatkan hiburan. Skala penelitian ini menggunakan model *skala likert* dengan empat model pilihan jawaban dan terdiri dari item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Pilihan jawaban dari item yang bersifat *favorable* terdiri dari sangat sesuai (SS) yang akan dinilai 4, sesuai (S) yang akan dinilai 3, tidak sesuai (TS) akan dinilai 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang akan dinilai 1. Pilihan jawaban dengan item yang bersifat *unfavorable* skor dinilai dari jawaban sangat sesuai (SS) dengan nilai 1, sesuai (S) dengan nilai 2, tidak sesuai (TS) akan dinilai 3, dan jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 4. Berikut ini *blueprint* dari skala motif penggunaan media sosial:

**Tabel 3.2 Blue Print Skala Motif Menggunakan Media Sosial**

| No           | Aspek                                     | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                     | No aitem     |                  | Total     |
|--------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------|-----------|
|              |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                               | F            | UF               |           |
| 1            | Motif mendapatkan informasi               | Individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan lebih banyak informasi<br>Individu menggunakan media sosial untuk mengetahui peristiwa yang sedang ramai terjadi<br>Individu merasa lebih terbantu dengan perkembangan media sosial                       | 1,3,5        | 2,4,6            | 6         |
| 2            | Menunjukkan identitas personal            | Individu menggunakan media sosial untuk menemukan gambaran yang sesuai dengan dirinya<br>Individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan pengakuan identitas diri dari orang lain                                                                         | 7,9          | 8,10             | 4         |
| 3            | Sebagai media komunikasi/integrasi sosial | Individu menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi<br>Individu menemukan teman baru di media sosial                                                                                                                                                   | 11,13        | 12,14            | 4         |
| 4            | Sebagai pelarian/mendapatkan hiburan      | Individu menjadikan media sosial sebagai pelarian dari masalahnya<br>Individu menjadikan media sosial untuk menyalurkan emosinya<br>Individu menjadikan media sosial sebagai sumber kebahagiaannya<br>Individu menjadikan media sosial sebagai teman untuknya | 15,17, 19,21 | 16,18, 20,22, 23 | 9         |
| <b>Total</b> |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                               |              |                  | <b>23</b> |

### 3. Alat Ukur *Self Disclosure*

Penelitian ini menggunakan alat ukur yang dibuat oleh peneliti mengacu pada skala dari Wheelless & Grotz (1976) yaitu *Wheelless Revised Self Disclosure* (RSDS). Skala RSDS ini juga dipakai oleh peneliti lainnya seperti Bitna Kim (2015) tentang “*How People Disclose Themselves Differently According To The Strength Of Relationship In SNS*”. Wheelless dan Grotz menemukan bahwa skala *self disclosure* ini multidimensi dan kemudian menyimpulkan bahwa skala RSDS terbentuk menjadi 5 dimensi yaitu, niat untuk mengungkapkan, *inten to disclosure* (tujuan dari pengungkapan), *amount of disclosure* (jumlah pengungkapan), *honesty of disclosure* (kejujuran dalam pengungkapan), *positive-negative nature of disclosure* (sifat positif-negatif dari pengungkapan), dan *control of depth of disclosure* (kedalaman dalam pengungkapan).

Skala penelitian ini menggunakan model *skala likert* dengan empat model pilihan jawaban dan terdiri dari item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Pilihan jawaban dari item yang bersifat *favorable* terdiri dari sangat sesuai (SS) yang akan dinilai 4, sesuai (S) yang akan dinilai 3, tidak sesuai (TS) akan dinilai 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang akan dinilai 1. Pilihan jawaban dengan item yang bersifat *unfavorable* skor dinilai dari jawaban sangat sesuai (SS) dengan nilai 1, sesuai (S) dengan nilai 2, tidak sesuai (TS) akan dinilai 3, dan jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 4. Adapun *blue print* dari skala *self disclosure* ini sebagai berikut:

Tabel 3.3 *Blue Print Skala Self Disclosure*

| No           | Aspek                             | Indikator                                                                                                                                                                                   | No. Item |         | Total     |
|--------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------|
|              |                                   |                                                                                                                                                                                             | F        | UF      |           |
| 1            | <i>Intent to disclose</i>         | Individu memiliki keinginan untuk mengungkapkan perasaannya di media sosial                                                                                                                 | 1,3,4    | 2,5     | 5         |
| 2            | <i>Amount of disclosure</i>       | Individu memiliki tujuan tertentu saat memposting sesuatu<br>Individu membagikan informasi di media sosial setiap hari<br>Individu bermain media sosial dengan durasi yang cukup lama dalam | 6,7,9,10 | 8,11,12 | 7         |
| 3            | <i>Positif and negatif affect</i> | Individu mengungkapkan hal-hal yang positif di media sosial<br>Individu mengungkapkan hal-hal yang tidak menyenangkan di media sosial                                                       | 13,14,16 | 15,17   | 5         |
| 4            | Kejujuran dan akurasi             | Individu menuliskan apa yang terjadi di media sosial<br>Individu mengunggah hal-hal yang menurutnya benar di media sosial                                                                   | 18,22,21 | 19,20   | 5         |
| 5            | <i>Depth of intimacy</i>          | Individu menuliskan informasi personalnya dengan benar<br>Individu menulis apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan di media sosial                                                         | 23,25    | 24,26   | 4         |
| <b>Total</b> |                                   |                                                                                                                                                                                             |          |         | <b>26</b> |

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan perhitungan yang mengungkapkan kevalidan suatu instrumen. Sejah mana kevalidan suatu alat tes dalam menjalankan fungsi alat ukur. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila memiliki tingkat validitas yang tinggi, dan begitupun sebaliknya instrumen dinyatakan kurang valid apabila memiliki tingkat validitas yang rendah (Azwar, 2007).

Validitas isi adalah sejauh mana butir-butir instrumen mewakili komponen dalam keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur dan sejauh mana butir instrumen tersebut menggambarkan ciri-ciri dari perilaku yang akan diukur (Nuunally dalam (Retnawati, 2012)). Pada penelitian ini menggunakan rasio validitas isi (*content validity ratio/CVR*). Skala penelitian akan dinilai oleh para ahli yang disebut *subject matter experts* (SME). Untuk menentukan validitas ini, maka digunakan indeks validitas, salah satunya yaitu dengan menggunakan indeks yang diusulkan oleh Lawshe (1975) (Retnawati, 2012).

Formula validitas Lawshe ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CVR = (2n_e / n) - 1$$

$n_e$  = banyaknya SME yang memberikan nilai relevan

$n$  = banyaknya SME yang memberikan penilaian

Rumus ini menghasilkan nilai antara -1 hingga +1, nilai positif menunjukkan bahwa setidaknya SME menjelaskan bahwa item tersebut



relevan dan bisa digunakan. Sebaliknya, item yang memiliki nilai negatif maka harus dieliminasi. Semakin lebih besar CVR dari 0, maka semakin penting dan semakin tinggi validitasnya.

Lawshe mengusulkan bahwa setiap SME menjawab pertanyaan dari setiap item dengan tiga kriteria pilihan jawaban. Jika lebih dari setengah SME memberikan jawaban item tersebut relevan/esensial, maka aitem tersebut memiliki validitas isi. Kriteria pemberian jawaban oleh para ahli yaitu, (1) tidak relevan, (2) kurang relevan, dan (3) relevan. Adapun daftar SME pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Daftar Ahli dan Jadwal Pelaksanaan CVR**

| <b>Ahli/ SME</b>                           | <b>Pelaksanaan</b> | <b>Pengembalian</b> |
|--------------------------------------------|--------------------|---------------------|
| Rahmatika Sari Amalia,<br>M.Psi., Psikolog | 17 november 2020   | 20 november 2020    |
| Novia Solichah, M.Psi                      | 17 november 2020   | 19 november 2020    |
| Dr. Fathul Lubabin<br>Nuqul, M.Si          | 21 november 2020   | 22 november 2020    |
| Elok Faiz Fatma El<br>Fahmi, M.Si          | 17 november 2020   | 23 november 2020    |
| Selly Candra Ayu, M.Si                     | 19 november 2020   | 23 november 2020    |

Setelah dilakukan uji CVR, berdasarkan penilaian para ahli skala pengukuran pada penelitian ini menghasilkan beberapa aitem yang tidak relevan dan harus digugurkan, serta beberapa aitem yang perlu diperbaiki agar lebih baik lagi untuk responden. Pada skala motif penggunaan media sosial item tidak terdapat item yang gugur, namun terdapat beberapa butir item yang harus diperbaiki yang harus diperbaiki yaitu pada nomor 4 dan 8. Pada *skala self disclosure* terdapat dua item yang harus digugurkan karena tidak sesuai kriteria yaitu nomor 7 dan 26, dan beberapa item lainnya harus

diperbaiki yaitu pada nomor, 2,5,9,15,19. Pada *subjective well being* terdapat beberapa item yang gugur yaitu nomor 1, 2, 19. Dan aitem yang harus diperbaiki lagi adalah nomor 3, 8, 11. Adapun rincian hasil CVR adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Item Hasil Uji CVR**

| Variabel                      | Item                                                            |            | Jumlah Item Valid |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------|-------------------|
|                               | Item Valid                                                      | Item Gugur |                   |
| Motif Penggunaan Media Sosial | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23     | -          | 23                |
| <i>Self Disclosure</i>        | 1,2,3,4,5,6,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25 | 7,26       | 24                |
| <i>Subjective Well Being</i>  | 3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,20                     | 1,2,19     | 17                |

Setelah dilakukan penilaian uji CVR untuk mengukur validitas item, peneliti melakukan uji validitas instrumen masing-masing variabel dengan melakukan uji analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh melalui skoring jawaban pada skala masing-masing variabel. Uji validitas ini dilakukan menggunakan rumus kolerasi *product moment* dari Pearson dengan bantuan program SPSS versi 20 *for windows*. Item dalam penelitian ini dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan skor signifikansi  $< 0,05$ . Sebaliknya, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan skor signifikansinya  $> 0,05$  item tersebut dikatakan tidak valid dan harus digugurkan. Pada penelitian ini ditemukan dengan jumlah  $n = 320$  maka ditemukan jumlah  $r_{tabel}$  dengan signifikansi kesalahan 5% adalah 0,113.

Berdasarkan hasil perhitungan *product moment*, diketahui pada skala *subjective well being* dari total 17 item terdapat 13 item valid dan 4 item tidak valid dan harus gugur. Pada skala motif penggunaan media sosial dari total 23 item terdapat 21 item valid dan 2 item yang tidak valid dan harus gugur. Sedangkan pada skala *self disclosure* dari total 24 item terdapat 17 item valid dan 7 item yang harus digugurkan karena tidak valid.

Berikut rincian hasil hasil uji validitas skala masing-masing variabel

**Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala *Subjective Well Being***

| No           | Aspek                                              | Indikator                                                                                                                                                                                                                       | Item            |              | Total     |
|--------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|-----------|
|              |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                 | Item Valid      | Item Gugur   |           |
| 1            | Kognitif<br>(kepuasan<br>Hidup)                    | Individu menjalani kehidupan sehari-hari dengan baik<br>Individu merasa nyaman dengan kehidupan yang dijalannya<br>Individu memiliki tujuan yang jelas untuk masa depannya<br>Individu akan menjadi lebih baik untuk kedepannya | 3,5,7,<br>4,6,8 |              | 6         |
| 2            | Afektif<br>(Afek Positif<br>dan afeksi<br>Negatif) | Individu menerapkan hal-hal yang baik dan positif dalam berperilaku serta tindakan nyata sehari-hari<br>Individu merasakan rendahnya afeksi negatif                                                                             | 9,10,<br>12,13  | 11           | 4         |
|              |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                 | 14,17<br>20     | 15,16,<br>18 | 3         |
| <b>Total</b> |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                 |                 |              | <b>13</b> |

**Tabel 3.7 Hasil Uji Skala Motif**

| No           | Aspek                                                  | Indikator                                                                                         | Item            |               | Jumlah<br>item<br>valid |
|--------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|-------------------------|
|              |                                                        |                                                                                                   | Item<br>Valid   | Item<br>Gugur |                         |
| 1            | Motif<br>mendapatkan<br>informasi                      | Individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan lebih banyak informasi                        | 1               | 2             | 5                       |
|              |                                                        | Individu menggunakan media sosial untuk mengetahui peristiwa yang sedang ramai terjadi            | 3,4             |               |                         |
|              |                                                        | Individu merasa lebih mudah dengan perkembangan media sosial                                      | 5,6             |               |                         |
| 2            | Menunjukkan<br>identitas<br>personal                   | Individu menggunakan media sosial untuk menemukan gambaran yang sesuai dengan dirinya             | 7,8             |               | 4                       |
|              |                                                        | Individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan pengakuan identitas diri dari orang lain      | 9,10            |               |                         |
| 3            | Sebagai<br>media<br>komunikasi/<br>integrasi<br>sosial | Individu menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi                                        | 11,12           |               | 4                       |
|              |                                                        | Individu menemukan teman baru di media sosial                                                     | 13,14           |               |                         |
| 4            | Sebagai<br>pelarian/men<br>dapatkan<br>hiburan         | Individu menjadikan media sosial sebagai pelarian dari masalahnya                                 | 15,16           |               | 8                       |
|              |                                                        | Individu menggunakan media sosial untuk menyalurkan emosinya untuk mendapatkan sumber kebahagiaan | 17,18,<br>19,20 |               |                         |
|              |                                                        | Individu menjadikan media sosial sebagai teman untuknya                                           | 21,23           | 22            |                         |
| <b>Total</b> |                                                        |                                                                                                   |                 |               | <b>21</b>               |

**Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala Self Disclosure**

| No           | Aspek                             | Indikator                                                                                                                                 | Item             |               | Jumlah<br>Item<br>Valid |
|--------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|-------------------------|
|              |                                   |                                                                                                                                           | Item<br>Valid    | Item<br>Gugur |                         |
| 1            | <i>Intent to disclose</i>         | Individu memiliki keinginan untuk mengungkapkan perasaannya di media sosial<br>Individu memiliki tujuan tertentu saat memposting sesuatu  | 1,3,4,<br>2,5    |               | 5                       |
| 2            | <i>Amount of disclosure</i>       | Individu membagikan informasi di media sosial setiap hari<br><br>Individu bermain media sosial dengan durasi yang cukup lama dalam        | 6,9,10<br>,11,12 | 8             | 5                       |
| 3            | <i>Positif and negatif affect</i> | Individu mengungkapkan hal-hal yang positif di media sosial<br><br>Individu mengungkapkan hal-hal yang tidak menyenangkan di media sosial | 13,14,           | 15,16,<br>17  | 3                       |
| 4            | Kejujuran dan Akurasi             | Individu menuliskan apa yang terjadi di media sosial<br><br>Individu mengunggah hal-hal yang menurutnya benar di media sosial             | 18,20,<br>19     | 22,21         | 3                       |
| 5            | <i>Depth of intimacy</i>          | Individu menuliskan informasi personalnya dengan benar<br><br>Individu menulis apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan di media sosial   | 23,25            | 24            | 2                       |
| <b>Total</b> |                                   |                                                                                                                                           |                  |               | <b>17</b>               |

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan derajat konsistensi antara dua skor hasil pengukuran pada objek yang sama, walaupun menggunakan alat ukur dan skala yang berbeda. Alat ukur yang reliabel akan memberikan hasil

pengukuran yang stabil dan konsisten (Retnawati, 2015). Menurut Azwar (2015) penelitian dianggap baik apabila telah memenuhi konsistensi, keterpercayaan, kestabilan, keajegan, dan sebagainya. Tinggi rendahnya reliabilitas dapat diketahui melalui koefisien reliabilitas. Koefisien reliabilitas ini dinyatakan dengan angka 0 sampai 1,00. Semakin tinggi tingkat koefisien mendekati 1,00 maka reabilitas alat ukur semakin tinggi. Sebaliknya, koefisien dengan tingkat rendah mendekati angka 0 maka reabilitas alat ukur semakin rendah.

Menurut Wells dan Wollack Menyebutkan bahwa sebuah instrumen data dapat dikatakan reliabel apabila nilai alpha diatas 0,70 atau lebih (Azwar, 2015). Pada penelitian ini uji reabilitas menggunakan teknik *alpha cronbach* dengan menggunakan alat bantu *microsoft excel* dan SPSS versi 20 *for windows*. Berikut hasil uji reliabilitas pada skala masing-masing variabel:

**Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala**

| <b>Variabel</b>               | <b>Skor</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------------------|-------------|-------------------|
| <i>Subjective Well Being</i>  | 0,795       | Reliabel          |
| Motif Penggunaan Sosial Media | 0,817       | Reliabel          |
| <i>Self Disclosure</i>        | 0,742       | Reliabel          |

Setelah melakukan uji reliabilitas, didapatkan hasil dari skala *Subjective Well Being* sebesar 0,795, skala motif penggunaan media sosial sebesar 0,817, dan skala *self disclosure* sebesar 0,742. Ketiga hasil uji reliabilitas tersebut berada diatas 0,70, sehingga ketiga skala tersebut dapat dinyatakan reliabel.

## H. Metode Analisis Data

Teknis analisa data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang melibatkan dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Budiarto, 2019). Alasan memakai analisis regresi linier berganda adalah karena penelitian ini mengukur pengaruh antara variable independen lebih dari satu terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah dalam analisis data pada penelitian ini adalah:

### 1. Uji Deskripsi Data

Analisis deskripsi bertujuan untuk memaparkan hasil data penelitian. Data mentah yang diperoleh dianalisis dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

#### a. Mean Hipotetik

Mencari mean hipotetik dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$M = 1/2 (i \text{ max} + i \text{ min})$$

Keterangan:

M = mean hipotetik

I max = skor tertinggi aitem

I min = skor terendah aitem

### b. Standar Deviasi

Setelah nilai mean diketahui, langkah selanjutnya adalah mencari standar deviasi (SD), rumus untuk mendapatkan sd ini adalah sebagai berikut:

$$SD = 1/6 (i \text{ max} - i \text{ min})$$

Keterangan :

SD = standar deviasi

I max = skor tertinggi subjek

I min = skor terendah subjek

### c. Menentukan Kategorisasi

Pada setiap variabel, penentuan kategori yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.10 Norma Kategorisasi**

| Kategorisasi | Norma                                                |
|--------------|------------------------------------------------------|
| Tinggi       | $X \geq (M + 1,0 \text{ SD})$                        |
| Sedang       | $(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD})$ |
| Rendah       | $X < (M - 1,0 \text{ SD})$                           |

## 2. Uji asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.



### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah salah satu uji asumsi yang bertujuan untuk membuktikan bahwa data yang akan diuji terdistribusi normal atau tidak. Mengetahui data distribusi normal ataupun tidaknya dilakukan uji normalitas dengan bantuan program SPSS (*statistical package or social science*) versi 2.0 for *windows* dengan teknik uji *kolmogorov-smirnov*. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka residual terdistribusi normal.

### **b. Uji linieritas**

Uji linieritas berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linier atau tidak. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 23.0 for *windows*. Jika nilai signifikan  $>$  dari 0,05 maka kesimpulannya ialah terdapat hubungan linier antar variabel.

### **c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi antar variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik dilihat dari tidak adanya kolerasi diantara variabel independen yang digunakan (Ghozali, 2013). Adapun cara untuk mengetahui hasil dari uji multikolinearitas yaitu:

- Apabila nilai Tolerance  $> 0,10$  artinya tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi. Sebaliknya, apabila nilai Tolerance  $< 0,10$  maka terdapat multikolinearitas pada model regresi.

- Apabila nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi. Apabila nilai VIF  $> 10,00$  maka terdapat multikolinearitas pada model regresi.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dalam satu model regresi dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dihitung dengan menggunakan uji glejser melalui program SPSS ver 20 *for windows*. Apabila nilai signifikasnsi  $> 0,05$  maka model suatu regresi tidak dapat dinyatakan heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila niali signifikansi  $< 0,05$  maka model regresi dapat dikatakan heteroskedastisitas.

### **3. Uji Hipotesis**

#### **a. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh positif atau pengaruh negatif terhadap variabel dependen. Selain itu, uji regresi linier berganda ini juga dilakukan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun formula dalam analisis regresi liner berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (dependent)

X = Variabel bebas (independent)

$\alpha$  = Nilai konstanta

$\beta$  = Nilai koefisien regresi

### **b. Uji t**

Uji t dilakukan untuk mencari tahu apakah variabel independen secara parsial (masing-masing) berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima yang artinya suatu variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak yang artinya suatu variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **c. Uji F**

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh seluruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5%. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh  $< 0,05$ , maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

**d. Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase kontribusi variabel independen secara bersama-sama pada model regresi linier dalam memprediksi nilai variabel dependen. Nilai determinasi didapatkan dari skor R Square yang terdapat pada hasil analisis regresi linier berganda.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Deskripsi Tempat Penelitian**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu PTN Islam di Indonesia yang lokasinya berada di Jl. Gajayana No.50 Dinoyo Kota Malang. Karena merupakan satu-satunya PTN Islam yang ada di Kota Malang, maka PTN ini lebih dikenal dengan sebutan UIN Malang. UIN Malang berdiri sejak tahun 1964. Perbedaan UIN Malang dengan PTN yang lain adalah peraturan yang ditetapkan kepada mahasiswanya. Seluruh mahasiswa baru yang terdaftar di UIN Malang tingkat Strata-1 pada satu tahun pertama masa perkuliahan diwajibkan untuk tinggal di asrama guna mengemban ilmu-ilmu keagamaan dan bahasa asing yaitu Arab dan Inggris. Peraturan ini ditetapkan karena UIN Malang menginginkan seluruh mahasiswanya tidak hanya mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah, melainkan juga mendapatkan pengetahuan-pengetahuan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist serta memiliki kualitas akhlak yang akan menjadikan manusia dengan berjiwa Ulul Albab.

##### **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Motif dan *Self Disclosure* Pada Media Sosial Terhadap *Subjective Well Being* Mahasiswa” ini dilaksanakan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada tanggal 22-28 November 2020.

### **3. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan rentang usia 18-25 tahun. Kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa baru tahun 2020, Memiliki akun media sosial dan aktif dalam menggunakannya. Jumlah reponden yang mengisi angket sebanyak 355 responden, namun peneliti mengambil sebanyak 320 responden sesuai dengan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini.

### **4. Teknis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan cara *online* menggunakan fitur google formulir untuk menyebarkan angket. Penelitian ini dilakukan secara online untuk memudahkan peneliti mendapatkan banyak responden yang sesuai kriteria penelitian dan dikarenakan keadaan perkuliahan yang dilakukan daring akibat pandemik COVID-19 tahun ini. Selain itu, pertimbangan melakukan penelitian online ini untuk mendapatkan responden yang lebih bervariasi dari segi jurusan dan fakultas, dan juga lebih efisien dalam hal biaya dan waktu.

## B. Pemaparan Hasil Penelitian

### 1. Uji Deskripsi Data Hasil Penelitian

#### a. Skor Hipotetik dan Skor Empirik

Adapun Skor hipotetik dan Skor empirik dijelaskan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik**

| Variabel                                    | Hipotetik |     |      |     | Empirik |     |      |     |
|---------------------------------------------|-----------|-----|------|-----|---------|-----|------|-----|
|                                             | Max       | Min | Mean | SD  | Max     | Min | Mean | SD  |
| <b>Motif</b>                                | 84        | 21  | 52,5 | 11  | 84      | 41  | 59   | 8,5 |
| <b>Self Disclosure Subjectie Well Being</b> | 72        | 18  | 39   | 10  | 71      | 33  | 51   | 6,4 |
|                                             | 52        | 13  | 26   | 6,5 | 68      | 36  | 50   | 6   |

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pada penelitian ini, skala motif terdiri dari 21 item dengan masing-masing item memiliki rentang skor 1-4. Jadi, skor skala motif tertinggi adalah 84, dan skor terendah adalah 21, dengan mean hipotetiknya sebesar 52,5. Berdasarkan hasil penelitian, skor maksimal empirik adalah 84, skor minimal empirik adalah 41, dan *mean* 59. Oleh karena itu, skor empirik maksimal sama dengan hasil skor maksimal hipotetik, sedangkan skor minimal empirik lebih besar dari skor minimal hipotetik, dan skor *mean* empirik lebih besar daripada skor *mean* hipotetik.
- 2) Pada penelitian ini, skala *Self Disclosure* terdiri dari 18 item dengan masing-masing item memiliki rentang skor 1-4. Jadi, skor skala *self disclosure* tertinggi adalah 72, dan skor terendah adalah 18, dengan

*mean* hipotetiknya sebesar 39. Berdasarkan hasil penelitian, skor maksimal empirik adalah 68, skor manimial empirik adalah 36, dan *mean* 51. Oleh karena itu, skor empirik maksimal lebih besar dari hasil skor maksimal hipotetik, skor minimal empirik juga lebih besar dari skor minimal hipotetik, dan skor *mean* empirik juga lebih besar daripada skor *mean* hipotetik.

- 3) Skala *subjective well being* terdiri dari 13 item dengan masing-masing item memiliki rentang skor 1-4. Jadi, skor hipotetik skala *subjective well being* tertinggi adalah 52, dan skor terendah hipotetik adalah 13, dengan *mean* hipotetiknya sebesar 26. Berdasarkan hasil penelitian, skor maksimal empirik adalah 84, skor manimial empirik adalah 41, dan *mean* 50. Oleh karena itu, skor empirik lebih besar dari pada skor hipotetik.

#### **b. Deskripsi Kategori Data**

Skor yang digunakan dalam kategorisasi data pada penelitian ini adalah hasil dari *mean* hipotetik dengan norma yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11 Norma Kategorisasi**

| <b>Kategorisasi</b> | <b>Norma</b>                                         |
|---------------------|------------------------------------------------------|
| Tinggi              | $X \geq (M + 1,0 \text{ SD})$                        |
| Sedang              | $(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD})$ |
| Rendah              | $X < (M - 1,0 \text{ SD})$                           |



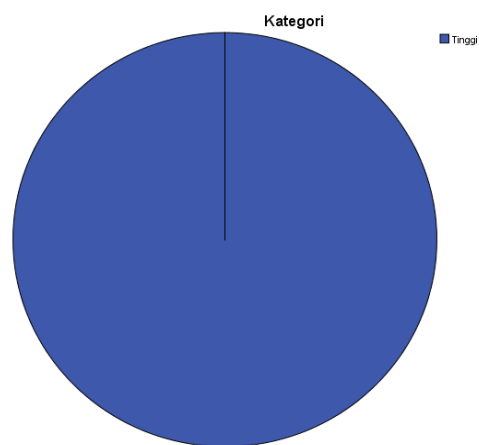
### 1) *Subjective Well Being*

Kategorisasi variabel *subjective well being* akan dijabarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.12 Kategorisasi Skala *Subjective Well Being***

| Kategori | Kriteria         | Frekuensi | Presentase (%) |
|----------|------------------|-----------|----------------|
| Rendah   | $X < 20$         | 0         | 0%             |
| Sedang   | $20 \leq X < 32$ | 0         | 0%             |
| Tinggi   | $X \geq 33$      | 320       | 100%           |

Hasil Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa keseluruhan responden penelitian sebanyak 320 reponden yang memiliki tingkat *subjective well being* tinggi, artinya mereka merasakan kepuasan dan kebahagiaan dalam menjalani hidupnya. Berikut ini diagram presentase tingkat *self disclosure*:



**Gambar 4.1 Diagram Kategori Skala *Subjective Well Being***

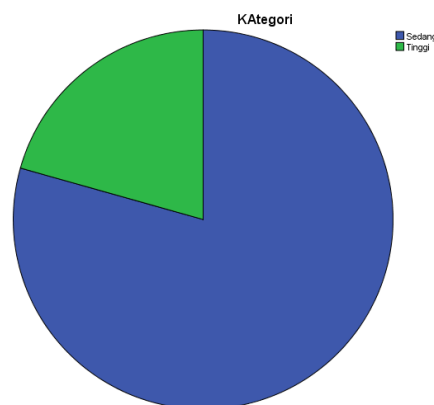
### 2) *Motif Penggunaan Media Sosial*

Kategorisasi variabel motif Penggunaan media sosial akan dijabarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4 Kategorisasi Skala Motif**

| Kategori | Kriteria             | Frekuensi | Presentase (%) |
|----------|----------------------|-----------|----------------|
| Rendah   | $X < 41,5$           | 0         | 0%             |
| Sedang   | $41,5 \leq X < 63,5$ | 254       | 79,4%          |
| Tinggi   | $X \geq 63,5$        | 66        | 20,6%          |

Hasil pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden penelitian, terdapat 66 reponden yang memiliki motif menggunakan media sosial yang tinggi. Hal ini berarti bahwa, mereka memiliki motif tertentu yang besar dalam menggunakan media sosialnya. Kemudian terdapat 254 mahasiswa yang memiliki motif menggunakan media sosial sedang, ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motif yang cukup baik dalam menggunakan media sosial. Hasil pada kategorisasi ini tidak menunjukkan adanya motif dengan kategori rendah. Berikut ini diagram presentase tingkat motif menggunakan media sosial:

**Gambar 4.2 Diagram Kategorisasi Skala Motif**

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan mahasiswa memiliki tingkat motif menggunakan media sosial dengan kategori sedang.

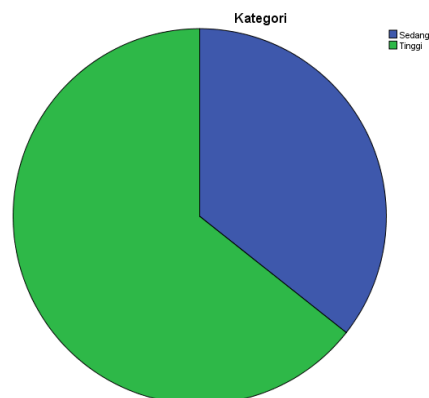
### 3) *Self Disclosure*

Kategorisasi variabel *self disclosure* akan dijabarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Kategorisasi Skala *Self Disclosure***

| <b>Kategori</b> | <b>Kriteria</b>  | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|-----------------|------------------|------------------|-----------------------|
| Rendah          | $X < 29$         | 0                | 0%                    |
| Sedang          | $29 \leq X < 49$ | 114              | 35,6%                 |
| Tinggi          | $X \geq 49$      | 206              | 64,4%                 |

Hasil Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden penelitian, terdapat 206 reponden yang memiliki tingkat *self disclosure* tinggi, artinya melakukan *self disclosure* di media sosial merupakan suatu hal yang sering dilakukan oleh mereka. Kemudian terdapat 114 mahasiswa yang memiliki tingkat *self disclosure* sedang, ini menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan *self disclosure* di media sosial hanya seperlunya saja tidak menjadi penting bagi mereka. Selanjutnya, tidak terdapat mahasiswa yang memiliki tingkat *self disclosure* rendah, yang artinya mereka tidak menganggap perlu untuk melakukan *self disclosure* di media sosial. Berikut ini diagram presentase tingkat *self disclosure*:



**Gambar 4.3 Diagram Kategorisasi Skala *Self Disclosure***

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan mahasiswa memiliki tingkat *self disclosure* dengan kategori tinggi.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013), Uji normalitas adalah salah satu uji asumsi yang bertujuan membuktikan bahwa data yang akan diuji normal atau tidak normal. suatu model korelasi dikatakan normal apabila skor signifikansi ( $p$ )  $> 0,05$  dan sebaliknya jika ( $p$ )  $< 0,05$  maka data penelitian tersebut tidak normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik *kolmogorov-Sminov Test* dengan bantuan program aplikasi IBM SPSS versi 20 *for windows*. Adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas**

| Skor K-S Z | Asymp. Sig. (2-tailed) | Keterangan   |
|------------|------------------------|--------------|
| 2,241      | 0,000                  | Tidak Normal |

Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut dapat diperoleh hasil nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,000, data tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan artian bahwa data tidak berdistribusi dengan normal. Menurut Azwar (2020) menyatakan bahwa apabila normalitas distribusi skor tidak terpenuhi, maka peneliti hanya perlu mengambil subjek penelitian dalam jumlah banyak. Jadi apabila penelitian memiliki perlakuan kepada banyak subjek, maka hasil uji normalitas tidak perlu diperhatikan. Menurut Hadi (2015) sampel dikatakan banyak atau besar jika  $N \geq 30$ . Jika sampel cukup besar, distribusi sampling adalah normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Menurut Ghozali (2013), uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier secara signifikan atau tidak. Uji Linieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *deviation from linierity* pada program aplikasi SPSS *for windows*. Apabila nilai *deviation from linierity*  $> 0,05$  maka dikatakan memiliki hubungan linier, sebaliknya apabila nilai *deviation from linierity*  $< 0,05$  maka dikatakan tidak memiliki hubungan yang linier. Berikut uraian hasil dari uji linieritas:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas**

| <b>Variabel</b>                                                        | <b>F</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------------------------------------------------------|----------|-------------|-------------------|
| <b><i>Subjective Well Being</i></b><br><b>* <i>Motif</i></b>           | 1,239    | 0,183       | Linier            |
| <b><i>Subjective Well Being</i></b><br><b>* <i>Self Disclosure</i></b> | 0,765    | 0,822       | Linier            |

Berdasarkan uraian dari tabel 4.7 diketahui nilai signifikan dari variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel motif penggunaan media sosial (X1) dan *subjective well being* (Y) dan terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel *self disclosure* (X2) dan *subjective well being* (Y).

### c. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan nilai VIF dari hasil *output* yang diperoleh. jika nilai Tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$  artinya tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi, dan begitujuga sebaliknya.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel               | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| <b>Motif</b>           | 0,936     | 1,068 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| <i>Self Disclosure</i> | 0,936     | 1,068 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Hasil output tersebut menunjukkan skor Tolerance variabel Motif (X1) dan *Self Disclosure* (X2) adalah senilai 0,936, yang berarti  $> 0,10$ . Pada skor VIF menunjukkan nilai  $1,068 < 10,00$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini. Artinya, antara variabel Motif menggunakan media sosial (x2) dan variabel *Self Disclosure* (X2) tidak memiliki korelasi yang kuat satu sama lain.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Glesjer dengan bantuan SPSS 20 *for windows*. Pengambilan kesimpulan didasarkan pada nilai signifikansi apabila  $P > 0,05$  maka tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas**

| <b>Variabel</b>               | <b>T</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b>             |
|-------------------------------|----------|-------------|-------------------------------|
| <b>Motif</b>                  | -1.839   | 0,067       | Tidak ada heterokedastisitas  |
| <b><i>Self Disclosure</i></b> | 2.469    | 0,014       | Tidak ada heterokesdastisitas |

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa variabel Motif (X1) mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,067 dan variabel *Self Disclosure* (X2) mendapatkan nilai 0,014. Nilai dari kedua variabel tersebut berarti Sig. (p) > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitan ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Artinya, tidak terjadi kesamaan variasi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil dari uji linearitas berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel independen (X1) dan (X2) terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

| Variabel                      | Unstandardized Coefficients |            |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|
|                               | B                           | Std. Error |
| <b>Konstanta</b>              | 42,441                      | 3,100      |
| <b>Motif</b>                  | -0,030                      | 0,040      |
| <b><i>Self Disclosure</i></b> | 0,182                       | 0,053      |

Berdasarkan skor pada tabel 4.10 diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 42,441 - 0,030 + 0,182$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 42,441, berarti jika X1 dan X2 bernilai 0 (nol) maka Y bernilai 42,441.
2. Nilai Koefisien X1 sebesar -0,030, artinya setiap terjadi kenaikan satu satuan pada variabel X1 maka Y akan turun sebesar -0,030. Koefisien bernilai negatif berarti semakin meningkat Motif menggunakan media sosial maka semakin menurun tingkat *subjective well being*.
3. Nilai Koefisien X2 sebesar 0,182, artinya setiap terjadi kenaikan satu satuan pada variabel X2 maka Y akan meningkat sebesar 0,182. koefisien bernilai positif berarti semakin meningkat *Self disclosure* maka semakin meningkat pula *subjective well being*.



### b. Uji F

Uji F berguna untuk menguji variabel X1 dan X2 secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai sig.  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan.

**Tabel 4.11 Hasil Uji F**

| Variabel Dependen            | Prediktor              | F hitung | Sig.  |
|------------------------------|------------------------|----------|-------|
| <i>Subjective Well Being</i> | Motif                  | 5,952    | 0,003 |
|                              | <i>Self Disclosure</i> |          |       |

Berdasarkan data dari tabel 4.11 diperoleh  $F_{hitung} (5.952) > F_{tabel} (3.02)$  dengan taraf signifikansi 5% dan diketahui nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Artinya, Motif dan *Self disclosure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Subjective well being*.

### c. Uji t

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel Y, yang mana apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan.

**Tabel 4.12 Hasil Uji T**

| Variabel               | Sig.  |
|------------------------|-------|
| Motif                  | 0,449 |
| <i>Self Disclosure</i> | 0,001 |

Berdasarkan *Output* SPSS pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X1 adalah sebesar 0,449 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya, motif menggunakan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *subjective well being*. Pada variabel X2, nilai signifikansi

adalah sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka artinya *self disclosure* berpengaruh secara signifikan terhadap *subjective well being*.

Pada variabel X1 yaitu motif menggunakan media sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well being*, maka hasil uji F dihitung kembali untuk mencari tau variabel yang memberikan kontribusi pengaruh terhadap *subjective well being* ini.

#### d. Hasil Uji Regresi

Uji regresi ini dilakukan untuk mengetahui nilai regresi tanpa adanya variabel X1. Hal ini dilakukan karena variabel X1 dari hasil uji T tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig. < 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan.

**Tabel 4.13 Hasil Uji F (tanpa variabel X1)**

| Variabel Dependen            | Prediktor              | F hitung | Sig.  |
|------------------------------|------------------------|----------|-------|
| <i>Subjective Well Being</i> | <i>Self Disclosure</i> | 11,344   | 0,001 |

Berdasarkan data dari tabel 4.13 hasil uji F dari variabel X1 terhadap variabel Y memperoleh  $F_{hitung}$  (11,344)  $>$   $F_{tabel}$  (3.02) dengan taraf signifikansi 5% dan diketahui nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Artinya, *Self disclosure* memberikan pengaruh secara signifikan pada *Subjective well being*.

#### e. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil uji Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap Y. Nilai R<sup>2</sup> yang semakin tinggi menandakan bahwa kemampuan variabel bebas cukup baik dalam memprediksi nilai variabel terikat.

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Variabel<br>Dependen             | Prediktor                  | R      | R<br><i>Square</i> | R Adjusted<br>Square |
|----------------------------------|----------------------------|--------|--------------------|----------------------|
| <i>Subjective<br/>Well Being</i> | Motif                      | 0,190. | 0,036              | 0,030                |
|                                  | <i>Self<br/>Disclosure</i> |        |                    |                      |

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa *R square* ialah sebesar 0,036. Artinya, proporsi pengaruh motif dan *self disclosure* terhadap variabel *subjective well being* adalah sebesar 30%. Sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Sedangkan nilai  $R^2$  dari besaran pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$  adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi/ $R$  ( $X_2$ )

| Variabel<br>Dependen             | Prediktor          | R      | R<br><i>Square</i> | R Adjusted<br>Square |
|----------------------------------|--------------------|--------|--------------------|----------------------|
| <i>Subjective<br/>Well Being</i> | Self<br>Disclosure | 0,186. | 0,034              | 0,031                |

Berdasarkan tabel 4.15 diatas diketahui bahwa *R square* dari  $X_2$  terhadap  $Y$  adalah sebesar 0,034. Artinya, pengaruh *self disclosure* terhadap *subjective well being* adalah sebesar 31%.

## C. Pembahasan

### 1. Tingkat *Subjective Well Being* Pada Mahasiswa

*Subjective well being* merupakan penilaian individu terhadap situasi yang dirasakan dalam hidupnya secara keseluruhan mencakup perasaan senang-sedih, dan juga kepuasan dalam menjalani hidupnya (Diener, E, 2000). Seseorang dikatakan memiliki *subjective well being* yang tinggi, apabila dalam hidupnya banyak merasakan aspek-aspek positif atau perasaan yang menyenangkan untuk dirinya dan merasakan kepuasan dalam menjalani hidupnya. Sebaliknya, seseorang dikatakan memiliki *subjective well being* rendah apabila ia banyak merasakan aspek-aspek yang negatif atau perasaan yang tidak menyenangkan dalam hidupnya dan selalu merasa tidak puas dengan kehidupan yang dimilikinya (Diener, dkk, 1999).

*Subjective well being* ini menjadi salah satu faktor penting bagi mahasiswa dalam perkembangannya. Mengingat mahasiswa berada pada masa transisi dari remaja akhir menuju ke dewasa awal. Pada masa ini individu berada pada kondisi tidak stabil karena banyak mengadopsi pengalaman dan pengetahuan dari lingkungan sekitarnya. Individu akan melakukan eksperimen untuk memperluas pengalaman-pengalaman pribadinya (Arnet, 2000). Sehingga, *subjective well being* menjadi faktor yang penting untuk diperhatikan karena akan mempengaruhi aktivitas dalam pembentukan dirinya. Bagi mahasiswa yang memiliki *subjective well being* tinggi cenderung memiliki tempramen yang positif, memiliki kepercayaan

sosial, dan memiliki keberanian diri yang baik untuk membuat kemajuan kearah tujuannya sehingga dapat membantu proses belajarnya.

Mahasiswa yang memiliki *subjective well being* rendah lebih sering merasa bahwa belum merasakan kepuasan terhadap diri mereka sendiri, dan juga cenderung kurang merasakan afeksi positif. Kondisi tersebut dapat membuat mereka kurang nyaman dalam menjalani aktivitas sehari-harinya, sehingga hal ini dapat mengganggu proses eksplorasi dirinya dan juga kemajuan belajarnya. Ketika remaja menunjukkan ketidak bahagiaannya dengan merasakan kesepian dan ketidakpuasan akan hidupnya, maka itu akan mempengaruhi remaja untuk melampiaskannya kepada media sosial (Rahmanisa, & Listriara, 2018). Menurut (Muliawan & Humairam, 2010) Faktor-faktor yang cenderung membuat individu merasakan afek-afek negatif, akan membuat individu merasa depresi dan sulit untuk merasakan kebahagiaan, sehingga dapat mempengaruhi tingkat *subjective well being* pada individu.

Mahasiswa yang memiliki *subjective well being* sedang pada dasarnya mereka cukup memiliki kepuasan dalam kehidupan yang dijalannya. Mereka cenderung lebih sering merasakan afek-afek positif dalam dirinya. Namun, terkadang mereka masih merasa belum puas terhadap hidup yang mereka alami. Menurut Putri (2013) pada penelitiannya yang mengukur tingkat *subjective well being* mahasiswa, individu yang memiliki tingkat *subjective well being* sedang mereka cukup puas dalam menjalani hari-harinya dan emosi positif lebih sering muncul pada mereka dari pada emosi yang negatif.

Hal tersebut dibuktikan berdasarkan *possitive affect* yang tinggi dan *negatif affect* yang tergolong rendah.

Berdasarkan hasil analisa yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa *subjective well being* mahasiswa baru UIN Malang 2020 berada pada kategori Tinggi. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan presentase yang telah di dapatkan yaitu sebesar 100% dimana seluruh responden memiliki tingkat *subjective well being* dengan kategori tinggi dengan jumlah 320 mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat *subjective well being* tinggi memiliki kepuasan secara umum bagaimana ia memandang seluruh aspek dalam kehidupannya yang mengarahkannya kepada evaluasi tentang kehidupan sehari-harinya. Selain merasakan kepuasan terhadap hidupnya, mereka lebih banyak merasakan kesenangan sesuai yang diinginkannya. Hal ini menunjukkan *positif affect* yang tinggi dan *negative affect* yang sedang, dan kepuasan hidup yang tergolong tinggi (Putri, 2013).

## **2. Tingkat Motif Menggunakan Media Sosial**

Media sosial merupakan ruang umum untuk para penggunanya, mereka dapat menghabiskan waktu selama berjam-jam untuk mengakses media sosial. Perilaku tersebut terjadi dikarenakan mereka memiliki tujuan tersendiri untuk mengakses media sosial, untuk mengungkapkan diri di media sosial, mencari informasi, bahkan hanya untuk mendapatkan hiburan dan mengisi waktu luang. Rakhmat (2007) mengungkapkan bahwa seseorang yang menggunakan media sosial disebabkan karena dorongan dari motif-

motif yang berasal dari internal atau eksternal individu. Alasan seseorang dalam menggunakan media sosial tersebut dirangkum dalam teori Motif dalam penggunaan media sosial yang dikenal dengan teori *uses and gratification* (Mc.Quail, 2011). Teori *uses and gratification* ini menyebutkan bahwa masalah utama seseorang dalam menggunakan media sosial adalah apa yang dilakukan seseorang terhadap media sosialnya (Mc.Quail, 2011). Mahasiswa merupakan kelompok yang tidak dapat jauh dari penggunaan media sosial.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan ini, ditemukan sebesar 79.4% yang berarti sebanyak 256 mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki motif menggunakan media sosial dengan kategori sedang. Hal ini berarti menunjukkan mahasiswa memiliki motif yang cukup baik dalam menggunakan media sosial. Selanjutnya, mahasiswa yang memiliki motif menggunakan media sosial dengan kategori tinggi sebesar 20,6% yang berarti terdapat 66 mahasiswa. Hal ini berarti, dalam menggunakan media sosial memiliki tujuan yang kuat yang mendorong mereka untuk melakukannya.

Berdasarkan paparan diatas, sebagian besar mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki motif dalam menggunakan media sosial dengan kategori sedang. Artinya, mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki motif yang cukup baik dalam menggunakan media sosial. Motif menggunakan media sosial yang tinggi akan memicu mereka untuk menggunakan media sosial secara terus menerus yang kemudian akan

memicu terjadinya kecanduan terhadap media sosial (Herring, 1996). Menurut Young (2005) menyebutkan bahwa ketidak mampuan individu dalam mengontrol penggunaan media sosial akan menyebabkan terjadinya masalah psikologis, sosial, dan pekerjaan pada kehidupan individu. Sehingga, individu dengan motif media sosial yang baik berarti memiliki kontrol diri yang baik terhadap penggunaan pada media sosial.

### **3. Tingkat *Self Disclosure* Pada Media Sosial**

*Self disclosure* ini merupakan bagian dari referensi diri oleh individu yang dikomunikasikan kepada orang lain (Wheless, Nessser, & McCroskey, 1986). *Self disclosure* ini merupakan bentuk komunikasi tentang informasi diri yang dibagikan kepada orang lain yang dilakukan secara sadar tanpa adanya paksaan dan memiliki tujuan tertentu (DeVito, 1997). Seiring dengan berkembangnya teknologi, *self disclosure* lebih banyak dilakukan melalui media sosial dibandingkan dilakukan secara langsung (Santrok, 2012). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arsenault (2012) menyatakan bahwa, seseorang yang memiliki afeksi negatif atau perasaan yang negatif pada dirinya memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan *self disclosure* di media sosial dengan tujuan untuk meringankannya apa yang dirasakannya. Sedangkan, seseorang dengan afek positif atau merasa bahagia akan dirinya kurang sering menggunakan media sosial.

Hasil temuan dalam penelitian ini yang dilakukan kepada 320 mahasiswa diketahui bahwa mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *self disclosure* sedang sebanyak 35,6%, yang berarti



sebanyak 114 mahasiswa baru memiliki tingkat *self disclosure* sedang. Tingkatan ini menunjukkan bahwa individu dalam melakukan *self disclosure* pada media sosial memiliki batasan tertentu, mereka dapat memilah bahwa tidak semua dapat diungkapkan dan dipublikasikan pada media sosial.

Selanjutnya, ditemukan sebesar 64.4% mahasiswa yang memiliki tingkat *self disclosure* tinggi, yang berarti berjumlah 206 mahasiswa. Mahasiswa dengan kategori ini bahwasanya individu lebih sering melakukan *self disclosure* pada media sosial dan tergolong lebih terbuka. Individu akan merasa nyaman ketika memposting foto/video, *chatting*, berkomentar pada status teman, atau membagikan curahan hati yang sedang dirasakannya di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Larry D Rossen (2007) menyatakan bahwa seseorang yang melakukan *self disclosure* di media sosial, akan merasa aman mengungkapkan terhadap hubungan interpersonalnya dengan orang lain di media sosial. Hal ini berarti, mahasiswa yang memiliki tingkat *self disclosure* tinggi akan merasa nyaman dan aman untuk membagikan informasi tentang dirinya di media sosial, karena tidak merasa adanya batasan terhadap mereka.

Individu yang memiliki *self disclosure* tinggi merupakan individu yang aktif dalam bermain media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Schouten (2007) yang menyatakan bahwa individu yang melakukan pengungkapan diri di media sosial merasa lebih bebas dalam mengontrol penampilan diri melalui media sosial, sehingga mereka secara

sadar melakukan pengungkapan diri walaupun hanya melalui media tanpa melakukannya kepada orang lain secara langsung.

Berdasarkan pemaparan diatas, menunjukkan bahwa mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *self disclosure* Tinggi. Artinya, mereka merasa nyaman dalam membuka diri di media sosial. Hal ini perlu diperhatikan dengan baik agar tidak terjadi kekeaburan, mana yang harus diungkapkan dan mana yang tidak perlu diungkapkan di media sosial secara publik. Pengungkapan diri di media sosial ini dapat menyebabkan dampak pada kondisi psikologis individu. Hal ini disebabkan adanya respon atau umpan balik yang yang dia dapatkan dari apa yang mereka ungkapkan di media sosial.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Valkenburg, 2006) menyatakan bahwa ketika individu membagikan sesuatu di media sosial, akan memungkinkan terjadinya perubahan-perubahan mood yang akan dialami oleh individu, hal ini dikarenakan respon yang diterimanya. Apabila individu mendapatkan respon yang positif, maka ia akan cenderung merasakan perasaan yang positif juga, dan begitupun sebaliknya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Best, Manktelow & Taylor, 2014) mengungkapkan bahwa perubahan mood yang terjadi pada individu disebabkan oleh umpan balik yang didapatkan dari media sosial mempengaruhi tingkat *subjective well being* seseorang. Sehingga seseorang yang mampu mengontrol dirinya dengan baik untuk melakukan *self*

*disclosure* di media sosial tergolong baik karena mereka berhati-hati terhadap kehidupannya.

#### **4. Pengaruh Motif Terhadap *Subjective Well Being* Pada Mahasiswa**

*Subjective well being* dapat dikatakan bahwa seseorang merasakan kebahagiaan dalam kehidupannya. Salah satu yang membuat seseorang dapat merasakan kebahagiaan adalah apabila kebutuhannya telah terpenuhi. Saat ini, media sosial merupakan hal yang sangat dekat dengan kehidupan manusia, terutama bagi usia remaja dan khususnya mahasiswa. Kehadiran media sosial banyak memberikan manfaat yang dapat membantu kemudahan bagi aktivitas mahasiswa. Hal ini menjadikannya salah satu kebutuhan yang tidak dapat lepas dari aktivitas sehari-hari mahasiswa. Lekatnya media sosial dalam kehidupan mahasiswa ini didorong oleh motif tertentu yang membuat mereka tidak dapat jauh dari media sosial. Motif-motif dalam menggunakan media sosial ini bertujuan untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya (Rakhmat, 2007).

Mc Quail (2011) mengungkapkan bahwa motif dalam menggunakan media sosial merupakan apa yang akan dilakukan seseorang pada media sosial yang memberikan efek tersendiri pada penggunanya. Penekanan ini di rumuskan dalam teorinya yang dikenal dengan *uses and gratification theory*. Teori ini menekankan bahwa penggunaan media sosial terjadi karena dorongan dari individu untuk mendapatkan apa yang diinginkannya (Mc.Quail, 2011). Dorongan tersebut terjadi karena faktor internal ataupun

eksternal dari individu. Salah satu motif dalam menggunakan media sosial pada mahasiswa adalah untuk mendapatkan hiburan atau sebagai relaksasi untuk melepaskan stress. Hal ini berarti motif menggunakan media sosial dapat menciptakan afeksi tertentu bagi penggunanya, yang kemudian akan berpengaruh pada *subjective well being* mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini pada mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, menyebutkan bahwa motif menggunakan media sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *subjective well being* pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji regresi linier berganda tentang pengaruh motif menggunakan media sosial dengan *subjective well being* yang memperoleh nilai Sig. sebesar 0,449. Koefisien variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai Sig.  $< 0,05$ . Artinya,  $0,449 > 0,05$  yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara motif menggunakan media sosial dengan kondisi *subjective well being* pada mahasiswa.

Model persamaan regresi dalam penelitian ini menjelaskan bahwa motif menggunakan media sosial dan *subjective well being* bernilai negatif. Artinya, ketika semakin tinggi motif menggunakan media sosial maka tingkat *subjective well being* mahasiswa semakin turun. Begitupun dapat terjadi sebaliknya, semakin turun motif dalam menggunakan media sosial, maka *subjective well being* semakin meningkat. Namun, naik turunnya *subjective well being* ini tidak selalu dipengaruhi oleh motif menggunakan media sosial, dikarenakan keduanya tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmanisa, & Listriara (2018) yang menyatakan bahwa tidak adanya korelasi antara kesejahteraan subjektif dan keinginan untuk bermain media sosial. Hasil dari penelitian tersebut memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,362 yang artinya  $>$  nilai signifikansi 0,05 dan nilai korelasi sebesar 0,074. Hal ini berarti tinggi rendahnya menggunakan media sosial tidak dapat mempengaruhi kesejahteraan subjektif bagi penggunanya. Hal tersebut terjadi kemungkinan dikarenakan adanya faktor lain yang lebih menjelaskan alasan untuk mendapatkan kesejahteraan subjektifnya.

Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Innova (2016) dengan judul "Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia" yang menyebutkan bahwa motif menggunakan media sosial berhubungan dengan kepuasan bagi penggunanya. Hal tersebut disebabkan karena media sosial mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan penggunanya dan dapat membantu melepaskan stress dan juga mampu membuat pengguna lebih berkomunikasi. Pada penelitian ini digunakan metode penelitian dengan menjumlahkan total mean keseluruhan dari indikator, kemudian membandingkannya dengan variabel yang lain. Sehingga hasil dari penelitian ini merupakan hasil penjumlahan dari skor rata-rata yang didapatkannya.

Pada penelitian terdahulu juga, yang dilakukan oleh (Sari, Rejeki & Mujib, 2006) dengan judul "Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam

Angkatan 2014-1017”, hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < (F_{\text{tabel}}) 0,774$ . Artinya, motif dan kepuasan dalam menggunakan media sosial pada mahasiswa memiliki hubungan yang signifikan dan memiliki kolerasi yang positif. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi motif maka semakin tinggi pula kepuasan yang didapatkan oleh pengguna media sosial instagram.

Tidak adanya pengaruh motif menggunakan media sosial dan *subjective well being* dalam penelitian ini disebabkan mahasiswa belum merasakan adanya pengaruh terhadap afeksi positif maupun afeksi negatif sebagai komponen pembentuk dari *subjective well being*. Sedangkan, menurut penelitian terdahulu yang disebutkan diatas, motif dalam menggunakan media sosial hanya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan penggunanya. Selain itu, motivasi utama mahasiswa dalam menggunakan media sosial didasari karena kebutuhan mahasiswa adalah untuk mendapatkan informasi baru, meningkatkan intensitas hubungan interpersonal, dan juga untuk mengisi waktu luang, bukan dikarenakan dorongan untuk meningkatkan *subjective well beingnya*.

##### **5. Pengaruh *Self Disclosure* Pada Media Sosial Terhadap *Subjective Well Being* Mahasiswa**

*Self disclosure* diperlukan untuk melepaskan beban psikologis seseorang, sejatinya dalam setiap diri individu memerlukan untuk mencurahkan perasaannya agar beban yang dirasakannya dapat berkurang.

Seseorang akan berbicara tentang perasaannya untuk dapat lepas dari perasaan kecewa dan kejangkalan, mengutarakan perasaannya dapat mengurangi perasaan stress (Taylor, Peplau & Sears, 2009). Oleh karena itu, *self disclosure* di media sosial tidak dapat disalahkan, karena dengan adanya fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial membuat penggunanya dapat menyalurkan pikiran dan perasaannya secara bebas. Menurut Bazarova, Choi (2015) seseorang yang berbagi emosinya di media sosial dapat mendapatkan kepuasan tersendiri. Emosi yang dirasakannya kemudian di salurkan kepada orang lain sehingga membuatnya menjadi puas. Kepuasan tersebut dapat menimbulkan afeksi yang akan dirasakan oleh individu, baik itu afeksi positif maupun afeksi negatif yang mana hal tersebut akan berpengaruh terhadap *subjective well being* seseorang.

Berdasarkan hasil dalam penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini, memperoleh Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar  $0,001 < 0,05$ . Artinya, bahwa *self disclosure* berpengaruh terhadap *subjective well being* individu. Model persamaan regresi dalam penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi yang positif. Hal ini berarti apabila *self disclosure* meningkat, maka nilai dari *subjective well being* akan meningkat juga. Sebaliknya, apabila nilai *self disclosure* di media sosial menurun, maka *subjective well being* akan turun juga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumarti (2019) dengan judul "The Correlation Between Social Media Usage And Subjective Well Being Of Z Generation" menyatakan bahwa terdapat

hubungan antara penggunaan media sosial dengan *subjective well being* dengan nilai koefisien korelasi 0,022 ( $<0,005$ ). Artinya, apabila penggunaan media sosial tinggi maka tingkat *subjective well being* cenderung tinggi. Begitu juga apabila penggunaan media sosial rendah, maka tingkat *subjective well being* cenderung rendah. Penggunaan media sosial yang tinggi tersebut memicu terjadinya pengungkapan diri pada remaja.

Remaja yang banyak melakukan interaksi dengan media sosialnya, akan menerima banyak umpan balik yang dapat mempengaruhi kondisi psikologisnya. Menurut Valkenburg, Peter & Schouten, (2006) menyatakan apabila remaja mendapatkan umpan balik positif dari pengungkapan dirinya di media sosial, maka hal itu akan meningkatkan *subjective well beingnya*. Umpan balik dan evaluasi diri dari komunitas di dunia maya ini dianggap penting untuk dijadikan pedoman dalam melakukan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Media sosial dianggap menjadi tempat yang ideal untuk mengeksplorasi informasi mengenai dirinya dan sumber informasi lainnya. Selain itu, media sosial juga sebagai tempat untuk melakukan *self branding* agar lebih banyak orang lain dapat mengetahui dirinya, bahkan kesehariannya. Adanya kemudahan dalam menjelajah dunia media sosial inilah yang mempengaruhi tingkat *subjective well being* remaja. Apabila tingkat pengungkapan dirinya tinggi maka *subjective well beingnya* tinggi. Namun, apabila penggunaan dan pengungkapan dirinya rendah, maka *subjective well beingnya* juga rendah (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006).



## 6. Pengaruh Motif dan *Self Disclosure* Menggunakan Media Sosial Terhadap *Subjective Well Being* Pada Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 320 responden mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada uji normalitas sebesar 0,000 yang mana angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, sehingga pendistribusian data ini tidak normal. Namun, dikarenakan penelitian ini memiliki jumlah sampel yang banyak ( $> 30$ ), maka data ini dapat dikatakan normal, sesuai dengan pendapat Azwar (2012) data instrumen dapat dikatakan normal apabila memiliki perlakuan pada banyak sampel. Uji linieritas didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,183 untuk variabel motif dan *subjective well being* dan 0,822 untuk variabel *self disclosure* dan *subjective well being*. Nilai signifikansi dari kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti, variabel X1 dan X2 memiliki hubungan yang linier dengan variabel Y.

Uji heteroskedastisitas untuk melihat kolerasi kedua variabel terhadap model regresi memperoleh nilai *tolerance* dari kedua variabel X adalah senilai 0,936 yang berarti  $> 0,10$ , dan skor VIF mendapatkan nilai 1,068 yang berarti  $< 10,00$ . Artinya, pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antar dua variabel. Hasil uji heteroskedastisitas, mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,067 untuk variabel motif dan 0,014 untuk variabel *self disclosure*. Kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Nilai korelasi F pada uji hipotesis didapatkan koefisien korelasi antara motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* terhadap *subjective well being* mahasiswa baru Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebesar 5,952 dengan nilai yang lebih besar dari tabel teoritik dengan jumlah subjek 320 yaitu ( $> 3.02$ ), dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Artinya, motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* secara bersama-sama dapat menyumbangkan kontribusi yang signifikan terhadap *subjective well being* mahasiswa.

Hasil uji korelasi secara parsial (sendiri-sendiri) yang dihitung menggunakan rumus T memperoleh nilai korelasi pada variabel Motif sebesar 0,449 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka berarti, motif menggunakan media sosial ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well being*. Sedangkan variabel *self disclosure* memperoleh nilai korelasi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil daripada nilai signifikansi 0,05. Artinya, *self disclosure* memberikan pengaruh dalam *subjective well being* mahasiswa. Hasil dari perhitungan ini menjelaskan bahwa, dari kedua variabel X yang memberikan pengaruh terbesar terhadap *subjective well being* merupakan *self disclosure*.

Uji korelasi dari penelitian ini dihitung kembali tanpa menggunakan variabel motif (X2). Hal ini dilakukan, dikarenakan variabel X2 secara parsial tidak memberikan pengaruh pada variabel Y *subjective well being*. Hasil dari uji F variabel X1 terhadap Y adalah 11,344 dengan signifikansi 0,001. Artinya, hasil signifikansi yang diperoleh lebih besar dari pada taraf

signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *self disclosure* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well being*.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* pada mahasiswa baru memiliki proporsi yang termasuk kecil terhadap kondisi *subjective well being*nya yaitu sebesar 30%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa *subjective well being* sebagian besarnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penggunaan media sosial yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial menjadi salah satu faktor pembentukan *subjective well being* mahasiswa walaupun pengaruhnya tidak besar. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_a$ ) dalam penelitian ini diterima dan hipotesis ( $H_0$ ) ditolak, yaitu terdapat pengaruh antara variabel motif menggunakan media sosial dan self disclosure terhadap *subjective well being* pada mahasiswa.

Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Verdyun, 2015) yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dengan motif tertentu dan perilaku pengungkapan diri (*self disclosure*) dengan media sosial dapat meningkatkan dan menurunkan *subjective well being* seseorang. *Subjective well being* dapat meningkat apabila dalam penggunaannya seseorang dapat merasakan keterhubungan sosial dan merasakan kepuasan dalam media sosial. Sedangkan *subjective well being* dapat menurun apabila apa yang dilakukan seseorang tersebut terhadap media sosial dapat membuatnya merasakan stress atau membandingkan diri dengan

orang lain, sehingga menimbulkan kecemburuan dalam dirinya. Kross, dkk (2013) juga menemukan bahwa terdapat hubungan dalam penggunaan media sosial dengan *subjective well being* seseorang, yaitu semakin kuat keinginan seseorang dalam menggunakan media sosial dan semakin sering menggunakannya dapat mempengaruhi *subjective well beingnya*.

Media sosial memang menyediakan fitur-fitur yang beragam untuk penggunaannya sebagai media penyaluran ekspresi diri. Hal ini mendorong mahasiswa untuk menggunakan media sosial sebagai tempat untuk menyalurkan emosinya. Remaja yang belum mampu mengontrol emosinya dengan baik, cenderung mengungkapkan emosinya melalui media sosial. Emosi tersebut dapat berupa emosi negatif dan emosi positif, emosi-emosi tersebut merupakan bagian dari affect, yang merupakan salah satu komponen dari *subjective well being* (Novasari, 2016). Sehingga dapat dikatakan bahwa keinginan seseorang dalam menggunakan media sosial dipengaruhi berdasarkan emosi yang sedang dirasakannya, kemudian afeksi yang didapatkan setelah bermain media sosial yang akan mempengaruhi *subjective well beingnya*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kumumaningtyas, 2013) dengan judul “Peran Media Sosial Online Sebagai Saluran *Self Disclosure* Remaja Putri di Surabaya” menyatakan bahwa remaja putri di Surabaya merasa nyaman dalam melakukan *self disclosure* di media sosial, hal tersebut dikarenakan mereka merasa kebutuhan yang mereka harapkan terpenuhi oleh media sosial. Penelitian ini menggambarkan bahwa individu melakukan

keterbukaan diri di media sosial sebagai media katarsis bagi individu untuk menyelesaikan permasalahannya. Apabila kebutuhan individu dapat terpenuhi, maka individu tersebut akan merasakan kepuasan sendiri terhadap apa yang telah mereka lakukan. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi afeksi dalam *subjective well being* individu.

Berdasarkan hal tersebut, keinginan individu dalam menggunakan media sosial menjadi salah satu faktor dalam pembentukan *subjective well being* seseorang. Menurut Innova & Eureka (2016) untuk mendapatkan kepuasan tertentu individu dalam menggunakan media sosial memiliki motif yang kuat untuk mendapatkan hiburan atau sekedar melepaskan stress yang sedang dirasakannya. Pelepasan stress ini dilakukan dengan mengungkapkan perasaannya melalui media sosial. Melalui fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial, individu dapat bebas mengekspresikan diri di media sosial sehingga mereka dapat merasakan kepuasan dari melepaskan beban atau pikiran yang sedang dirasakannya (Bazarova & Choi, 2015). Kebebasan berekspresi dalam media sosial dapat mempengaruhi afeksi tertentu bagi kesejahteraan penggunanya. Afeksi positif atau afeksi negatif yang dirasakan individu setelah menggunakan media sosial dan setelah melakukan *self disclosure* di media sosial, yang kemudian berpengaruh dalam kepuasan dalam penggunaan media sosial. Sehingga, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa efek tersebut akan memberikan perubahan pada *subjective well being* penggunanya.

Penelitian ini menggambarkan bahwa motif dalam menggunakan media sosial dan perilaku *self disclosure* di media sosial oleh mahasiswa memberikan pengaruh kepada kondisi *subjective well being*nya. Perlunya kontrol diri terhadap keinginan untuk selalu mengakses media sosial dan untuk melakukan *self disclosure* di media sosial menjadi perhatian tertentu agar tidak mengganggu *subjective well being* pada mahasiswa. Individu dengan *subjective well being* tinggi akan lebih banyak merasakan hal-hal positif yang terjadi pada dirinya, hal ini biasanya akan berpengaruh pada aktivitas yang dilakukannya (Diener, 2000). Menjadi lebih produktif, semangat, dan positif dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, merupakan hal yang dibutuhkan pada masa-masa mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa keinginan dalam menggunakan media sosial dan perilaku *self disclosure* tidak selalu memberikan dampak negatif terhadap *subjective well being* penggunaannya, hal tersebut tergantung dari bagaimana kebijaksanaan individu terhadap apa yang dilakukan dalam menggunakan media sosial.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian dengan judul **“Pengaruh Motif Dan Self Disclosure Pada Media Sosial Terhadap Subjective Well Being Mahasiswa”**, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis hasil penelitian diketahui bahwa secara keseluruhan mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *subjective well being* tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kepuasan hidup yang cukup baik, positif affect yang tergolong tinggi, dan negatif affect yang rendah.
2. Berdasarkan hasil analisis penelitian diketahui bahwa mayoritas mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat motif menggunakan media sosial dengan kategori sedang. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa masih memiliki kontrol yang baik dalam penggunaan media sosial.
3. Berdasarkan analisis hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas mahasiswa baru UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *self disclosure* tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa nyaman dalam membuka diri di media sosial. Media sosial menjadi tempat yang baik karena merasa bebas dalam mengekspresikan sesuatu dengan menulis atau mengunggah sesuatu di media sosial.

4. Motif menggunakan media sosial dan *self disclosure* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap *subjective well being* mahasiswa. Dibuktikan dengan hasil perolehan nilai signifikansi sebesar 0,003 yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *subjective well being* mahasiswa dapat ditinjau karena dipengaruhi oleh motif dalam menggunakan media sosial dan perilaku *self disclosure* di media. Namun, faktor lain dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Untuk Mahasiswa**

*Subjective well being* dalam penelitian ini tergolong tinggi, hal ini menunjukkan bahwa *affect positif* mahasiswa tergolong tinggi. Hal ini terbilang bagus untuk mahasiswa, maka disarankan agar mahasiswa selalu berhati-hati dalam menggunakan media sosial agar tidak terpengaruhi efek negatif dari umpan balik yang didapatkan dalam penggunaan media sosial sehingga dapat merubah kondisi *subjective well being*nya. Selain itu, mahasiswa perlu berhati-hati dalam melakukan keterbukaan diri di media sosial, karena tidak semua dapat dipublikasikan dengan bebas di media sosial.



## 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Kedua variabel dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang kecil dalam pengaruh *subjective well being*. Bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan literatur tentang *subjective well being* terhadap penggunaan media sosial disarankan untuk menggunakan sample dan populasi yang lebih luas, sehingga kualitas penelitian semakin baik. Bagi peneliti selanjutnya bisa juga mencari variabel lain yang dapat lebih menguatkan dengan *subjective well being* dalam media sosial misalnya intensitas dalam menggunakan media sosial, ketergantungan media sosial, kepribadian, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahlaqvist. (2008). *Social Media roadmaps: Exploring the Futures Triggered by social media.*
- Altman, I. &. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationship.* New York: Holt, Rinehart and Winston.
- APJII. (2016). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia.* 1-36.
- Ardianto, Komala, & Karlinah,. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Penganta.* Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ariati, J. (2010, Oktober). Subjective Well Being dan Kepuasan Kerja pada Staf Pengajar (Dosen) Di Lingkungan Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Psikologi Undip*, 8(2), 117-123.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arnet, J. J. (2000). *Emerging adulthood.* Diambil kembali dari [http://www.jeffreyarnett.com/ARNETTT\\_Emerging\\_Adulthood\\_theory.pdf](http://www.jeffreyarnett.com/ARNETTT_Emerging_Adulthood_theory.pdf)
- Arnus, H. S. (2016). Self Disclosure Di Media Sosial Pada Mahasiswa IAIN Kendari studi Psikologi Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial. *Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Kendari*, 1-18.
- Arsenault, J. M. (2012). The Role of Attachment in Young Adults Use Facebook for Strategi Coping. *A disertation Submitted to the faculty of Graduate Studies Through the Department of Psychology in Partial FUIllment of The Requirements for the Degree of Doctor of Phylosophy.*

- Azwar. (2007). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumister, R.F & Leary, M. R. (1995). the Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachment as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497.
- Bazarova, N., Choi, Y. H. (2015). Self Disclosure in Social Media: Ekstrending 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 wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36.
- Budiarto, D. S. (2019). *Panduan Riset Kuantitatif: Trik Publikasi Bagi Pemula (Edisi 1)*. Yogyakarta: UPY Press.
- Budiman, A. (2017). Pengaruh Sumberdaya Pribadi (Personal Resources) dan Tuntutan Pekerja (Job Demands) Terhadap Subjective Well Being Pegawai Negeri Sipil Kota Probolinggo. *Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Malang*.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chelune. (1975). Self Disclosure: An Elaboration Of Its Basic Dimensions. *Psychological Repos*, 36, 79-85.

- Compton, W. C. (2005). *Introduction to Positive Psychology*. New York: Thompson Wadsworth.
- Cozby, P. C. (1973). Self Disclosure: A Literature Review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73.
- Derlega, v. J & Grzelak, J. (1979). Self Disclosure: A Literature Review. *Psychological Bulletin*, 151-176.
- DeVito, J.A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional BOoks.
- Diener, E. (2000). Subjective Well Being: The Science of Happiness and a Proposal for A Nationall Index. *American Psychologist*, 55, 34-43.
- Diener, E. (2006). Guidelines for National Indicators of Subjective Well Being and III-Being. *JOurnal of Happiness Studies*, 7, 397-404.
- Diener, E. dkk. (1999). Subjective Well Being: Three Decades of Progress. *Psychological Bulletin*, 2, 276-302.
- Diener, E., Lucas, R, E., & Oishi, S. ((2005)). *Subjective Well Being: The Science of Happiness and Life Satisfaction. Handbook of Positive Psychology*. London:: Oxford University Press.
- Dunbar. (2016). Do Online Social Media Cut Through The Contrans That Limit The Size Of Offline Social Networks. *R,Soc*, 3. doi:10.1098/rsos.150292
- eMarketer. (2014, November 24). *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. (W. Hidayat, Editor) Diambil kembali dari Kemenkominfo.go.id: [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Upgrade 21 PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibbs, J. E. (2006). Self Presentation In Online Personals. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Goffman, E. (1959). *Self Presentation in Online Personals*. Garden City, NY: Doubleday Anchor Books.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar Celeban Timur.
- Hasan. R. F. (2016). Motif Diversi dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Skripsi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia*.
- Herring, S. C. . (1996). Computer-mediated communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspective. 81-106.
- Hidayat, D. N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa* . Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Innova, Eureka. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instammeet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1-11.
- Jourard, M. (1964). *the Transparent Self. Self Disclosure and Well being*. New York: Van Nostrand reinhold Company.
- Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband*. (2018, 02 19). doi:Siaran Pers No.53/HM/Kominfo/02/2018

- 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
- Krasnova, H., Spiekerman, S., Koroleva, K., & Hildebrand, T. (2010). Oline Social Network: Why We Disclose. *Journal of Information Thecnology*, 25(2), 109-125. Diambil kembali dari <http://www.Palgrave-journals.com>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* . Jakarta: Kencana.
- Kross, E., Verdyun, P., Demiralp, E., Lee, D., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., Ybarra, O. (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well Being in Young Adults. *Plos ONE*, 8(8), 1-6.
- Leary, M.R., & Kowalski, R.M. (1990). Impression Management: A Literatur review and Two COmponent Model. *Psychologivcal Bulletin*, 107(1), 34.
- Martinus, Y. (2013, September 27). *Kuliah Sambil Ngetwit Bisa Bikin Mahasiswa Pede Bertanya*. Dipetik maret 20, 2020, dari [Tribunnews.com](http://Tribunnews.com): <https://www.tribunnews.com/iptek/2013/09/27/kuliah-sambil-ngetwit-bisa-bikin-mahasiswa-pede-bertanya>
- Mc.Quail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku 1*. Jakarta:: Salemba Humanika.
- McCroskey & Richmond. (1997). Pcommunication apprehension as a predictor of self disclosure. *Communication Quarterly*, 25(04).

- Morissan, Andi Corry Wardhani, Farid Hamid. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Muliawan, A., & Humairam, A.,. (2010). Hubungan antara Neuroticism dan Subjective Well Being pada Remaja yang Menggunakan Instagram. *Prosiding Konferensi Nasional Peneliti Muda Psikologi Indonesia*, 4(1), 23-32.
- Novasari, E. P. . (2016). Pengaruh Big Five Personality terhadap Subjective Well Being pada Remaja Yang Menggunakan Twitter. *Jurnal Psikologi*, 1-27.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- O'keeffe & Pearson. (2011). The Impact of Social Media on Children. and Adolescents. *Pediatric*, 127, 800-804. doi:doi:10.1542/peds.2011-0054
- Omarzu, J. (2000).). A Disclosure Decision Model: Determining How and When Individuals Will Self Disclose. *Personality and Social Psychology Review*, 4(2), 174-185.
- Prawesti. F. S., & Dewi. D.K. (2016). Self Esteem dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. 1-8. doi:ISSN: 2087-1708
- Proctor, C. (2014). Subjective Well Being. *Encyclopedia of Quality of Life and Well Being Research*, 6437-6441. doi:DOI: 10.1007/978-94-007-0753-5\_2905
- Profita, R, P. (2015). Identifikasi Motif Menonton Tayangan Program Televisi “Laptop Si Unyil” Trans 7 Pada Siswa SDN 010 Kec. Samarinda Utara, Kel Sungai Pinang Dalam, Samarinda. *eJurnal Ilmu Komunikas*, 3, 29-43.

- Putri, N. (2013). Subjective Well Being Mahasiswa Yang Menggunakan Internet Berlebihan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1-16.
- Rahayau, H. (2018). Hubungan Regulasi Emosi Terhadap SSubjective Well Being Pada Remaja dengan Orang tua Bercerai . *Skripsi. Fakultas PSikologi Muhammadiyah Malang*.
- Rahmanissa, A., & Listiara, A. (2018). Hubungan antara Kebahagiaan dengan Intensi Bermedia Sosial pada Siswa SMA Teuku Umar Semarang. *Jurnal Empati*. Vol, 07.(2). 108-113.
- Rakhmat. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rarasingtyas & Maturbongs. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram terhadap Citra Diri Di PT XYZ. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(1), 124-149.
- Retnawati, H. (2012). *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian (Panduan Penelitian, Mahasiswa, dan Psikometri)*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Rina, W. (2019, Oktober 17). *Korban Cyberbullying, Sully Es f(X) Diduga Depresi Hingga Akhiri Hidupnya, Psikolog: "Mereka Merasa Tidak Berhargaa, Tidak Berharga"*. Dipetik 01 12, 2020, dari Suar.id: <http://www.Suar.grid.id>
- Rizal, F. (2019, Agustus 15). *Cyberbullying Bisa Sebabkan Depresi Hingga Bunuh Diri*. Dipetik 01 19, 2020, dari halodoc: <http://www.halodoc.com>
- Ryff, C. D., & Keyes, C. (1995). The Structure of Psychological well being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*,, 69(4), 719-729.
- Santrok. (2012). *Life-span Development*. Jakarta: Erlangga.



- Sari, R. P. Rejeki, T.A., & Mujib, A. (2006). Pengungkapan Diri Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Diponegoro Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Harga Diri. *Journal Psikologi Universitas Diponegoro*, 3(2).
- Schimack, U. (2008). the Structure of Subjective Well Being. Dalam M. & Eid, *The Science of Well Being*. New York: The Guilford Press.
- Sobur. (2009). *Psikologi Umum Bandung*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarti. (2019). Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Subjective Well Being Generasi Z. *Jurnal Psikologi Edisi 1* , 1, 222-232.
- Susfina, S. (2010). Motif Diversi dan Tayangan Infotainment (Studi Korelasional Pemenuhan MOTif Diversi Mahasiswa FISIP USU Melalui Tayangan Infotainment Di Stasiun Televisi Swasta. *Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan*.
- Taylor, S. E, Peplau, L. A., & Sears. D. O. (2009). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Utami, B. S., & Budiman, A. (2015). Hubungan antara Self Esteem dengan Subjective Well Being Pada Model Wanita. *Prosiding Psikologi Fakultas Psikologi.*, ISSN: 2460-6488.
- 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), 548-590.

- Verdyun, F. L. (2015). Passive Facebook Usage Undermines Affective Well Being: Experimental and Longitudinal Evidence. *Journal Of Experimental Psychology: General American Psychological Association*, 144(2), 480-488.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- We Are Social. (2018, Desember 21). *Digital in 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark*. Diambil kembali dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
- Wheless, L. R. & Grotz, J. (1976). Conceptual and Measurement of Reported Self Disclosure. *Summer, West Virginia University*, 2(4), 338-346.
- Wheless, Nesser, & McCroskey. (1986). The Relation Of Self Disclosure and Disclosiveness to High and Low Communication Apprehension. *Communication Research Repost*, 3, 139-137.
- Williamson, patricia (et. al.). (2017). Me, My "selfie"and I: A Survey of Self Disclosure Motivation on Social Media. *IAFOR Journal of Cultural Studies*, 2(2), 71-85.
- Wood, F. &. (2012). When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self Esteem Recognize But Do Not Reap The Benefit Of Self Disclosure On Facebook. *Publication Types. University of Waterloo, Canada*, 23(3), 295-302.
- Young, K. S. (2005). Internet Addiction: The Emergence of a new clinical disorder. *Journals of CyberPsychology & Behavior*, 3, 237-244.

YPMA. (2011). *Memahami Interaksi Remaja dan Internet*. Jakarta: YPMA.

**LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### Skala Penelitian

#### 1. Skala *Subjective Well Being*

Nama :

Jurusan :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

1. Bacaalah Pertanyaan yang telah disediakan dengan baik dan benar
2. Pilihlah salah satu dari empat pilihan jawaban yang tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut:
  - STS = Sangat Tidak Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - S = Setuju
  - SS = Sangat Setuju
3. Dalam memberikan jawaban, tidak ada yang benar atau salah. Usahakan memberikan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

| No | Pertanyaan                                                                          | STS | TS | S | SS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1. | Saya bangga dengan diri saya atas apa yang telah saya lakukan hingga saat ini       |     |    |   |    |
| 2. | Saya merasa telah menyia-nyiakan banyak waktu di hidup saya                         |     |    |   |    |
| 3. | Saya akan melakukan apapun yang terbaik untuk masa depan saya                       |     |    |   |    |
| 4. | saya merasa belum menyiapkan bekal yang cukup untuk masa depan saya                 |     |    |   |    |
| 5. | Saya yakin bahwa saya bisa menjadi pribadi lebih baik lagi di masa yang akan datang |     |    |   |    |
| 6. | Saya merasa khawatir/cemas terhadap masa depan saya                                 |     |    |   |    |
| 7. | Saya menikmati kegiatan yang saya lakukan sekarang                                  |     |    |   |    |

|     |                                                                            |  |  |  |  |
|-----|----------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| 8.  | Saya senang belajar hal-hal baru yang tidak saya ketahui sebelumnya        |  |  |  |  |
| 9.  | Saya senang berbagi kebahagiaan dengan orang lain                          |  |  |  |  |
| 10. | Saya merasa tertekan dengan tuntutan orang-orang di sekitar saya           |  |  |  |  |
| 11. | Saya merasa apa yang saya lakukan buruk di mata orang lain                 |  |  |  |  |
| 12. | Saya dikelilingi dengan orang-orang sekitar yang membuat saya nyaman       |  |  |  |  |
| 13. | Saya sering merasakan kegagalan dalam mencapai impian saya sampai saat ini |  |  |  |  |

## 2. Skala Motif

Nama :

Jurusan :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

1. Bacaalah Pertanyaan yang telah disediakan dengan baik dan benar
2. Pilihlah salah satu dari empat pilihan jawaban yang tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut:  
 STS = Sangat Tidak Setuju  
 TS = Tidak Setuju  
 S = Setuju  
 SS = Sangat Setuju
3. Dalam memberikan jawaban, tidak ada yang benar atau salah. Usahakan memberikan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

| No  | Pertanyaan                                                                                                        | STS | TS | S | SS |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1.  | Saya mendapatkan informasi yang saya butuhkan melalui media sosial                                                |     |    |   |    |
| 2.  | Saya menggunakan media sosial untuk memperoleh topik yang sedang trend                                            |     |    |   |    |
| 3.  | Saya tidak mengikuti trend yang sedang viral di media sosial                                                      |     |    |   |    |
| 4.  | Saya dapat menemukan inspirasi dari media sosial                                                                  |     |    |   |    |
| 5.  | Saya tidak dapat menemukan solusi permasalahan melalui media sosial                                               |     |    |   |    |
| 6.  | Saya menemukan hal-hal yang sesuai dengan diri saya di media sosial                                               |     |    |   |    |
| 7.  | Saya tidak peduli terhadap postingan orang lain yang tidak menarik                                                |     |    |   |    |
| 8.  | Saya menginformasikan diri saya yang sebenarnya di media sosial                                                   |     |    |   |    |
| 9.  | Saya menggunakan akun palsu untuk informasi di media sosial                                                       |     |    |   |    |
| 10. | Saya lebih sering berkomunikasi menggunakan media sosial daripada berkomunikasi secara langsung dengan teman saya |     |    |   |    |

|     |                                                                                                                       |  |  |  |  |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| 11. | Saya lebih menyukai bertatap muka secara langsung dari pada harus berkomunikasi di media sosial                       |  |  |  |  |
| 12. | Saya menggunakan media sosial untuk menemukan komunitas yang sesuai dengan minat saya                                 |  |  |  |  |
| 13. | Saya merasa tidak nyaman apabila berkenalan dengan orang baru yang belum pernah saya kenal sebelumnya di media sosial |  |  |  |  |
| 14. | Saya bermain media sosial ketika sedang stress                                                                        |  |  |  |  |
| 15. | Saya tidak akan meluangkan waktu untuk membuka media sosial ketika sedang sibuk                                       |  |  |  |  |
| 16. | Saya merasa puas setelah menuliskan apa yang saya rasakan di media sosial                                             |  |  |  |  |
| 17. | Saya sering kali mengunggah gambar atau tulisan yang mengekspresikan perasaan saya di media sosial                    |  |  |  |  |
| 18. | Saya merasakan energi negatif ketika bermain media sosial                                                             |  |  |  |  |
| 19. | Saya akan cepat bosan dan lelah ketika bermain media sosial                                                           |  |  |  |  |
| 20. | Saya menggunakan media sosial untuk menghabiskan waktu luang saya                                                     |  |  |  |  |
| 21. | Saya tidak terlalu membutuhkan media sosial                                                                           |  |  |  |  |

### 3. Skala *Self Disclosure*

Nama :

Jurusan :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

1. Bacaalah Pertanyaan yang telah disediakan dengan baik dan benar
2. Pilihlah salah satu dari empat pilihan jawaban yang tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut:
  - STS = Sangat Tidak Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - S = Setuju
  - SS = Sangat Setuju
3. Dalam memberikan jawaban, tidak ada yang benar atau salah. Usahakan memberikan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

| No | Pertanyaan                                                                             | STS | TS | S | SS |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1. | Saya menyadari status yang saya tulis di media sosial                                  |     |    |   |    |
| 2. | Saya tidak peduli terhadap komentar dari status yang saya buat di media sosial         |     |    |   |    |
| 3. | Saya memiliki tujuan (maksud) tertentu saat memposting status di media sosial          |     |    |   |    |
| 4. | Saya ingin orang lain memahami maksud dari apa yang saya bagikan di media sosial       |     |    |   |    |
| 5. | Saya tidak peduli tentang apa yang saya posting di media sosial                        |     |    |   |    |
| 6. | Saya membuat status atau mengunggah sesuatu di media sosial setiap hari                |     |    |   |    |
| 7. | Saya bermain media sosial lebih dari 2 jam dalam sehari                                |     |    |   |    |
| 8. | Saya membuka aplikasi lain ketika saya merasa bosan bermain satu aplikasi media sosial |     |    |   |    |



|     |                                                                                     |  |  |  |  |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| 9.  | Saya mudah bosan ketika bermain media sosial                                        |  |  |  |  |
| 10. | Saya membuka media sosial hanya ketika merasa perlu                                 |  |  |  |  |
| 11. | Saya hanya menuliskan hal-hal positif tentang diri saya di media sosial             |  |  |  |  |
| 12. | Saya hanya mengunggah informasi atau sesuatu yang menurut saya baik di media sosial |  |  |  |  |
| 13. | Saya tidak menuliskan hal-hal negatif tentang diri saya di media sosial             |  |  |  |  |
| 14. | Saya membagikan moment berkesan yang saya alami di media sosial                     |  |  |  |  |
| 15. | Saya tidak memposting status yang sesuai dengan perasaan saya                       |  |  |  |  |
| 16. | Saya kerap kali menuliskan pendapat saya di media sosial                            |  |  |  |  |
| 17. | Postingan saya di media sosial, menggambarkan diri saya yang sebenarnya             |  |  |  |  |
| 18. | Status saya di media sosial, menggambarkan perasaan saya                            |  |  |  |  |

## LAMPIRAN 2

## Hasil Uji CVR

1. CVR Skala *Subjective Well Being*

| No | Bu<br>Lia | BU<br>Novia | Pak<br>Lubab | Bu<br>Elok<br>F | Bu<br>Selly | A =<br>2Ne/n | A-1  |            |
|----|-----------|-------------|--------------|-----------------|-------------|--------------|------|------------|
| 1  | 2         | 3           | 1            | 3               | 2           | 0,8          | -0,2 | Gugur      |
| 2  | 2         | 3           | 1            | 3               | 1           | 0,8          | -0,2 | Gugur      |
| 3  | 2         | 3           | 2            | 3               | 3           | 1,2          | 0,2  | Diperbaiki |
| 4  | 2         | 3           | 3            | 3               | 3           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 5  | 3         | 3           | 2            | 3               | 3           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 6  | 3         | 3           | 1            | 3               | 3           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 7  | 3         | 3           | 1            | 3               | 3           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 8  | 2         | 3           | 1            | 3               | 3           | 1,2          | 0,2  | Diperbaiki |
| 9  | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 10 | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 11 | 3         | 3           | 2            | 3               | 1           | 1,2          | 0,2  | Diperbaiki |
| 12 | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 13 | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 14 | 2         | 3           | 3            | 3               | 3           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 15 | 3         | 3           | 3            | 3               | 1           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |
| 16 | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 17 | 3         | 3           | 3            | 3               | 3           | 2            | 1    | Bagus      |
| 18 | 3         | 3           | 3            | 3               | 1           | 2            | 1    | Bagus      |
| 19 | 1         | 3           | 2            | 3               | 3           | 0,8          | -0,2 | Gugur      |
| 20 | 3         | 3           | 3            | 3               | 1           | 1,6          | 0,6  | Bagus      |

## 2. CVR Skala Motif

| NO | Bu<br>Lia | Bu<br>Novia | Pak<br>Lubab | Bu<br>Elok | Bu<br>Selly | A =<br>2Ne/n | A-1 |            |
|----|-----------|-------------|--------------|------------|-------------|--------------|-----|------------|
| 1  | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 2  | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 3  | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 4  | 2         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,2          | 0,2 | Diperbaiki |
| 5  | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 6  | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 7  | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 8  | 1         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,2          | 0,2 | Diperbaiki |
| 9  | 2         | 3           | 3            | 3          | 3           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 10 | 1         | 3           | 3            | 3          | 3           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 11 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 12 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 13 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 14 | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 15 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 16 | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 17 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 18 | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 19 | 2         | 3           | 3            | 3          | 3           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 20 | 1         | 3           | 3            | 3          | 3           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |
| 21 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 22 | 3         | 3           | 3            | 3          | 3           | 2            | 1   | Bagus      |
| 23 | 3         | 3           | 3            | 3          | 1           | 1,6          | 0,6 | Bagus      |

### 3. CVR Skala *Self Disclosure*

| No | Bu Lia | BU Novia | Pak Lubab | Bu Elok | Bu Selly | A = $\frac{2Ne}{n}$ | 1.A-1 |            |
|----|--------|----------|-----------|---------|----------|---------------------|-------|------------|
| 1  | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 2  | 1      | 3        | 3         | 3       | 2        | 1,2                 | 0,2   | Diperbaiki |
| 3  | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 4  | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 5  | 1      | 3        | 3         | 3       | 1        | 1,2                 | 0,2   | Diperbaiki |
| 6  | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 7  | 2      | 3        | 2         | 3       | 1        | 0,8                 | -0,2  | Gugur      |
| 8  | 3      | 3        | 1         | 3       | 3        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 9  | 3      | 3        | 2         | 2       | 3        | 1,2                 | 0,2   | Diperbaiki |
| 10 | 1      | 3        | 3         | 3       | 3        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 11 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 12 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 13 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 14 | 3      | 3        | 2         | 3       | 3        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 15 | 3      | 3        | 2         | 3       | 1        | 1,2                 | 0,2   | Diperbaiki |
| 16 | 3      | 3        | 3         | 3       | 1        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 17 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 18 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 19 | 2      | 3        | 3         | 3       | 1        | 1,2                 | 0,2   | Diperbaiki |
| 20 | 3      | 3        | 3         | 3       | 2        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 21 | 3      | 3        | 3         | 3       | 1        | 1,6                 | 0,6   | Bagus      |
| 22 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 23 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 24 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 25 | 3      | 3        | 3         | 3       | 3        | 2                   | 1     | Bagus      |
| 26 | 2      | 3        | 3         | 2       | 1        | 0,8                 | -0,2  | Gugur      |

## LAMPIRAN 3

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. *Subjective Well Being*

## Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,795             | 13         |

## Item-Total Statistics

|        | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item3  | 35,96                      | 31,070                         | ,552                             | ,781                             |
| Item4  | 36,85                      | 26,372                         | ,548                             | ,769                             |
| Item6  | 36,94                      | 26,812                         | ,528                             | ,771                             |
| Item8  | 36,78                      | 26,333                         | ,563                             | ,767                             |
| Item9  | 35,69                      | 30,830                         | ,334                             | ,789                             |
| Item10 | 35,44                      | 31,664                         | ,275                             | ,793                             |
| Item12 | 35,44                      | 31,696                         | ,255                             | ,794                             |
| Item13 | 36,59                      | 26,230                         | ,595                             | ,763                             |
| Item14 | 36,52                      | 26,683                         | ,548                             | ,769                             |
| Item17 | 35,73                      | 29,702                         | ,431                             | ,781                             |
| Item20 | 36,58                      | 27,637                         | ,458                             | ,779                             |
| Item5  | 35,33                      | 32,228                         | ,221                             | ,795                             |
| Item7  | 35,27                      | 32,587                         | ,192                             | ,797                             |

## 2. Motif Menggunakan Media Sosial

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,817             | 21         |

### Item-Total Statistics

|        | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item1  | 55,47                      | 69,329                         | ,336                             | ,812                             |
| Item3  | 55,58                      | 68,576                         | ,307                             | ,813                             |
| Item4  | 56,47                      | 64,682                         | ,470                             | ,805                             |
| Item5  | 55,53                      | 68,350                         | ,369                             | ,811                             |
| Item6  | 56,13                      | 66,656                         | ,422                             | ,808                             |
| Item7  | 55,92                      | 66,985                         | ,409                             | ,808                             |
| Item8  | 56,75                      | 64,790                         | ,443                             | ,806                             |
| Item9  | 56,24                      | 66,934                         | ,306                             | ,814                             |
| Item10 | 55,84                      | 68,671                         | ,214                             | ,818                             |
| Item11 | 56,53                      | 63,993                         | ,467                             | ,805                             |
| Item12 | 57,01                      | 63,752                         | ,483                             | ,804                             |
| Item13 | 55,92                      | 67,815                         | ,335                             | ,812                             |
| Item14 | 56,39                      | 66,232                         | ,381                             | ,809                             |
| Item15 | 56,05                      | 66,208                         | ,373                             | ,810                             |
| Item16 | 56,70                      | 64,830                         | ,446                             | ,806                             |
| Item17 | 56,26                      | 66,895                         | ,323                             | ,813                             |
| Item18 | 56,19                      | 68,652                         | ,211                             | ,818                             |
| Item19 | 55,85                      | 68,007                         | ,273                             | ,815                             |
| Item20 | 56,49                      | 63,768                         | ,548                             | ,800                             |
| Item21 | 56,10                      | 65,717                         | ,431                             | ,807                             |
| Item23 | 55,81                      | 66,606                         | ,406                             | ,808                             |

### 3. Self Disclosure

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,742             | 17         |

#### Item-Total Statistics

|        | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item1  | 44,39                      | 35,718                         | ,352                             | ,730                             |
| Item2  | 45,31                      | 34,987                         | ,255                             | ,738                             |
| Item3  | 44,66                      | 34,087                         | ,431                             | ,722                             |
| Item4  | 44,73                      | 33,553                         | ,456                             | ,719                             |
| Item5  | 44,73                      | 35,535                         | ,244                             | ,738                             |
| Item6  | 46,11                      | 35,644                         | ,233                             | ,739                             |
| Item9  | 44,68                      | 34,590                         | ,308                             | ,732                             |
| Item10 | 44,34                      | 35,880                         | ,305                             | ,733                             |
| Item11 | 45,77                      | 34,092                         | ,306                             | ,733                             |
| Item12 | 45,35                      | 35,074                         | ,258                             | ,737                             |
| Item13 | 44,91                      | 35,490                         | ,233                             | ,739                             |
| Item14 | 44,42                      | 36,502                         | ,206                             | ,740                             |
| Item18 | 44,65                      | 34,303                         | ,363                             | ,727                             |
| Item19 | 45,40                      | 34,353                         | ,338                             | ,730                             |
| Item20 | 45,15                      | 33,171                         | ,457                             | ,718                             |
| Item23 | 45,33                      | 34,230                         | ,322                             | ,731                             |
| Item25 | 45,29                      | 32,594                         | ,515                             | ,712                             |

## Lampiran 4

## UJI ASUMSI

## A. Uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 320                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0E-7                    |
|                                  | Std. Deviation | 5,81501501              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,125                    |
|                                  | Positive       | ,125                    |
|                                  | Negative       | -,070                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | 2,241                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,000                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## B. Uji Linieritas

## Motif \* Subjective Well Being

## ANOVA Table

|        |                |                          | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig. |
|--------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Y * X1 | Between Groups | (Combined)               | 1362,697       | 33  | 41,294      | 1,202 | ,215 |
|        |                | Linearity                | ,460           | 1   | ,460        | ,013  | ,908 |
|        | Within Groups  | Deviation from Linearity | 1362,237       | 32  | 42,570      | 1,239 | ,183 |
|        |                | Total                    | 9829,175       | 286 | 34,368      |       |      |
| Total  |                |                          | 11191,872      | 319 |             |       |      |

Self Disclosure \* Subjective Well Being



ANOVA Table

|        |                          | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig. |
|--------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Y * X2 | (Combined)               | 1264,908       | 34  | 37,203      | 1,068  | ,372 |
|        | Between Groups           | 385,489        | 1   | 385,489     | 11,067 | ,001 |
|        | Linearity                | 879,418        | 33  | 26,649      | ,765   | ,822 |
|        | Deviation from Linearity | 9926,964       | 285 | 34,831      |        |      |
|        | Within Groups            | 11191,872      | 319 |             |        |      |
| Total  |                          |                |     |             |        |      |

## C. Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.   | Collinearity Statistics |      |       |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|-------------------------|------|-------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |        | Tolerance               | VIF  |       |
| 1     | (Constant)                  | 42,441     | 3,100                     |       | 13,689 | ,000                    |      |       |
|       | X1                          | -,030      | ,040                      | -,043 | -,759  | ,449                    | ,936 | 1,068 |
|       | X2                          | ,182       | ,053                      | ,197  | 3,448  | ,001                    | ,936 | 1,068 |

a. Dependent Variable: Y

### D. Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 2,587                       | 2,121      |                           | 1,220  | ,223 |
|       | X1         | -,050                       | ,027       | -,105                     | -1,839 | ,067 |
|       | X2         | ,089                        | ,036       | ,142                      | 2,469  | ,014 |

a. Dependent Variable: abs\_res

### UJI HIPOTESIS

#### A. Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 42,441                      | 3,100      |                           | 13,689 | ,000 |
|       | X1         | -,030                       | ,040       | -,043                     | -,759  | ,449 |
|       | X2         | ,182                        | ,053       | ,197                      | 3,448  | ,001 |

a. Dependent Variable: Y

#### B. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 405,078        | 2   | 202,539     | 5,952 | ,003 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 10786,793      | 317 | 34,028      |       |                   |
|       | Total      | 11191,872      | 319 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**C. R<sup>2</sup>****Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,190 <sup>a</sup> | ,036     | ,030              | 5,833                      |

a. Predictors: (Constant), X2, X1