

BAB I

PENDAHULUAN

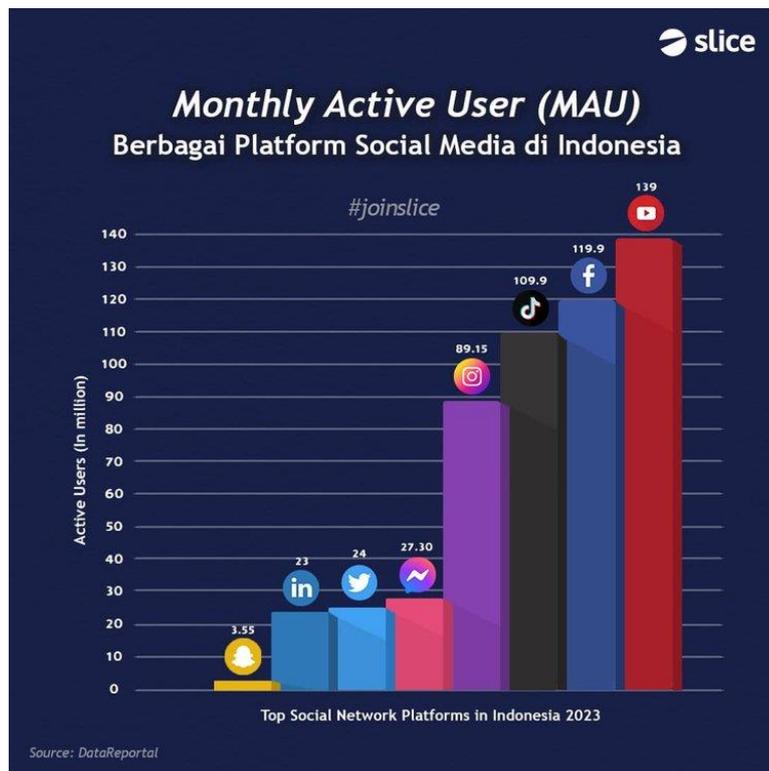
1.1 Latar Belakang

Kecenderungan setiap orang terhadap penggunaan teknologi sudah tidak bisa dipungkiri. Bentuk perpaduan antara perkembangan teknologi dan arus komunikasi adalah internet. Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan bagi hampir semua orang didunia termasuk di Indonesia. Terbukti dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dari tahun sebelumnya, yaitu mencapai 215 juta pengguna dari total populasi 275 juta jiwa (APJII, 2023). Salah satu wujud media komunikasi yang menggunakan internet adalah media sosial. Pesatnya perkembangan teknologi dan arus komunikasi, khususnya media sosial telah menciptakan perubahan dalam cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi.

Media sosial merujuk pada platform online yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi konten, berinteraksi, dan terhubung secara virtual. Sehingga, masyarakat dengan mudahnya terhubung melalui berbagai platform tersebut seperti Facebook, Instagram, twitter, dan lainnya. Oleh karena itu, media sosial dianggap sebagai penyedia fasilitas online yang memperkuat keterlibatan pengguna dan ikatan sosial (Rahayu & Hamidah, 2022). Sebagian besar masyarakat, sudah sangat menyatu

dengan media sosial di kehidupan sehari-harinya (Maurizka et al., 2021). Apabila dilihat secara global, penggunaan media sosial pada tahun 2022 mencapai lebih dari 4,59 miliar dan diperkirakan jumlah tersebut akan terus bertambah menjadi 6 miliar pada tahun 2027 (Statista, 2023). Apabila dilihat secara keseluruhan mengenai demografis usia pengguna media sosial terbanyak berada pada gen Z dan milenial atau individu yang berusia 18 – 34 tahun (Kemp, 2023).

Kecenderungan dalam menggunakan media sosial mengacu pada intensitas, yaitu frekuensi dan durasi penggunaan media sosial oleh setiap individu dalam jangka waktu tertentu. Intensitas yang berlebihan bisa terjadi karena adanya sebuah ketertarikan terhadap sesuatu yang didasari oleh kualitas, yaitu sebagai bentuk perhatian dan perasaan emosional yang melibatkan penghargaan dan ketertarikan terhadap kegiatan tersebut (Ismail et al., 2022). *The Graphic, Visualixation & Usability Center, the Georgia Institute of Technology* menyatakan bahwa seseorang bisa dianggap sebagai *Internet Addiction* apabila mencapai lebih dari 40jam/bulan atau 6 jam/hari atau bisa juga dikatakan sebagai *Heavy Users*. Menurut data dari We are social, rata-rata orang Indonesia mengakses media sosial adalah 3 jam 18 menit/hari, yang artinya dalam satu minggu menghabiskan sekitar 22 jam untuk menggunakan media sosial. Sehingga, penggunaan media sosial tersebut bisa dikategorikan kedalam golongan *Heavy User*.



Gambar 1.1 Diagram *Monthly Active User*

Berdasarkan data yang bersumber dari website DataReportal, Youtube berada pada urutan pertama sebagai media sosial yang terpopuler atau paling sering dikunjungi di Indonesia. Youtube memiliki 139 juta pengguna pada tahun 2023. Setelah Youtube, media sosial paling banyak dikunjungi kedua adalah Facebook dengan 119,9 juta pengguna. Kemudian, Tiktok dengan 109,9 juta pengguna dan Instagram dengan 89,15 juta pengguna (Kemp, 2023a).

Perbedaan jumlah pengguna media sosial pada data di atas didasari atas karakteristik platform dan karakteristik pengguna yang berbeda-beda. Youtube merupakan platform berbagi video yang berarti penggunanya bisa mengupload dan melihat berbagai jenis video secara online menggunakan *browser web* apapun (Miller, 2009 : 3). Mengutip website *briefier.id*,

mengenai karakteristik dari 4 platform media sosial tersebut, Youtube memiliki keunggulan sebagai platform video dengan jangkauan yang hampir sama dengan televisi. Yang membedakan Youtube dengan platform lainnya adalah Youtube menyediakan video dengan durasi panjang tanpa batas (Briefer, 2021). Menurut data yang diublikasikan oleh statista, usia pengguna Youtube terbanyak secara global terdiri dari 11,9 persen pengguna pria dengan usia antara 25 – 34 tahun, serta 8,8 persen pengguna wanita dengan usia yang sama. Akan tetapi, pengguna Youtube pada usia lain juga menunjukkan presentase yang cukup banyak. Bahkan pada usia diatas 65 tahun memiliki 4,8 persen pengguna perempuan dan 4,2 persen pengguna laki-laki (Kemp, 2023e).

Berbeda dengan Youtube, Facebook lahir sebagai platform yang berbasis pertemanan. Biasanya Facebook dikenal dengan penggunanya yang berasal dari generasi milenial, gen X dan boomers. Kelompok usia yang menggunakan Facebook di dunia terbanyak berada pada usia 25 – 34 tahun dengan presentase 17,5 persen pengguna laki-laki dan 12 persen pengguna perempuan (Kemp, 2023b). Facebook menjadi media sosial yang dikenal sebagai platform yang kuat akan basis komunitasnya. Dalam beberapa tahun terakhir Facebook menghadirkan fitur jual beli yang memperbolehkan penggunanya untuk memasarkan produk secara lebih terarah. Sehingga, saat ini Facebook menjadi media pilihan bagi mereka pelaku UMKM yang ingin menasar komunitas-komunitas tertentu (Briefer, 2021).

Media sosial selanjutnya adalah Tiktok, yang merupakan platform video pendek yang memperbolehkan penggunanya untuk bebas berimajinasi dan mengekspresikan ide dalam bentuk video. Walaupun Youtube dan Tiktok sama-sama dikenal sebagai platform video, namun Tiktok lebih cenderung dipilih apabila penggunanya ingin menonton video-video ringan disela kesibukan karena durasinya yang singkat (Briefer, 2021). Tiktok memiliki rata-rata pengguna terbesar diusia 18 tahun keatas, lebih tepatnya berada pada rentan usia 18 – 24 tahun dengan presentase 20,9 persen perempuan dan 17,5 persen laki-laki (Kemp, 2023d).

Kemudian, Instagram dengan mayoritas penggunanya adalah gen-Z dan milenial yang senang memproduksi konten foto atau video yang berestetika. Demografis pengguna Instagram terbanyak berada pada rentan usia 14-24 tahun, yaitu 15,3 persen perempuan dan 16,7 persen laki-laki. Akan tetapi presentase pengguna pada usia 25-34 tahun juga tidak berbeda jauh, yaitu 13,9 persen perempuan dan 15,7 persen laki-laki (Kemp, 2023c). Pengguna Instagram cenderung mengutamakan keindahan dalam setiap konten yang diunggah dengan tujuan meningkatkan *engagement* berupa like dan komen. Instagram memiliki fitur *explore* yang tidak dimiliki media sosial lain. Fitur tersebut memungkinkan suatu unggahan berupa bisnis, hiburan, dan lainnya muncul untuk mendapatkan visibilitas bahkan dari akun yang bukan pengikut (Briefer, 2021).

Media sosial memberikan dampak positif dan negatif bagi para penggunanya. Dampak media sosial juga mencakup perubahan dan

bagaimana cara kita menerima dan mengonsumsi informasi yang ada. Menurut (O’Keeffe et al., 2011) media sosial memiliki dampak positif yaitu dapat memberikan banyak kemudahan bagi remaja untuk bersosialisasi, berkomunikasi dengan guru, teman, dan mendapatkan informasi dengan cepat. Namun, media sosial juga memberikan dampak negatif seperti menyebabkan penggunanya kecanduan. Penelitian sebelumnya menyatakan sebanyak 48 persen remaja memiliki tingkat kecanduan yang tinggi terhadap media sosial, dan lebih dari 50 persen remaja memiliki tingkat kecanduan yang rendah (Aprilia et al., 2020). Kecanduan media sosial berdampak pada kesehatan mental penggunanya berupa kecemasan tingkat sedang hingga tinggi (Afsari et al., 2023). Najah dkk juga mengatakan, apabila berlebihan dalam menggunakan media sosial berpotensi menimbulkan masalah kesehatan mental seperti depresi, kecemasan, stres, resiko bunuh diri, dan gangguan konsep diri (Najah et al., 2021).

Kesehatan mental yang tidak baik akan berpengaruh pada kinerja setiap orang dalam beraktivitas. Ketika seseorang mengalami stres, ia cenderung menjadi emosional dan kehilangan kesabaran dalam menghadapi berbagai situasi. Stres termasuk kedalam bagian isu kesehatan mental dan terjadi akibat dari tekanan dan permasalahan yang dialami oleh masing-masing individu. Penyakit mental merupakan sebuah permasalahan yang berdampak negatif pada ekonomi dan struktur sosial serta biaya perawatannya yang cukup tinggi (Kaligis et al., 2021).

Mengutip tirto.id, ditemukannya 9,2 juta kasus depresi dengan presentase 3,7 persen pada tahun 2023. Dimana total penduduk Indonesia saat ini adalah 278,8 juta jiwa dengan pertumbuhan jumlah penduduk bisa mencapai 3 juta jiwa setiap tahunnya. Sehingga kemungkinan meningkatnya angka depresi bisa lebih besar. Kemudian data yang dipublikasikan oleh website databooks mengenai laporan kasus bunuh diri, Pusat Informasi Kriminal Nasional (Pusiknas) mengungkapkan kasus tertinggi di Indonesia adalah Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah sebanyak 356 kasus, Jawa Timur sebanyak 184 kasus, dengan dugaan kesehatan mental yang kurang baik, salah satunya depresi (Pusiknas, 2023).

Setiap individu mempunyai strategi menangani stres yang berbeda-beda sesuai dengan masalah dan tuntutan yang dihadapinya. Biasanya seseorang cenderung akan melakukan hal yang sama dalam mengatasi stres apabila cara yang diterapkan sebelumnya dirasa cocok. Beberapa orang menghadapi stres dengan melakukan hal-hal yang negatif, seperti mengonsumsi alkohol, narkoba dan zat terlarang, menyakiti diri sendiri, serta kebiasaan-kebiasaan buruk lainnya. Sebagian orang pula mengalihkan stresnya dengan baik, seperti dengan mencari kesibukan, ada juga yang mengalihkan dengan bermain game, pergi berlibur, menonton film atau mencari hiburan, dan lain sebagainya. Dikutip dari website alodokter.com, mencari hiburan seperti menonton komedi atau sekedar berkumpul dengan teman dapat mengurangi stres. Selain itu, Saat berada dalam tekanan tidak

jarang media sosial dijadikan sebagai wadah untuk mengalihkan dan mendapatkan dukungan secara emosional.

Fenomena penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap tingkat stres juga berkaitan dengan budaya lokal, bagaimana penggunaan media sosial diintegrasikan dalam pola hidup masyarakat Indonesia serta bagaimana media sosial dapat berdampak pada tingkat stres setiap individu. Oleh karena itu penelitian mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat stres menjadi relevan untuk diteliti guna mengetahui bagaimana pola penggunaannya, serta dampaknya terhadap tingkat stres seseorang.

1.2 Rumusan Masalah

Internet terutama media sosial telah mendorong perubahan mengenai bagaimana cara orang berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial juga membantu penggunanya untuk mendapatkan atau berbagi informasi dengan mudah dalam berbagai macam hal. Saat ini media sosial sudah memiliki berbagai jenis platform seperti Youtube, Facebook, Tiktok, dan Instagram serta telah digunakan oleh berbagai kalangan dengan presentasi yang cukup tinggi yaitu mencapai 4,59 miliar pada tahun 2022. Penggunaan media sosial yang cukup tinggi tidak hanya menjadi sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga mempengaruhi kesejahteraan psikologis seseorang.

Namun, perkembangan media sosial yang semakin pesat menimbulkan kekhawatiran akan dampak yang diberikan terhadap kesejahteraan psikologis tersebut. Seperti dampak kecanduan yang justru berakibat pada kesehatan mental seseorang seperti kecemasan, stres dan lain sebagainya. Kemudian, banyak temuan kasus depresi di Indonesia yang mencapai 9,2 juta kasus, serta kasus bunuh diri terutama daerah Jawa Tengah dengan jumlah kasus tertinggi menggambarkan buruknya kesehatan mental masyarakat Indonesia.

Media sosial tentu saja memiliki dampak positif maupun dampak negatif. Media sosial apabila digunakan dengan tepat dan dengan intensitas yang tidak berlebihan akan memberikan manfaat bagi penggunanya. Akan tetapi, penggunaan yang tidak tepat serta intensitas yang berlebihan justru akan memberikan efek yang buruk. Kecanduan media sosial berdampak pada kesehatan mental penggunanya berupa kecemasan tingkat sedang hingga tinggi (Afsari et al., 2023).

Berdasarkan pernyataan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan tingkat stres.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Youtube dengan tingkat stres.

2. Menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Facebook dengan tingkat stres.
3. Menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan tingkat stres.
4. Menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat stres.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada penulis dan memberikan informasi kepada para pembaca mengenai keterkaitan antar variabel. Kemudian diharapkan pula perkembangan pengetahuan yang lebih luas mengenai aspek apa saja yang menjadi pengaruh terjadinya stres pada segmentasi tertentu.

1.4.2 Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai media sosial serta dapat mendorong penggunaan media sosial ke arah yang lebih positif dan lebih bermanfaat.

1.4.3 Sosial

Secara sosial, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pandangan baru kepada masyarakat mengenai dampak positif dan negatif media sosial bagi kehidupan, serta diharapkan memberikan kesadaran akan kepedulian masyarakat mengenai stres serta isu kesehatan mental lainnya.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State of The Art

Terdapat penelitian relevan yang sudah dilakukan sebelum penelitian ini, yaitu yang berkaitan dengan tingkat stres sebagai bahan acuan dan pertimbangan dari penelitian, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Najah dkk yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Kecemasan, Depresi dan Stres Selama Wabah Pandemi Covid-19” dengan menggunakan analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kecemasan, depresi, dan stres pada masa pandemi. Menggunakan 200 responden dengan menggunakan random sampling. Instrumen penelitian menggunakan skalaintensitas penggunaan media sosial (SIPMS) dan kuisisioner Depression, Anxiety, Stress Scale. Hasil yang didapatkan menunjukkan sebagian besar responden memiliki

intensitas penggunaan media sosial yang tinggi yaitu sebanyak 118 responden atau 59 persen. Kesimpulannya terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat kecemasan, depresi, dan stres pada remaja di Desa Sirnagalih, yang dibuktikan dengan hasil uji statistik Kendall's tau $b = 0.000 < 0.05$ dan $r_{cemas} = 0.263$, $r_{depresi} = 0.257$, dan $r_{stres} = 0.172$.

Penelitian kedua, oleh Maurizkan dkk dengan judul penelitian "Dampak Penggunaan dan Konten Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Generasi Muda di Indonesia". Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis dampak penggunaan dan konten media sosial terhadap kesehatan mental anak muda Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuisioner online. Sebanyak 1.402 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, ditemukan hasil bahwa penggunaan media sosial, konten media sosial, regulasi emosi, stres yang dirasakan, dan kualitas tidur berpengaruh terhadap gejala depresi.

Kemudian, penelitian yang disusun oleh Vannucci dkk dengan judul penelitian "Penggunaan Media Sosial dan Kecemasan pada Orang Dewasa yang Sedang Berkembang" penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak dari durasi yang digunakan untuk mengakses media sosial terhadap gejala dan tingkat keparahan pada orang dewasa yang sedang berkembang. dengan menggunakan

teknik perekrutan berbasis web, dan mengumpulkan informasi survei tentang penggunaan media sosial dan gejala kecemasan serta gangguan terkait dalam sampel yang representatif secara nasional dari 563 orang dewasa yang baru muncul di AS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang lebih tinggi setiap hari dihubungkan dengan gejala kecemasan disposisi yang lebih besar. Hubungan positif antara penggunaan media sosial dan kecemasan yang ditemukan dalam penelitian ini memiliki implikasi klinis yang penting.

Penelitian selanjutnya yang disusun oleh Ruiqi Fan dengan judul “The Impact of Tiktok Short Video on Anxiety Level of Juveniles in Shenzhen China” ini memiliki segmentasi daerah penelitian yang jauh berbeda dari pada penelitian yang telah disebutkan diatas. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan dilakukannya penelitian tersebut untuk menemukan efek informasi Tiktok pada remaja di Shenzhen, China, dan hubungan lebih lanjut dari menonton video pendek di Tiktok serta dampaknya pada Tingkat stres dan kecemasan remaja. Hasil dari penelitiannya pun berbeda yaitu remaja di Shenzhen tidak terlalu banyak terdampak atau terpengaruh oleh informasi yang ada di Tiktok karena latar belakang pendidikan mereka yang lebih tinggi sehingga mereka lebih cerdas dalam membedakan dan memilah mana yang baik dan buruk.

Penelitian oleh Afsari dkk dengan judul “Literature Review: The Relationship of The Use Social Media to The Incidence of Anxiety In Adolescents in Indonesia” ini sama-sama bertujuan untuk mengeksplorasi korelasi antara aktivitas media sosial dan tingkat kecemasan pada remaja Indonesia. Namun, penelitian ini tidak sekadar merupakan investigasi biasa, melainkan sebuah tinjauan sistematis yang dilakukan dengan menggunakan metode Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis (PRISMA). Para peneliti, dalam prosesnya, menelusuri sejumlah artikel yang relevan dengan topik tersebut, dengan subjek penelitian yang terfokus pada remaja di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya korelasi antara frekuensi penggunaan media sosial dan tingkat kecemasan yang dialami oleh remaja di Indonesia. Faktor-faktor tertentu juga teridentifikasi sebagai pendorong meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan remaja, termasuk keberadaan berbagai permainan dan aplikasi online yang menarik, dampak pandemi COVID-19 yang membuat penggunaan media sosial menjadi semakin dominan dalam interaksi sosial, serta keinginan remaja untuk tetap terhubung dan terkini dengan informasi dan tren terbaru.

Secara keseluruhan persamaan dari kelima penelitian terdahulu tersebut terhadap penelitian ini yaitu sama-sama membahas hubungan penggunaan media sosial dengan kesehatan

mental seseorang. Walaupun sama-sama membahas tentang isu kesehatan mental, namun pada masing-masing variabel keduanya, terdapat perbedaan mengenai jenis kesehatan mentalnya (kecemasan, stres, insomnia, dll). Kemudian, kelima penelitian terdahulu dan penelitian ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kuantitatif dengan segmentasi yang berbeda-beda dan subjek responden yang berbeda pula.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigman merupakan suatu kerangka berpikir yang ada pada teori ilmu pengetahuan. Dalam penelitian kuantitatif, hubungan antara variabel dan objek yang diteliti seringkali dilihat dalam kacamata sebab dan akibat atau kausalitas (Purba & Simanjuntak, 2011, p. 95). Paradigma yang mendasari penelitian ini adalah paradigma positivistik, yang menekankan pada pengamatan objektif dan pengukuran yang sistematis. Penelitian kuantitatif sering disebut sebagai penelitian positivistik karena didasarkan pada filsafat positivisme. Filsafat positivisme menganggap bahwa realitas dan fenomena dapat dijelaskan secara obyektif, memiliki karakteristik yang konkret, dapat diamati, dapat diukur, relatif stabil, dan terdapat hubungan sebab-akibat yang dapat diidentifikasi (Sugiyono, 2014).

1.5.3 Intensitas Penggunaan Youtube

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Intensitas merupakan sebuah tingkatan atau ukuran intensnya suatu hal. Intensitas penggunaan media sosial dapat dibedakan oleh sejumlah faktor yang mencerminkan durasi penggunaan media sosial dan bagaimana interaktifitas penggunanya dalam media sosial tersebut. Intensitas bisa terjadi karena adanya sebuah ketertarikan terhadap sesuatu yang didasari oleh kualitas, yaitu sebagai bentuk perhatian dan perasaan emosional yang melibatkan penghargaan dan ketertarikan terhadap kegiatan tersebut (Ismail et al., 2022a). Ketika seseorang sudah mendapatkan kesenangan dan kepuasan dalam menggunakan media maka intensitas seseorang dalam menggunakan semakin tinggi (Wibawa & Pradekso, 2018).

Menurut Sari (1993), penentuan tingkat intensitas individu dalam mengakses media dapat dikaji melalui tiga aspek utama, yaitu penggunaan media, frekuensi interaksi dengan media, dan durasi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi di dalam media tersebut. Menurut Ajzen, intensitas penggunaan media juga dapat dipahami melalui kualitas dari perhatian dan pemahaman yang dimiliki individu saat berinteraksi dengan media, serta melalui evaluasi terhadap jumlah waktu dan frekuensi interaksi dengan media tersebut (Ajzen, 2005). Akan tetapi untuk menentukan intensitas

penggunaan media sosial terutama dalam segi interaktivitasnya bergantung pada platform media sosial apa yang digunakan.

Intensitas penggunaan Youtube dapat diartikan sebagai bentuk penggunaan dengan nilai tinggi, sedang, dan rendah. Penggunaan Youtube hampir menggantikan keberadaan televisi di masa sekarang ini. Beragam konten video dapat diakses, ditonton, diunduh, dan dibagikan secara gratis oleh pengguna melalui Youtube, yang merupakan salah satu platform video sharing yang sangat populer di internet (Faiqah et al., 2016). Salah satu fitur utama yang membuat Youtube begitu diminati adalah kemampuannya untuk menyajikan video dan audio secara bersamaan, memberikan pengalaman multimedia yang mendalam bagi penggunanya. Melalui fitur ini, Youtube juga memberikan kebebasan bagi khalayak untuk memilih konten sesuai dengan minat dan preferensi mereka. . Youtube memiliki fitur interaktivitas yang mendukung para penggunanya untuk berkontribusi dan berinteraksi dengan orang lain, seperti:

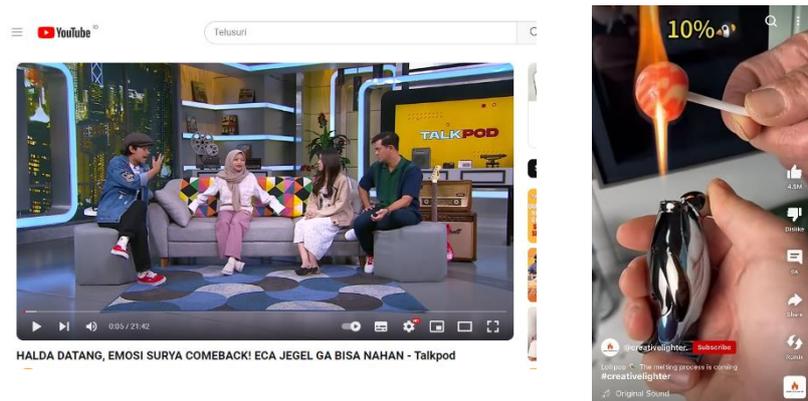
1. Memiliki *Account / chanel* Youtube



Gambar 1.2 Akun Youtube

Youtube memiliki 2 kategori pengguna yaitu, pengguna yang telah memiliki akun dan pengguna yang belum memiliki akun. Kedua kategori tersebut bisa menonton dan menikmati layanan video yang tersedia di Youtube. Hanya saja pada pengguna yang sudah memiliki akun Youtube dapat menikmati beberapa layanan seperti membuat profil, mengunggah video, mengikuti *chanel* orang lain (*Subscribe*), memberikan *like* dan komentar.

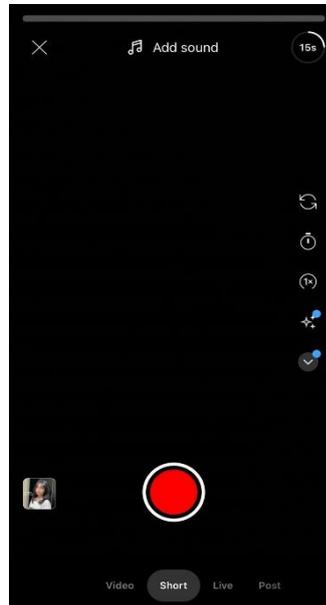
2. Menonton video



Gambar 1.3 Menonton Video Youtube

Menonton Youtube dimana pengguna bisa menikmati berbagai jenis konten video yang telah tersedia diplatform tersebut seperti hiburan, edukasi, musik, berita, dan banyak lagi. Pengguna bisa menjelajahi berbagai saluran dan video yang sesuai dengan minta mereka.

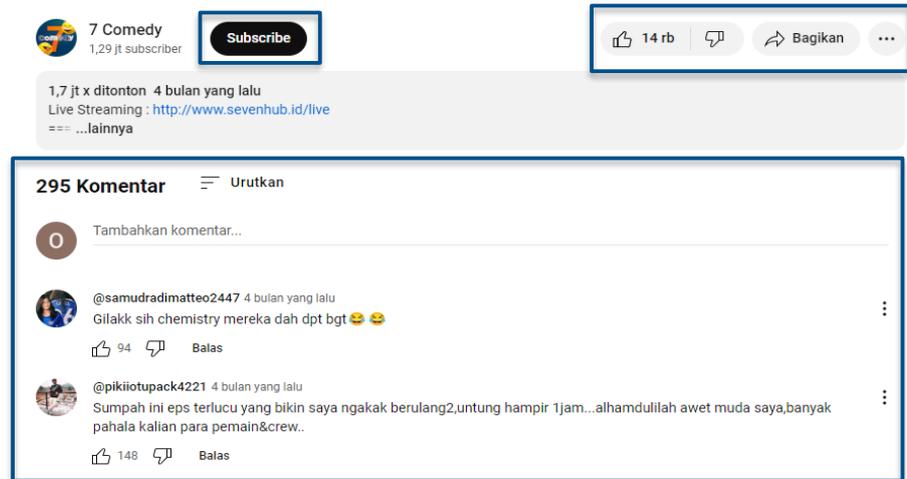
3. Mengunggah Video



Gambar 1.4 Mengunggah Video di Youtube

Sebaliknya, pengguna juga dapat mengunggah video apapun dengan durasi yang diinginkan. Youtube juga memiliki dua versi unggahan yaitu video biasa dengan durasi yang tidak ditentukan, kemudian Youtube *short video* yang hanya memperbolehkan penggunanya mengunggah video dengan durasi maksimal 15 detik.

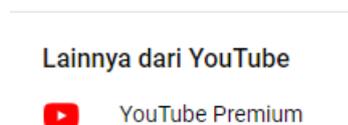
4. Interaksi melalui *like*, komen, *Share* dan *subscribe*



Gambar 1.5 Berinteraksi di Patform Youtube

Pengguna Youtube juga bebas berinteraksi dengan sesama pengguna seperti memberikan like pada video yang disukai, memberikan komentar, membagikan video, serta mengikuti atau di Youtube dikenal dengan sebutan *subscribe* pada *chanel* Youtube yang diinginkan.

5. Youtube Premium



Gambar 1.6 Berlangganan Youtube Premium

Youtube permium merupakan salah satu fitur berbayar yang ditujukan bagi para pengguna yang ingin ikut berlangganan. Beberapa keuntungan tentunya didapatkan apabila menggunakan fitur Youtube premium seperti, pengguna bisa menonton video tanpa iklan, mendownload video untuk menonton secara offline, serta mendapatkan fasilitas eksklusif menonton video Youtube original.

1.5.4 Intensitas Penggunaan Facebook

Pada masa dimana perkembangan teknologi sudah semakin pesat, hingga mengubah bagaimana cara orang menjalani kehidupannya terutama dalam hal berinteraksi, berkomunikasi, dan mencari informasi. Facebook hadir menjadi perantara dan memberikan kemudahan bagi siapapun untuk melakukan komunikasi secara daring. Aplikasi jejaring media sosial Facebook, memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk mempublikasi diri mereka di media online, mengumpulkan “teman” yang dapat mengirimkan komentar satu sama lain, dan melihat profil satu sama lain (Ellison et al., 2007).

Menurut (Ellison et al., 2007) dalam penelitiannya, intensitas penggunaan Facebook dapat dilihat dengan berfokus pada waktu yang dihabiskan (perhari atau perminggu), jumlah teman, dan kebiasaan yang dilakukan seperti membaca dan menulis postingan. Facebook sebagai media berinteraksi menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Penggunaan Facebook mencakup sejumlah aktivitas yang dapat dilakukan pengguna di platform media sosial ini, yaitu:

1. Memiliki akun Facebook

Pengguna Facebook dapat membuat akun pribadi. Hal tersebut mencakup informasi pribadi seperti nama, foto profil, status, dan informasi lainnya.

2. Menambahkan teman



Gambar 1.7 Menmbahkan Teman di Facebook

Facebook mempunyai fitur menambahkan teman untuk menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lainnya. Menambahkan teman juga menjadi salah satu cara untuk berinteraksi dengan orang lain di platform ini.

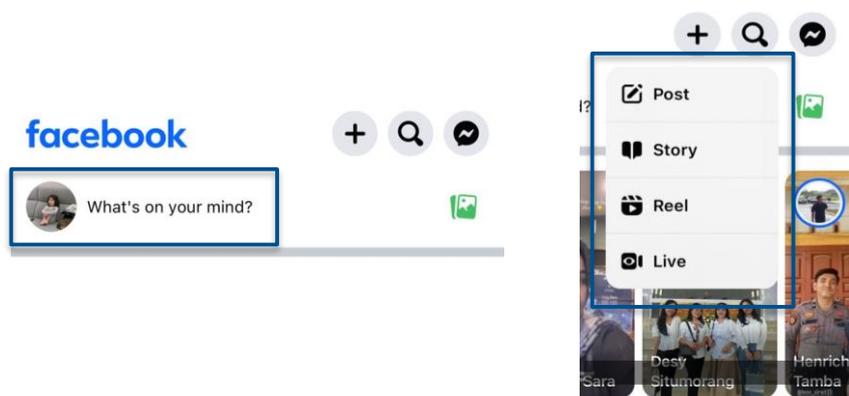
3. Melihat postingan di beranda Facebook



Gambar 1.8 Postingan Beranda Facebook

Beranda Facebook merupakan ruang dimana postingan pengguna Facebook seperti pesan singkat, foto, dan video ditampilkan. Sehingga pengguna yang sudah terhubung atau berteman di platform tersebut bisa saling melihat postingan yang diunggah pada beranda Facebook.

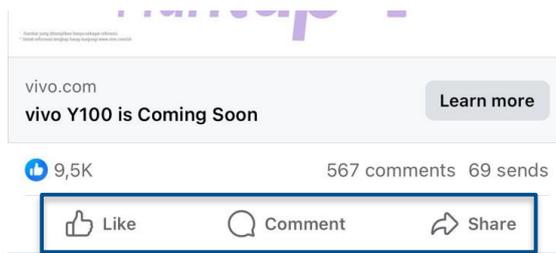
4. Mengunggah postingan (pesan singkat, foto, video) di beranda, reels dan *stories*



Gambar 1.9 Mengunggah postingan di Facebook

Pengguna dapat membagikan pemikiran, kegiatan, foto, dan video melalui status atau unggahan di beranda mereka. Ini memungkinkan pengguna berinteraksi dengan teman-teman dan keluarga serta membagikan momen-momen penting.

5. Memberikan *like*, komen, serta berbagi video

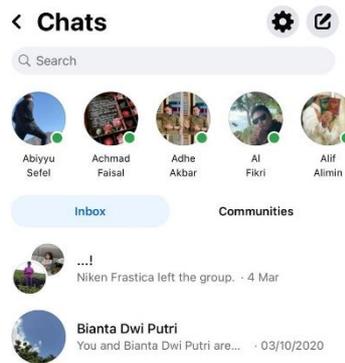


Gambar 1.10 Memberikan *like*, Komen, dan berbagi postingan di Facebook

Pengguna dapat berinteraksi seperti memberikan penilaian terhadap postingan yang diunggah pengguna lain seperti memberikan *like* pada unggahannya atau memberi respon emoticon pada fitur yang tersedia. Kemudian pengguna

Facebook juga bisa berinteraksi melalui kolom komentar pada unggahan orang lain baik melalui beranda ataupun *stories*.

6. Facebook *messenger*



Gambar 1.11 Menggunakan Facebook *Messenger*

Facebook menyediakan fitur pesan pribadi yang memungkinkan pengguna berkomunikasi secara langsung dengan teman-teman mereka. Ini dapat dilakukan melalui obrolan teks, panggilan suara, atau video call.

7. *Live* Facebook

Live Facebook adalah fitur yang memungkinkan penggunanya untuk menyiarkan video secara langsung dari perangkat mereka ke platform Facebook. Salah satu aspek yang membuat siaran langsung Facebook menarik adalah kemampuannya untuk berinteraksi langsung dengan penonton. Penonton dapat memberikan komentar dan reaksi yang akan muncul langsung selama siaran berlangsung, dan penyiar dapat merespons secara langsung.

8. Bergabung dengan grup atau halaman

Pengguna dapat bergabung dengan grup atau menyukai halaman yang sesuai dengan minat mereka. Ini memberi mereka akses ke konten yang relevan dan memungkinkan berinteraksi dengan orang-orang dengan minat yang sama.

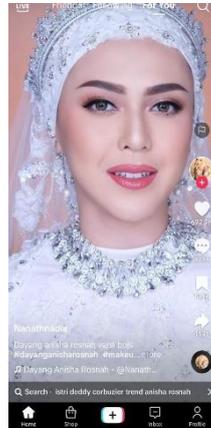
1.5.5 Intensitas Penggunaan Tiktok

Tiktok adalah platform video pendek yang memungkinkan orang untuk merekam kehidupan mereka dan berbagi tentang topik-topik yang menarik melalui video pendek yang umumnya berdurasi antara 15 detik hingga 30 menit (Fan, 2022). Dengan platform ini, pengguna dapat membuat sebuah video pendek yang dengan berbagai tema dengan cepat dan juga mudah untuk disebar ke teman dan ke seluruh dunia. Tiktok sama seperti media sosial lainnya, yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan orang lain. Berbagai aspek penggunaan tersedia pada platform Tiktok, yaitu:

1. Memiliki akun Tiktok

Pengguna dapat memulai dengan membuat profil pribadi mereka dan mulai membuat konten-konten dengan akun pribadi tersebut.

2. Menonton video Tiktok



Gambar 1.12 Menonton *for your page* Tiktok

Pengguna Tiktok dapat menjelajahi berbagai jenis konten pada beranda atau yang dikenal dengan sebutan *for your page* pada aplikasi Tiktok.

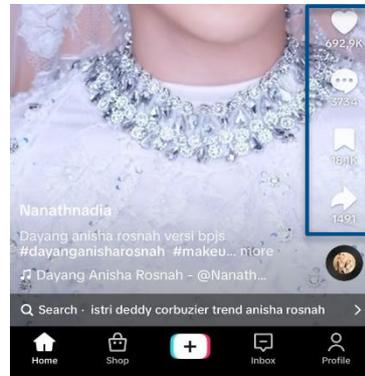
3. Mengunggah video Tiktok



Gambar 1.13 Mengunggah Video di Tiktok

Tiktok menyediakan fasilitas untuk memudahkan penggunanya dalam membuat video pendek mereka sendiri dengan berbagai fitur kreatif seperti efek, filter interaktif, dan musik untuk menghasilkan konten yang menarik.

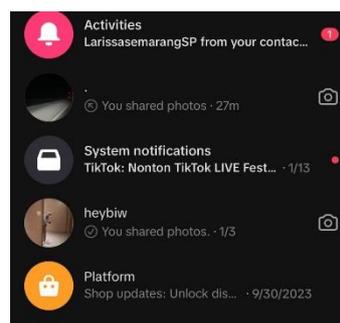
4. Interaksi melalui *like* dan komentar, serta berbagi konten



Gambar 1.14 Memberikan *Like*, Komentar dan berbagai konten Tiktok

Pengguna dapat memberikan komentar pada video, memberikan *like* pada video, dan berinteraksi dengan pembuat konten melalui fitur komentar yang ada di Tiktok. Penggunanya juga bisa berbagai konten dengan pengguna lain baik dalam platform maupun diuar platform.

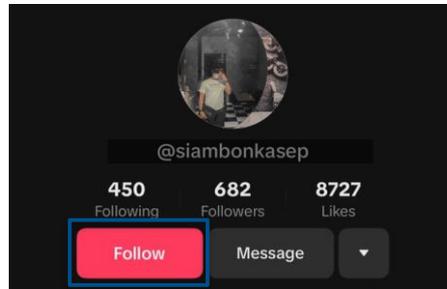
5. Pesan pribadi



Gambar 1.15 Menggunakan Fitur Pesan Pribadi

Selain berinteraksi melalui kolom komentar, pengguna Tiktok juga bisa berinteraksi melalui pesan pribadi atau grup.

6. Mengikuti sesama pengguna



Gambar 1.16 Mengikuti Pengguna Tiktok

Pengguna dapat mengikuti akun pengguna lain yang mereka sukai, dan sebaliknya, orang lain dapat mengikuti akun mereka. Pengumpulan pengikut memungkinkan pembuat konten untuk membangun komunitas dan meningkatkan jangkauan video tersebut.

7. Berpartisipasi dalam *challenge*

Tiktok seringkali mempopulerkan tantangan atau tren tertentu. Pengguna dapat berpartisipasi dengan membuat video mereka sendiri sesuai dengan tema atau musik yang ditentukan, dan kemudian menggunakan hashtag khusus.

1.5.6 Intensitas Penggunaan Instagram

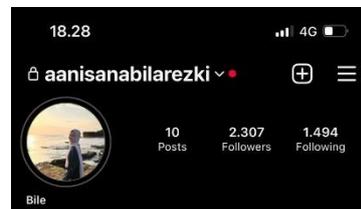
Instagram merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten berbasis gambar (yaitu video dan foto) disertai dengan keterangan teks. Pengguna lain dapat berinteraksi dalam konten dengan cara menyukai, membagikan, atau meninggalkan komentar pada postingannya. Intensitas penggunaan

Instagram mengacu pada pengertian menurut (Ellison et al., 2007), yaitu intensitas dilihat dari banyak waktu yang dihabiskan seseorang (perhari atau perminggu), jumlah teman, dan kebiasaan yang dilakukan seperti membaca dan menulis postingan. Adapun fitur interaktif yang terdedia pada platform Instagram:

1. Memiliki akun Instagram

Pengguna Instagram dapat membuat akun pribadi yang mencakup informasi pribadi seperti nama, foto profil, status, dan informasi lainnya serta bisa menampilkan semua konten dalam satu *feeds* pada profil Instagram.

2. Mengikuti pengguna lain



Gambar 1.17 Mengikuti Pengguna Lain di Instagram

Pengguna dapat mengikuti akun pengguna lain, dan sebaliknya, orang lain dapat mengikuti akun mereka. Terhubungan dengan pengguna lain memungkinkan pengguna untuk berinteraksi lebih intens

3. Melihat *timeline* atau beranda Instagram



Gambar 1.18 Melihat Beranda Instagram

Beranda Instagram merupakan ruang dimana postingan pengguna Instagram diunggah pada *story*, *feeds* dan *reel* ditampilkan. Sehingga pengguna yang sudah terhubung atau berteman di platform tersebut bisa saling melihat postingan yang diunggah pada beranda Instagram.

4. Mengunggah foto dan video di *feeds*, Instagram *stories*, ataupun *reels*



Gambar 1.19 Mengunggah Foto dan Video di Instagram

Pengguna Instagram dapat mengunggah foto dan video dari galeri atau mengambil langsung dari kamera ponsel masing-masing. Pengguna platform ini juga dapat menggunakan berbagai filter, efek, dan alat pengeditan untuk meningkatkan atau mengubah tampilan konten. Kemudian, Fitur Cerita memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video yang akan hilang setelah 24 jam. Ini menciptakan cara yang lebih cepat dan santai untuk berbagi momen sehari-hari.

5. Menandai dan *me-repost*

Pengguna Instagram dapat menandai pengguna lain pada postingan Instagram *story* nya, dan pengguna yang ditandai bisa *me-repost* postingan tersebut.

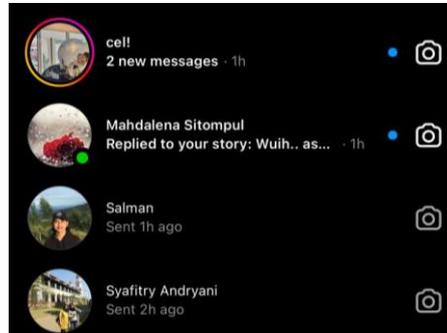
6. Interaksi melalui *like* dan komentar, serta berbagi konten



Gambar 1.20 Memberikan *Like*, komen dan Berbagi Konten *Instagram*

Pengguna dapat memberikan komentar pada video, memberikan *like* pada video, dan berinteraksi dengan pembuat konten melalui fitur komentar yang ada di unggahan seseorang. Penggunaanya juga bisa berbagai konten dengan pengguna lainnya.

7. Interaksi melalui *direct message*



Gambar 1.21 Berinteraksi Melalui *Direct Message*

Pengguna dapat mengirim pesan langsung kepada pemilik akun atau pengguna lain. Ini menciptakan interaksi dan komunikasi langsung antar pengguna.

8. *Live* Instagram

Siaran langsung Instagram, atau yang dikenal dengan istilah *live* Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk menyiarkan video secara langsung dari perangkat mereka ke platform Instagram. Fitur ini memberikan cara langsung untuk berinteraksi dengan pengikut atau audiens secara real-time.

1.5.7 Tingkat Stres

Peristiwa atau keadaan yang menantang secara fisik atau psikologis disebut stresor. Lazarus & Folkman dalam buku tersebut juga mendefinisikan stres sebagai sebuah ketidakseimbangan yang dirasakan antara tuntutan fisik maupun psikologis dengan kemampuan diri untuk merespon, sehingga terjadi sebuah kegagalan

dalam memenuhi tuntutan tersebut yang menjadikannya sebagai sebuah resiko (Sarafino & Smith, 2011). Seseorang yang sedang stres akan mengalami kesulitan untuk fokus, lebih mudah marah, dan susah tidur (Ismail et al., 2022).

Terdapat beberapa aspek stres yang dapat menjadi acuan. Aspek stres tersebut menurut Sarafino & Smith (2011) yaitu :

- Aspek biologis

Aspek biologis dari stres mencakup berbagai gejala fisik yang dapat dialami oleh individu sebagai respons terhadap situasi stresor. Gejala fisik ini dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya, tetapi beberapa di antaranya mencakup sakit kepala, gangguan tidur seperti insomnia atau tidur yang tidak nyenyak, gangguan pencernaan seperti sakit perut atau gangguan gastrointestinal, perubahan pola makan seperti hilangnya selera makan atau keinginan makan berlebihan, serta gangguan kulit dan produksi keringat yang berlebihan. Selain itu, gejala fisik stres juga dapat mencakup ketegangan otot, perubahan dalam pola pernapasan dan detak jantung yang tidak teratur, perasaan gugup, kecemasan, atau gelisah yang intens, perubahan dalam nafsu makan yang dapat menyebabkan masalah pencernaan seperti maag, dan berbagai gejala lainnya yang menandakan adanya tekanan atau ketegangan dalam tubuh.

- Aspek psikologis dari stres mencakup sejumlah gejala psikis yang dapat memengaruhi kesejahteraan mental individu.

Gejala-gejala psikis tersebut di antaranya:

- a. Gejala kognisi (pikiran) yang bisa mengganggu kemampuan individu untuk berpikir secara efektif. Individu yang mengalami tingkat stres yang tinggi sering kali mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya ingat dan konsentrasi yang baik. Selain itu, gejala kognisi juga dapat tercermin dalam harga diri yang rendah, ketakutan akan kegagalan, kecenderungan untuk merasa malu atau cemas akan masa depan, serta fluktuasi emosi yang tidak stabil.
- b. Gejala emosional dari stres juga dapat memengaruhi kondisi seseorang dalam kehidupan sehari-hari, yang seringkali cenderung menjadi negatif dan tidak produktif, serta dapat menimbulkan masalah dalam interaksi sosial. Gejala emosi yang dialami biasanya menjadi mudah marah, merasa sedih dan depresi.
- c. Gejala tingkah laku ini mencakup kesulitan dalam bekerja sama dengan orang lain, kehilangan minat terhadap aktivitas yang biasanya dinikmati, kesulitan untuk merasa rileks, mudah terkejut atau kaget dengan cepat, serta peningkatan kecenderungan untuk mencari pelarian dalam

perilaku yang merugikan seperti konsumsi obat-obatan, alkohol, atau merokok. Dampak stres pada tingkah laku dan interaksi interpersonal ini dapat menyebabkan individu merasa kesulitan dalam menjalani kehidupan sehari-hari dengan efektif, serta dapat mempengaruhi hubungan mereka dengan orang lain dan kualitas hidup secara keseluruhan

1.5.8 Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Stres

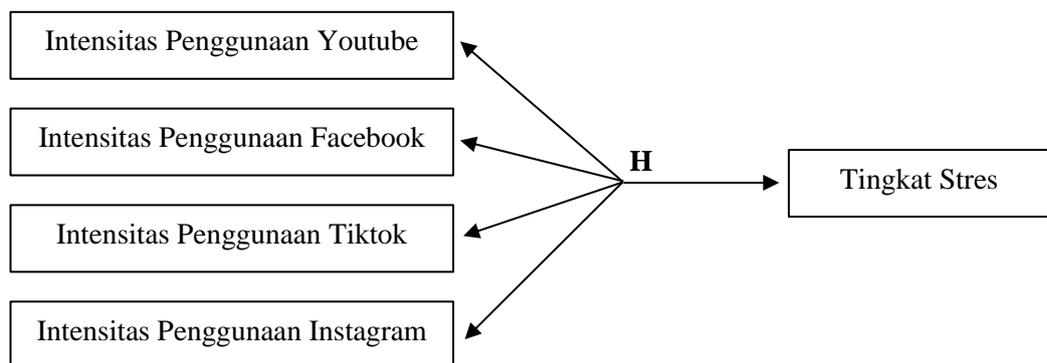
Untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat stres, terdapat beberapa hasil penelitian yang menjadi acuan dan dapat membantu menjelaskan penelitian ini, yaitu:

Penelitian oleh Vannucci et al., (2017) mengenai penggunaan media sosial dan kecemasan pada orang dewasa yang baru berkembang. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, regresi hirarkis mengungkapkan bahwa lebih banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial memiliki hubungan dengan gejala kecemasan disposisi yang lebih besar. Regresi logistik juga mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial setiap hari secara signifikan berhubungan dengan kemungkinan lebih besar peserta mendapat skor diatas ambang batas klinis keparahan kecemasan yang mengindikasikan kemungkinan gangguan

kecemasan. Penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil yang hampir mirip yaitu, penelitian oleh Anto et al., (2023) yang membahas mengenai berbagai dampak penggunaan media sosial terhadap tingkat kecemasan dikalangan mahasiswa di Inggris. Dari hasil wawancara dan analisis tematik menghasilkan, ada 3 faktor yang menurunkan tingkat kecemasan dan 5 faktor yang meningkatkan tingkat kecemasan. Kesimpulannya adalah penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai elemen dan karakteristik media sosial dapat berpengaruh pada kecemasan melebihi frekuensi penggunaan. Kemudian, hasil penelitian Boer et al., (2021) yang menguji keterkaitan intensitas dan masalah penggunaan media sosial remaja dengan kesehatan mental yang diukur dengan gejala depresi dan kepuasan hidup. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan searah langsung antara masalah penggunaan media sosial dan kesehatan mental. Masalah penggunaan media sosial dikaitkan dengan penurunan kesehatan mental satu tahun kemudian, namun tidak sebaliknya. Akan tetapi, intensitas penggunaan media sosial dan kesehatan mental tidak berhubungan ke arah mana pun, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui mediator mana pun. Temuan penelitian kami menunjukkan bahwa efek berbahaya dari intensitas penggunaan media sosial mungkin terbatas, justru

lebih menyoroti potensi risiko masalah penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental remaja.

Dari ketiga penelitian yang telah dijelaskan, menunjukkan penggunaan media sosial secara keseluruhan memiliki hubungan terhadap kesehatan mental. Akan tetapi, pada penelitian ketiga, penelitian tersebut membedakan secara lebih spesifik antara intensitas penggunaan media sosial dan masalah penggunaan media sosial. Sehingga, hasil penelitian yang didapatkan pun berbeda yaitu berhubungan negatif atau tidak memiliki hubungan. Ketiga penelitian tersebut dapat menjadi acuan untuk membantu menjelaskan hubungan variabel-variabel dalam penelitian yang akan dilakukan saat ini. Akan tetapi, perbedaan platform yang diteliti bisa saja memiliki perbedaan dalam hasil penelitian nantinya dikarenakan setiap platform media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda.



Gambar 1.22 Kerangka Berfikir

1.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial Youtube, Facebook, Tiktok, dan Instagram dengan tingkat stres.

1.7 Defenisi Konseptual

1. Intensitas Penggunaan Youtube

Intensitas penggunaan Youtube didefenisikan sebagai bentuk penggunaan individu saat menggunakan Youtube yang dilihat dari berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan Youtube dan bagaimana interaktifitas seseorang dalam menggunakan Youtube. Interaktifitas Penggunaan Youtube bisa dilihat berdasarkan bagaimana pengguna mengunggah dan menonton konten video, bagaimana interaksi pengguna dalam memberikan *like*, komen, berbagi video dengan pengguna lain, serta meng-*subscribe* akun pengguna lain, dan penggunaan layanan Youtube premium.

2. Intensitas Penggunaan Facebook

Intensitas penggunaan Facebook didefenisikan sebagai bentuk penggunaan individu terhadap media sosial Facebook dengan nilai tinggi, sedang dan rendah yang dapat dilihat berdasarkan waktu yang dihabiskan seseorang di Facebook, jumlah teman Facebook, dan kebiasaan yang dilakukan seperti mengunggah status, foto, dan video, berinteraksi melalui *like*, komentar dan berbagi konten, bergabung

dengan grup atau komunitas, melakukan live Instagram, serta penggunaan *Facebook messenger*.

3. Intensitas Penggunaan Tiktok

Intensitas penggunaan Tiktok dapat diartikan sebagai sebuah tingkatan yang memiliki variasi nilai dari tinggi, sedang, dan rendah. Intensitas itu sendiri dapat dilihat dari seberapa jauh perhatian dan pemahaman individu ketika menggunakan Tiktok seperti bagaimana pengguna membuat dan menonton video, berinteraksi melalui like, komentar dan pesan, dan bagaimana kontribusi pengguna dalam melakukan *challenge* atau tren-tren yang ada di Tiktok serta jumlah berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan Tiktok.

4. Intensitas Penggunaan Instagram

Intensitas penggunaan Instagram didefinisikan sebagai bentuk penggunaan individu terhadap media sosial Instagram dengan nilai tinggi, sedang dan rendah yang dapat ditentukan dengan waktu yang dihabiskan seseorang di Instagram, jumlah pengikut di Instagram, dan kebiasaan yang dilakukan seperti meng-*upload* konten di *feeds*, *reels*, ataupun *stories*, berinteraksi dengan pengguna lain baik melalui komentar ataupun *direct messages*, berinteraksi di *live* Instagram dan menandai pengguna lain.

5. Tingkat Stres

Tingkat stres adalah sebuah kondisi yang dirasakan seseorang akibat tekanan dari luar dan ketidakseimbangan antara kemampuan diri

dengan masalah yang harus dihadapi. Stres dapat dilihat dari dua aspek yaitu aspek biologis dan aspek psikologis. Aspek biologi dari stres biasanya berupa gejala fisik seperti sakit kepala, gangguan pencernaan, produksi keringat berlebihan, gugup dan kondisi fisik lainnya. Sedangkan dari aspek psikologis dari stres mencakup gejala psikis seperti gejala pikiran, gejala emosi, dan gejala tingkah laku.

1.8 Defenisi Operasional

1. Intensitas Penggunaan Youtube

- Durasi menggunakan Youtube
- Memiliki akun Youtube
- Menonton video Youtube
- Mengunggah video Youtube
- Men-*subscribe* akun Youtube
- Berinteraksi dengan memberikan *like* dan komentar pada video yang ada di Youtube
- Berlangganan Youtube premium

2. Intensitas Penggunaan Facebook

- Durasi menggunakan Facebook
- Memiliki akun Facebook
- Jumlah teman Facebook
- Membuat atau mengunggah postingan
- Melihat postingan di beranda Facebook

- Berinteraksi dengan memberikan like dan komentar pada postingan Facebook
- Bertukar pesan di Facebook *messenger*
- Melakukan *live* Facebook
- Bergabung pada grup yang ada di Facebook

3. Intensitas Penggunaan Tiktok

- Durasi menggunakan Tiktok
- Memiliki akun Tiktok
- Jumlah pengikut Tiktok
- Menonton video Tiktok
- Mengunggah video Tiktok
- Berinteraksi dengan memberikan like dan komentar pada video yang ada di Tiktok
- Bertukar pesan secara pribadi
- Mengikuti *challenge* atau tren Tiktok

4. Intensitas Penggunaan Instagram

- Durasi menggunakan Instagram
- Jumlah pengikut Instagram
- Mengunggah postingan Instagram
- Melihat postingan Instagram
- Berinteraksi dengan memberikan like dan komentar
- Bertukar pesan melalui *direct messenger*
- Melakukan *live* Instagram

5. Tingkat Stres

- Mengalami gejala gangguan fisik (sakit kepala, gangguan tidur, gangguan pencernaan, jantung tidak teratur, dll)
- Mengalami gejala gangguan kognisi (pikiran)
- Mengalami gejala gangguan emosi
- Mengalami gejala gangguan tingkah laku

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif eksplanatori. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menguji hubungan dari beberapa variabel bebas dengan variabel terikat (Purba & Simanjuntak, 2011).

1.9.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah individu pada tahun 2024 yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan kriteria berusia 18-34 tahun, berada di Kota Semarang dan aktif menggunakan media sosial seperti Youtube, Facebook, Tiktok, dan Instagram. Tidak diketahui daftar populasi dalam penelitian ini.

1.9.3 Sampel

Karena tidak memiliki daftar populasi, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis

purposive sampling. Dalam *non-probability sampling*, elemen-elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi subjek sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Pengambilan sampel pada *purposive sampling* terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan peneliti, atau sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Roscoe (Sekaran & Bougie, 2016) memberikan pedoman untuk menentukan ukuran sampel yaitu, sebaiknya sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer didapatkan dari responden yang merupakan sumber pertama dan diperoleh melalui kuesioner.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

1. Alat Pengumpulan Data

Pada penelitian ini alat pengumpulan data yang digunakan dan menjadi sumber data primer adalah kuesioner yang telah disusun dan kemudian diisi oleh responden.

2. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data meliputi kuesioner yang diisi oleh masing-masing responden. Kuisioner dalam penelitian ini

menggunakan *google form* dan untuk penyebarannya dilakukan secara online.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Editing adalah langkah pertama dalam proses pengolahan data penelitian. Pada tahap editing peneliti akan melakukan proses pengecekan terhadap jawaban yang sudah diisi oleh responden untuk memastikan bahwa data yang diterima tidak terdapat kesalahan atau kekurangan dan sesuai dengan data yang diperlukan peneliti.

2. Coding

Coding merupakan tahap kedua dari pengolahan data, yaitu pemberian label atau kode berdasarkan kriteria tertentu.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah terakhir, dalam proses ini data diolah dengan cara mengelompokkan kode-kode sesuai dengan analisis yang diperlukan dalam penelitian, kemudian mengelompokkan kriteria yang akan dihitung melalui analisis kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan uji statistik.

1.10 Analisis Data

Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan Pearson Product Moment korelasi berganda. Menurut (Sugiyono, 2013) untuk

menguji hipotesis asosiatif/hubungan bila datanya berbentuk *interval* atau *ratio*, digunakan:

- a. Korelasi Pearson Product Moment untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.
- b. Korelasi ganda apabila menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersamaan dengan satu variabel dependen.