

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan individu pengguna Instagram yang berada pada tahap perkembangan *emerging adulthood* dengan rentang usia 18-25 tahun. Terdapat data demografis yang peneliti peroleh yaitu jenis kelamin dan durasi penggunaan Instagram. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara *offline* dengan membagikan angket kertas di tempat umum serta *online* melalui *google form* dari bulan Februari 2023 hingga Maret 2023. Peneliti memperoleh subjek penelitian sebanyak 371 orang. Tabel 4.1 merupakan gambaran umum subjek penelitian.

Tabel 4. 1 Gambaran Umum Subjek Penelitian (N=371)

Variabel	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	270	75%
Laki - laki	101	25%
Durasi penggunaan Instagram		
30 menit dalam sehari	71	20%
1-2 jam dalam sehari	148	39%
3-6 jam dalam sehari	127	35%
≥ 6 jam dalam sehari	25	6%

Tabel 4.1 juga menunjukkan gambaran penggunaan Instagram pada subjek penelitian, mayoritas subjek penelitian menggunakan Instagram dengan durasi 1-2 jam dalam sehari sejumlah 148 orang (39%).

4.2 Hasil

4.2.1 Gambaran Variabel Gratitude

Tabel 4.2 merupakan tabel statistik deskriptif berdasarkan variabel *gratitude*.

Tabel 4. 2 Tabel Hasil Statistik Variabel *Gratitude*

	<i>Mean</i> Teoritik	<i>Mean</i> Empirik	Minimal	Maksimal
<i>Gratitude</i>	18	22,34	6	30

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai *mean* empirik pada variabel *gratitude* (M=22,34) lebih besar dibandingkan *mean* teoritik (M=18). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian ini cenderung memiliki *gratitude* dalam kategori tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa subjek penelitian memiliki rasa syukur sehingga dapat mengenali dan menanggapi sesuatu secara positif ketika menggunakan Instagram.

4.2.2 Gambaran Variabel Social Comparison

Tabel 4.3 merupakan tabel statistik dari variabel *social comparison*

Tabel 4. 3 Hasil Analisis Variabel *Social Comparison*

	<i>Mean</i> Teoritik	<i>Mean</i> Empirik	Minimal	Maksimal
Total <i>Social Comparison</i>	33	33,16	11	53

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada variabel *social comparison* menunjukkan nilai *mean* empirik (M=33,16) dan *mean* teoritik (M=33) tidak jauh berbeda sehingga dapat diartikan bahwa subjek penelitian ini cenderung melakukan *social comparison* pada kategori rata-rata.

4.3 Uji Asumsi

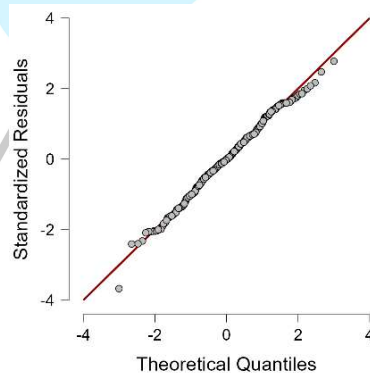
Pada penelitian ini dilakukan uji asumsi yaitu normalitas, linearitas, independensi error, serta homoskedasitas (Goss-Sampson, 2022) untuk mengetahui apakah hasil data yang diperoleh dapat dihitung menggunakan regresi linear sederhana.

4.3.1 Uji Asumsi Normalitas

Peneliti memulai uji asumsi dengan melakukan uji asumsi normalitas menggunakan aplikasi JASP 0.16.1. Peneliti melakukan uji normalitas dengan melihat hasil statistik *Shapiro-Wilk*. Uji asumsi normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah residu error dan variabel dependen telah terdistribusi secara normal apabila menunjukkan $p > 0,05$ (Goss-Sampson, 2022). Hasil uji normalitas menunjukkan data variabel dependen tidak terdistribusi dengan normal dengan nilai *Shapiro-Wilk* pada variabel *social comparison* ($S=0,992$, $p=0,014$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data tidak memenuhi uji asumsi normalitas. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 10.

4.3.2 Uji Asumsi Linearitas

Peneliti melakukan uji asumsi linieritas untuk melihat hubungan linear antara variabel dependen dan independen dengan melihat apakah kedua variabel berada dalam satu titik garis diagonal melalui *Q-Q plot* (Goss-Sampson, 2022). Gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik data dari kedua variabel penelitian cenderung mengikuti garis lurus, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel *gratitude* dan *social comparison* memiliki hubungan yang linear dan uji asumsi telah terpenuhi. Untuk selengkapnya terkait terdapat pada lampiran 10.



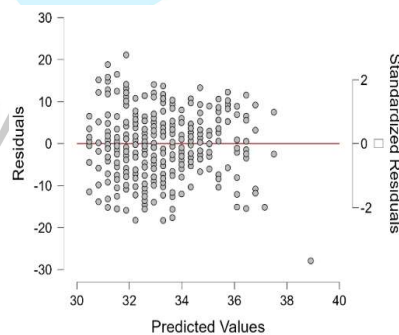
Gambar 4. 1 Hasil Uji Asumsi Linearitas

4.3.3 Uji Asumsi Independensi Error

Peneliti selanjutnya melakukan uji asumsi independensi error. Asumsi ini dilakukan menggunakan *Durbin-Watson test* untuk melihat skor yang diperoleh. Data dapat dinyatakan tidak memiliki error yang saling berhubungan apabila memperoleh skor antara 1 hingga 3 (Goss-Sampson, 2022). Hasil perhitungan *Durbin-Watson test* yang menunjukkan nilai sebesar 1,786 artinya skor *gratitude* dengan *social comparison* tidak saling berhubungan, maka penelitian ini telah memenuhi uji asumsi independensi error karena skor *Durbin-Watson* yang diperoleh di antara 1-3. Untuk selengkapnya terdapat pada lampiran 12.

4.3.4 Uji Asumsi Homoskedastisitas

Peneliti melakukan uji asumsi homoskedastisitas untuk membuktikan bahwa varians dari kedua data setara sehingga memiliki asumsi bahwa keberagaman dalam data di antara garis regresi bersifat sama dan terhindar dari heteroskedastisitas (Goss-Sampson, 2022). Analisis uji asumsi homoskedastisitas dilakukan dengan melihat *scatter plot* antara *predicted values* dan *errors*. Pelanggaran dari uji asumsi homoskedastisitas terjadi ketika *scatter plot* bersifat heteroskedastisitas, yaitu ketika titik pada *scatter plot* berbentuk seperti corong dan berbentuk kurva (Goss-Sampson, 2022). Gambar 4.3 menunjukkan bahwa letak titik data tidak menyebar disekitar garis regresi oleh karena itu uji asumsi homoskedastisitas tidak terpenuhi. Untuk selengkapnya terdapat pada lampiran 12.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Asumsi Homoskedastisitas

4.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan melalui uji regresi logistik akibat data dari variabel dependen pada penelitian ini tidak terdistribusi secara normal sehingga tidak memenuhi syarat untuk menjalankan uji regresi linear menurut Goss-Sampson (2022).

4.4.1 Uji Regresi Logistik

Hasil uji asumsi normalitas menunjukkan bahwa variabel *gratitude* dan *social comparison* tidak terdistribusi secara normal sehingga perlu dilakukan analisis statistik non-linear melalui uji regresi logistik. Uji regresi logistik merupakan metode statistika untuk melihat hubungan antara setiap variabel melalui skala dikotomi atau data kategorikal (Goss-Sampson, 2022). Data kategorikal bersifat nominal sehingga hanya terdapat dua kategori yaitu kategori tinggi dan rendah. Pengkategorian ditentukan berdasarkan nilai *mean* empirik. Nilai skor (>33) termasuk dalam *social comparison* tinggi sedangkan nilai skor (≤ 33) termasuk ke dalam *social comparison* rendah. Tabel 4.4 merupakan hasil uji regresi logistik.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Logistik Gratitude terhadap Social Comparison

	Odds-Ratio	X^2	df	p	Sensitivity	Nagelkerke R^2	Specificity
H1	0,899	19,547	369	<0,001	0,469	0,069	0,730

Hasil menunjukkan bahwa *gratitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap *social comparison*, $X^2(369) = 19,547$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,069$ dengan pengaruh sebesar 6,9% dan keakuratan sensitivitas memprediksi data sebesar 46,9%. Hasil pengujian regresi logistik melalui *performance metrics specificity* sebesar 0,730. Nilai spesifisitas (*specificity*) digunakan untuk memprediksi seberapa benar data yang diperoleh sehingga terhindar dari nilai yang bersifat *true* negatif (Goss-Sampson, 2022).

Odds-ratio yang diperoleh dalam hasil uji regresi logistik menjadi acuan peneliti dalam melihat pengaruh negatif atau positif antar variabel. Nilai *odds-ratio*

yang lebih besar dari 1 menunjukkan pengaruh positif sedangkan untuk nilai *odds-ratio* <1 menunjukkan pengaruh negatif (Goss-Sampson, 2022). Hasil menunjukkan *odds-ratio* pada penelitian ini sebesar 0,899 (dibawah 1). Menurut Goss-Sampson (2022), *odds-ratio* merupakan acuan dalam penambahan skor yang mendefinisikan besar ukuran suatu variabel. *Odds-ratio* sebesar 0,899 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 skor *gratitude* pada subjek akan memiliki kemungkinan sebesar 0,899 kali untuk memiliki *social comparison* yang rendah. Artinya semakin tinggi *gratitude* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram menyebabkan *social comparison* yang semakin rendah, sebaliknya semakin rendah *gratitude* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram menyebabkan *social comparison* yang semakin tinggi. Hasil selengkapnya pada lampiran 12.

4.5 Analisis Tambahan

Peneliti melakukan analisis tambahan untuk melihat perbedaan berdasarkan data pada subjek penelitian beserta konten penelitian yang banyak dilihat *emerging adulthood*.

4.5.1 Uji Beda *Social Comparison* berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram

Uji beda yang dilakukan peneliti bertujuan untuk melihat gambaran *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram berdasarkan durasi penggunaan Instagram. Peneliti melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pengujian normalitas pada variabel *social comparison*.

Tabel 4. 5 Tabel Data Uji Normalitas berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram

<i>Test of Normality (Shapiro-Wilk)</i>	<i>p</i>
30 menit dalam sehari	0,032
1-2 jam dalam sehari	0,200
3-6 jam dalam sehari	0,014
≥ 6 jam dalam sehari	0,669

Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji normalitas berdasarkan durasi penggunaan Instagram. Hasil menunjukkan durasi pengguna Instagram selama 30 menit dalam sehari ($p=0,032$) sedangkan durasi pengguna Instagram 3-6 jam dalam sehari ($p=0,014$) sehingga uji asumsi belum terdistribusi secara normal. Maka peneliti melakukan pengujian non parametrik yaitu uji *Kruskal-Wallis*.

Tabel 4. 6 Tabel Uji Beda berdasarkan Durasi Pengguna Instagram

Durasi Penggunaan Instagram	Mean	SD	Statistic	df	p
30 menit dalam sehari	30,930	8,967	5,548	3	<0,001
1-2 jam dalam sehari	32,568	7,190			
3-6 jam dalam sehari	34,346	7,124			
≥ 6 jam dalam sehari	30,930	8,475			

Tabel 4.6 merupakan hasil uji beda *Kruskal-Wallis* yang menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara *emerging adulthood* pengguna Instagram dengan durasi penggunaan. Data menunjukkan perbedaan terkait *social comparison* berdasarkan durasi penggunaan Instagram $H(3)=58,162$ $p<0,001$. Subjek penelitian dengan durasi pengguna Instagram ≥ 6 jam dalam sehari ($M=30,930$) lebih sering melakukan *social comparison* terkait kemampuan serta opini ketika menggunakan Instagram.