

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek yang terlibat ialah remaja perempuan serta laki laki yang memiliki usia 15-21 tahun dan pengguna aktif media sosial. Total subjek dalam penelitian sebanyak 453 subjek, tetapi hanya 382 subjek yang datanya bisa digunakan dalam penelitian karena 71 data lainnya melakukan *response bias*. Respons bias yang terjadi yaitu, terdapat subjek yang memberikan semua jawaban pada satu rentang skala yang sama. Pengambilan data dilakukan secara *online* dengan menyebarkannya melalui media sosial, seperti Instagram, X, WhatsApp, serta meminta bantuan teman. Selain itu, peneliti juga menyebarkan data dengan meminta langsung kepada beberapa remaja dengan mendatanginya secara langsung untuk mengisi kuesioner secara *online*. Penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google form* dilakukan mulai dari bulan Februari sampai Mei 2024.

Tabel 4. 1 Gambaran Umum Subjek Penelitian (N=382)

Variabel	Frekuensi	Presentase (%)
Usia (tahun)		
15-18 (Remaja Madya)	132	34,5
19-21 (Remaja Akhir)	250	65,5
Jenis Kelamin		
Perempuan	235	61,5
Laki-Laki	147	38,5
Pendidikan		
SMP	11	2,9
SMA/SMK	106	27,8
Kuliah (D3/S1)	259	67,8
Bekerja	6	1,6
Domisili		
Jabodetabek	275	72,0
Luar Jabodetabek	107	28,0

Jika melihat tabel 4.1 subjek pada penelitian ini didominasi oleh remaja perempuan sebanyak 235 (61,5%) dengan rentang usia paling banyak di tingkat remaja akhir 19-21 tahun yaitu sebanyak 250 remaja (65,5%). Kemudian, sebagian besar status pendidikan subjek berkuliah yaitu sebanyak 259 (67,8%). Jika dilihat dari

domisili, kebanyakan subjek berdomisili di wilayah Jabodetabek yaitu sebanyak 275 remaja (72%). Kemudian, pada tabel 4.2 berisi gambaran umum penggunaan media sosial pada subjek.

Tabel 4. 2 Gambaran Umum Penggunaan Media Sosial Subjek Penelitian

Variabel	Frekuensi	Presentase (%)
Media sosial yang paling sering digunakan		
Tiktok	110	28,8
Whatsapp	104	27,2
Instagram	99	25,9
Twitter/X	63	16,5
Youtube	5	1,3
Telegram	1	0,3
Durasi menggunakan media sosial		
1 - < 3 jam	104	27,2
≥ 3 - 6 jam	192	50,3
> 6 jam	86	22,5

Pada tabel 4.2 memperlihatkan bahwa media sosial yang terbanyak digunakan oleh remaja ialah Tiktok yaitu sebanyak 110 remaja (28,8%). Jika dilihat dari durasinya, sebanyak 192 remaja (49,7%) menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial selama banyak ≥ 3 - 6 jam dalam sehari.

4.2 Analisis Utama Penelitian

Pada bagian menjelaskan hasil dari gambaran kedua variabel yang diteliti dalam penelitian, yaitu *Cyber Aggression (CA)* dan *Emotional Intelligence (EI)*

4.2.1 Gambaran Variabel *Cyber Aggression (CA)*

Peneliti membagi partisipan pada masing-masing tipe dengan menggunakan metode *Z score*. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan nilai standar dari setiap tipenya. Tabel 4.3 gambaran CA ialah tabel gambaran CA pada setiap tipe.

Tabel 4. 3 Gambaran *Cyber Aggression* Pada Setiap Tipe

Tipe <i>Cyber Aggression</i>	Total
<i>Impulsive aversive aggression</i>	74 (19,4%)
<i>Controlled aversive aggression</i>	90 (23,6%)
<i>Controlled appetitive aggression</i>	126 (33%)
<i>Impulsive appetitive aggression</i>	92 (24%)
Total	382 (100%)

Jika melihat pada gambar 4.3 memperlihatkan bahwa pada penelitian ini remaja paling banyak memiliki CA dengan tipe CAP yaitu sebanyak 126 remaja (33%) dan

disusul dengan tipe IAP pada urutan kedua sebanyak 92 remaja (24%). Sementara itu, IAV menjadi tipe yang paling sedikit dimiliki remaja.

4.2.2 Gambaran Variabel *Emotional Intelligence* (EI)

Tabel 4.4 ialah statistik deskriptif variabel EI total dan pada masing-masing dimensi.

Tabel 4. 4 Gambaran Variabel EI

<i>Emotional Intelligence</i>	<i>Mean Teoritik</i>	<i>Mean Empirik</i>	<i>Min. Empirik</i>	<i>Maks. Empirik</i>	<i>SD</i>
Skor Total	104	119,3	66	182	19,9
Dimensi					
<i>Emotionality</i>	24	27,7	15	42	5,4
<i>Self Control</i>	16	17,4	7	28	3,3
<i>Sociability</i>	24	26,7	14	42	4,8
<i>Well Being</i>	24	29	11	42	5,4
<i>Auxiliary</i>	16	18,2	7	28	4,2

Setelah melakukan perhitungan analisis deskriptif pada variabel EI dapat diketahui bahwa nilai *mean* empirik (M=119,3) EI cenderung lebih besar daripada *mean* teoritik (M=104). Artinya, partisipan yang terlibat dalam penelitian rata-rata memiliki EI yang cenderung tinggi. Kemudian, pada dimensi *emotionality* nilai *mean* empirik (M=27,7) lebih besar daripada *mean* teoritik (M=24) yang menandakan partisipan memiliki hubungan baik dengan perasaan sendiri maupun orang lain. Nilai *mean* empirik (M=17,4) pada dimensi *self control* lebih besar daripada *mean* teoritik (M=16) yang menandakan partisipan mampu untuk mengendalikan tekanan serta stress eksternal. Pada dimensi *sociability* menghasilkan nilai *mean* empirik (M=26,7) lebih besar daripada *mean* teoritik (M=24) yang menandakan partisipan cenderung dapat dengan baik melakukan interaksi sosial, menjadi *listener* yang baik, dapat melakukan komunikasi secara jelas dan percaya diri. Nilai *mean* empirik (M=29) pada dimensi *well being* juga lebih besar daripada *mean* teoritik (M=24) yang menandakan partisipan cenderung mempunyai pandangan yang positif terhadap dirinya dan pencapaiannya selama hidupnya. Selanjutnya dua facet tambahan *auxiliary* menghasilkan nilai *mean* empirik (M=18,2) yang lebih besar daripada *mean* teoritik (M=16) yang menandakan partisipan mampu beradaptasi dan mempunyai kemampuan dalam memotivasi dirinya untuk melakukan sesuatu.

4.3 Uji Asumsi

Uji asumsi tidak dilakukan dalam penelitian karena berdasarkan alat ukur yang digunakan maka pengujian yang perlu dilakukan ialah regresi logistik sehingga tidak perlu melakukan uji asumsi terlebih dahulu.

4.4 Uji Hipotesis

Uji regresi logistik dilakukan sebagai teknik uji hipotesis dalam penelitian. Pengujian regresi logistik ialah metode yang digunakan untuk dapat melihat hubungan dari setiap variabel dengan skala dikotomi atau data yang kategorikal (Goss-Sampson, 2020). Tahap pertama yang dilakukan ialah mengategorikan variabel dependen berdasarkan kategori tinggi maupun rendah (Field, 2018). Oleh karena itu, peneliti mengategorikan berdasarkan dengan tipe *cyber aggression* pada setiap hipotesis. Pada hipotesis pertama, nilai 1 untuk CA tipe IAV dan nilai 0 untuk tipe CA lainnya. Hipotesis kedua, nilai 1 untuk CA tipe CAV dan nilai 0 untuk tipe CA lainnya. Hipotesis ketiga, nilai 1 untuk CA tipe IAV dan nilai 0 untuk tipe CA lainnya. Hipotesis keempat, nilai 1 untuk CA tipe IAP dan nilai 0 untuk tipe CA lainnya. Peneliti melakukan uji regresi logistik untuk dapat mengetahui pengaruh EI terhadap CA pada remaja dalam bermedia sosial.

4.4.1 Uji Hipotesis 1

Pada tabel 4.5 hasil uji regresi logistik menunjukkan EI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CA tipe IAV, $X^2(380)=59,654 p<0,001, R^2=0,194$ dengan adanya pengaruh sebesar 19,4%. Nilai tersebut termasuk ke dalam pengaruh yang sedang karena memiliki nilai R^2 di atas 9% mengacu pada batasan Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018). Artinya EI memiliki pengaruh yang sedang terhadap CA tipe IAV. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 65,5% serta nilai *specificity* sebesar 0,783.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Logistik EI terhadap CA tipe IAV

	Odds-ratio	X^2	df	p	Sensitivity	Nagelkerke R^2	Specificity
H ₁	0,955	59,654	380	<0,001	0,655	0,194	0,783

Nilai pada *odds ratio* merupakan prediktor yang digunakan untuk melihat pengaruh positif ataupun negatif yang ada pada suatu variabel. Jika nilai *odds ratio* >1 artinya hubungan yang terbentuk antar variabel ialah positif, sedangkan nilai <1 artinya hubungan yang negatif (Goss-Sampson, 2020). Jika dilihat pada tabel 4.5 menunjukkan skor *odds ratio* sebesar 0,955 yang artinya EI berpengaruh negatif secara signifikan terhadap CA tipe IAV. *Odds ratio* menjadi acuan yang digunakan ketika menambahkan skor yang menjelaskan besar ukuran variabel tertentu (Goss-Sampson, 2020). Nilai *odds ratio* sebesar 0,955 artinya setiap terjadi penambahan 1 skor EI pada subjek maka akan memungkinkan untuk menurunkan 0,955 CA tipe IAV. Hal ini menandakan semakin tinggi nilai EI remaja, nilai CA semakin menurun, berlaku sebaliknya.

4.4.2 Uji Hipotesis 2

Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji regresi logistik pengaruh EI terhadap CA pada tipe CAV.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Logistik EI terhadap CA tipe CAV

	<i>Odds-ratio</i>	X^2	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>Sensitivity</i>	<i>Nagelkerke R²</i>	<i>Specifity</i>
H ₁	0,961	48,482	380	<0,001	0,631	0,160	0,737

Pada tabel 4.6 menunjukkan EI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CA tipe CAV, $X^2 (380)=48,482$, $p<0,001$, $R^2=0,160$ dengan adanya pengaruh sebesar 16%. Nilai tersebut termasuk ke dalam pengaruh yang sedang karena memiliki nilai R^2 di atas 9% mengacu pada batasan Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018). Artinya EI memiliki pengaruh yang sedang terhadap CA tipe CAV. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 63,1% serta nilai *specifity* sebesar 0,737. Pada tabel 4.6 menunjukkan skor *odds ratio* sebesar 0,961 yang artinya EI berpengaruh negatif secara signifikan terhadap CA tipe CAV. Nilai *odds ratio* sebesar 0,961 artinya setiap terjadi penambahan 1 skor EI pada subjek maka akan memungkinkan untuk menurunkan 0,961 CA tipe CAV. Lampiran 14 memperlihatkan hasil uji regresi logistik.

4.4.3 Uji Hipotesis 3

Tabel 4.7 menunjukkan hasil uji regresi logistik pengaruh EI terhadap CA pada tipe CAP.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Logistik EI terhadap CA tipe CAP

	<i>Odds-ratio</i>	X^2	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>Sensitivity</i>	<i>Nagelkerke R²</i>	<i>Specifity</i>
H ₁	0,975	22,608	380	<0,001	0,580	0,077	0,701

Tabel 4.7 menunjukkan EI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CA tipe CAP, $X^2 (380)=22,608$, $p<0,001$, $R^2=0,077$ dengan adanya pengaruh sebesar 7,7%. Nilai tersebut termasuk ke dalam pengaruh yang kecil karena memiliki nilai R^2 di bawah 9% mengacu pada batasan Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018). Artinya EI memiliki pengaruh yang kecil terhadap CA tipe CAP. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 58% serta nilai *specifity* sebesar 0,701. Pada tabel 4.7 menunjukkan skor *odds ratio* sebesar 0,975 yang artinya EI berpengaruh negatif secara signifikan terhadap CA tipe CAP. Nilai *odds ratio* sebesar 0,975 artinya setiap terjadi penambahan 1 skor EI pada subjek maka akan memungkinkan untuk menurunkan 0,975 CA tipe CAP. Lampiran 14 memperlihatkan hasil uji regresi logistik.

4.4.4 Uji Hipotesis 4

Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji regresi logistik pengaruh EI terhadap CA pada tipe IAP.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Logistik EI terhadap CA tipe IAP

	<i>Odds-ratio</i>	X^2	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>Sensitivity</i>	<i>Nagelkerke R²</i>	<i>Specifity</i>
H ₁	0,965	39,031	380	<0,001	0,378	0,132	0,816

Tabel 4.8 menunjukkan EI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CA tipe IAP, $X^2 (380)=39,031$, $p<0,001$, $R^2=0,132$ dengan adanya pengaruh sebesar 13,2%. Nilai tersebut termasuk ke dalam pengaruh yang sedang karena memiliki nilai R^2 di atas 9% mengacu pada batasan Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018). Artinya EI memiliki pengaruh yang sedang terhadap CA tipe IAP. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 37,8% serta nilai *specifity* sebesar 0,816. Pada tabel 4.8 menunjukkan skor *odds ratio* sebesar

0,965 yang artinya EI berpengaruh negatif secara signifikan terhadap CA tipe IAP. Nilai *odds ratio* sebesar 0,965 artinya setiap terjadi penambahan 1 skor EI pada subjek maka akan memungkinkan untuk menurunkan 0,965 CA tipe IAP. Lampiran 14 memperlihatkan hasil uji regresi logistik. Sesuai dengan hasil perhitungan uji regresi logistik maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis *null* ditolak yang artinya EI memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap setiap tipe CA pada remaja dalam bermedia sosial. Semakin tinggi EI yang dimiliki remaja maka akan menyebabkan penurunan pada CA pada remaja.

4.5 Analisis Tambahan

4.5.1 Contingency Table EI Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan *contingency table* EI berdasarkan jenis kelamin dengan tujuan melihat tingkat EI sesuai dengan jenis kelaminnya. Tabel 4.9 menunjukkan hasil *contingency table* EI dengan jenis kelamin.

Tabel 4. 9 Contingency Table EI dengan Jenis Kelamin

Kategori Emotional Intelligence	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Rendah	2 (22,2%)	7 (77,8%)	9
Sedang	72 (32,4%)	150 (67,6%)	222
Tinggi	73 (48,3%)	78 (51,7%)	151
Total	147	235	382

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa berdasarkan dengan jenis kelaminnya, baik laki-laki (48,3%) maupun perempuan memiliki (51,7%) memiliki EI dengan kategori yang tinggi. Namun, dapat terlihat bahwa kebanyakan perempuan mereka memiliki EI dengan kategori yang sedang (67,6%).

4.5.2 Contingency Table tipe CA Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan *contingency table* masing-masing tipe CA berdasarkan jenis kelamin dengan tujuan melihat penyebaran data pada masing-masing tipe sesuai dengan jenis kelaminnya.

Tabel 4. 10 Contingency Table CA dengan Jenis Kelamin

Tipe CA	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
IAV	24 (32,4%)	50 (67,6%)	74
CAV	17 (18,9%)	73 (81,1%)	90
CAP	54 (42,9%)	72 (57,1%)	126
IAP	52 (56,5%)	40 (43,5%)	92
Total	147	235	382

Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa remaja perempuan lebih banyak memiliki CA tipe CAV (81,1%) dibandingkan yang lainnya. Artinya, mereka melakukan perilaku agresif tersebut untuk mendapatkan emosi negatif dan dilakukan secara terencana. Namun, jika dilihat berdasarkan tabel pada remaja perempuan tipe CAV dan CAP memiliki selisih yang sangat tipis. Sementara itu, laki-laki lebih mendominasi pada tipe CAP (42,9%).

