



**HUBUNGAN *ACTIVE SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*
DENGAN *SUBJECTIVE WELL BEING* REMAJA PENGGUNA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana**

MUHAMMAD
46118010072

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**



**HUBUNGAN *ACTIVE SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*
DENGAN *SUBJECTIVE WELL BEING* REMAJA PENGGUNA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
**MUHAMMAD
46118010072**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad

NIM : 46118010072

Program Studi : Psikologi

Judul Laporan Skripsi : Hubungan *Active Social Media Engagement* dengan *Subjective Well Being* Remaja Pengguna Media Sosial Instagram di Jakarta Barat

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 7 Juni 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad
NIM : 46118010072
Program Studi : S1 Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Hubungan *Active Social media Engagement* dengan *Subjective Well Being* Remaja Pengguna Media Sosial Instagram di Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Popi Avati, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0315028801
Ketua Penguji : Nurul Adiningtyas, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0308098203
Penguji : Agustini, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0308087008




UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 19 Mei 2023


Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi



(Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D)



(Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

PSI 07210588



Please Scan QR Code Verify

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Hubungan Antara *Active Social Media Engagement* dengan *Subjective Well Being* Remaja Pengguna Media Sosial Instagram di Jakarta Barat”. Tugas Akhir ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Fakultas Psikologi di Universitas Mercu Buana. Selama penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga yang selalu memberikan dukungan serta do'a yang tak pernah berhenti kepada penulis.
2. Ibu Popi Avati, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memotivasi, dan memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Dekan Fakultas Psikologi, Wakil Dekan Fakultas Psikologi, seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana atas dukungan dan kerjasamanya.
4. Seluruh teman-teman seperjuangan Psikologi 18 yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh responden penelitian dan panel expert yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi bagian dari proses penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Semua kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 8 April 2023

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad
NIM : 46118010072
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Hubungan *Active Social Media Engagement* dengan *Subjective Well Being* Remaja Pengguna Media Sosial Instagram di Jakarta Barat

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 7 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Peneliatian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 <i>Subjective Well Being</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Subjective Well Being</i>	9
2.1.2 Dimensi <i>Subjective Well Being</i>	10
2.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Subjective Well Being</i>	11
2.2 <i>Active Social Media Engagement</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Active Social Media Engagement</i>	12
2.2.2 Dimensi <i>Active Social Media Engagement</i>	12
2.2.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Active Social Media Engagement</i>	14
2.3 Penelitian Terdahulu.....	15
2.4 Kerangka Pemikiran.....	18
2.5 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Variabel Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.4 Definisi Operasional.....	22
3.4.1 <i>Active Social Media Engagement</i>	22
3.4.2 <i>Subjective Well Being</i>	23
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6 Instrumen Penelitian.....	23
3.6.1 <i>Active Social Media Engagement</i>	23
3.6.2 <i>Subjective Well Being</i>	25
3.7 Uji Alat Ukur.....	27
3.7.1 Uji Validitas.....	27
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.8 Metode Analisis Data.....	28

3.8.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2 Uji Normalitas.....	28
3.8.3 Uji Hipotesis.....	28
3.8.4 Uji Korelasi Antar Dimensi.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	30
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	31
4.1.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	31
4.1.1.4 Kategorisasi.....	32
4.1.2 Hasil Uji Instrumen.....	33
4.1.2.1 Uji Validitas.....	33
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	34
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	35
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	35
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	35
4.1.5 Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi.....	39
4.2 Pembahasan.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Teoritis.....	50
5.3.2 Saran Praktis.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Blue Print Skala <i>Active Social Media Engagement</i>	24
Tabel 3.2	Blue Print Skala <i>Subjective Well Being</i>	26
Tabel 4.1	Data Usia Responden.....	30
Tabel 4.2	Data Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	31
Tabel 4.4	Kategorisasi Skor <i>Active Social Media Engagement</i>	32
Tabel 4.5	Kategorisasi Skor <i>Subjective Well Being</i>	32
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Korelasi.....	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Korelasi Variabel <i>Active Social Media Engagement</i> dengan Dimensi <i>Subjective Well Being</i>	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Korelasi Dimensi <i>Active Social Media Engagement</i> dengan Variabel <i>Subjective Well Being</i>	38
Tabel 4.11	Hasil Uji Korelasi Dimensi <i>Active Social Media Engagement</i> dengan Dimensi <i>Subjective Well Being</i>	39



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

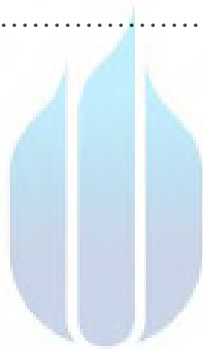
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir	20
------------	-------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner <i>Subjective Well Being</i>	58
Lampiran Kuesioner <i>Active Social Media Engagement</i>	64
Lampiran Hasil Uji Validitas <i>Active Social Media Engagement</i>	67
Lampiran Hasil Uji Validitas <i>Subjective Well Being</i>	68
Lampiran Hasil Uji Validitas <i>Subjective Well Being</i> Kedua.....	71
Lampiran Hasil Uji Reliabilitas <i>Active Social Media Engagement</i>	73
Lampiran Hasil Uji Reliabilitas <i>Subjective Well Being</i>	73
Lampiran Kategorisasi Skor <i>Active Social Media Engagement</i>	74
Lampiran Kategorisasi Skor <i>Subjective Well Being</i>	74
Lampiran Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	75
Lampiran Analisis Deskriptif Variabel.....	75
Lampiran Hasil Uji Korelasi <i>Active Social Media Engagement</i> dan <i>Subjective Well Being</i>	76
Lampiran Hasil Gpower.....	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA