

PENGARUH PENGGUNA *INSTAGRAM* TERHADAP KESEHATAN MENTAL *INSTAGRAMXIETY* PADA REMAJA DI KOTA SALATIGA

Ricadona Priyanti Lim¹, Daru Purnomo² dan Dewi Kartika Sari³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana
Jln. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711

Email: ¹362016040@student.uksw.edu, ²daru.purnomo@uksw.edu, ³dewi.sari@uksw.edu

ABSTRAK

Media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan di Indonesia, salah satunya adalah *instagtram*. *Instagram* merupakan media yang dapat meng-*upload* foto dan video melalui *instagram feed* dan *stories*. Pengguna *instagram* dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dengan memberikan *like* dan komentar di foto dan video. Akan tetapi, pesan yang didapatkan bisa berupa pesan positif atau negatif. Dari pesan tersebut dapat menimbulkan efek yang berpengaruh pada kesehatan mental. Efek yang mempengaruhi kesehatan mental pengguna *instagram* dinamakan *instagramxiety*. Kesehatan mental *instagramxiety* akan menimbulkan perasaan bersalah, cemas, takut dan membanding-bandingkan diri sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan 100 responden. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hipotesis tidak ada pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga. Akan tetapi, diperoleh determinasinya (R Square) 3,1% dapat dikatakan bahwa pengaruh pengguna *instagram* rendah atau kecil dampaknya terhadap kesehatan mental *instagramxiety*. Dapat dikatakan bahwa di Kota Salatiga dalam pengguna *instagram* tidak mempengaruhi kesehatan mental para penggunanya atau dapat dikatakan bahwa pengguna *instagram* yang tinggal di Kota Salatiga aman dari kesehatan mental. Hal ini dibuktikan dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *instagram* dengan kesehatan mental di Kota Salatiga yang memperoleh hasil yang rendah dari penelitian Pengaruh Penggunaan *Instagram Stories* terhadap Perilaku *Phubbing* pada Generasi Z di Kota Salatiga memperoleh 31,1% (Phang, 2020) dan penelitian Pengaruh Penggunaan Youtube dan *Instagram* terhadap FOMO pada Generasi Z Kota Salatiga memperoleh 19,48% (Asih, 2020).

Kata Kunci: *Instagram, Kesehatan Mental, Instagramxiety, Kota Salatiga*

ABSTRACT

Social media is the most used media in Indonesia; one of the examples is Instagram. Instagram is the media to upload photos and videos though Instagram feed and stories. Instagram users can interact with other users by giving like and

comment the photo and video. However, the message can be delivered in positive or negative forms. That message may raise an effect on mental health. The effect that impacts Instagram users' mental health is called instagramxiety. Instagramxiety may make people feel guilty, anxious, afraid, and tendency to make comparisons about themselves. This research aimed to investigate the influence of Instagram users on instagramxiety in adults in Salatiga. This research used linear regression analysis by using 100 participants. Based on the hypothesis, this research's result didn't affect Instagram users to instagtamxiety in adults in Salatiga. However, the determination value (R-square) was 3.1%, which means that there was a small impact of Instagram users on the 'instgramxiety' mental health. It can be said that mental health is not affected instgram users in Salatiga, or in the other hand they're safe from mental health. It has been proven through the previous studies related to instgram and mental health in Salatiga. Research entitled "Penggunaan Instagram Stories terhadap Perilaku Phubbing pada Generasi Z di Kota Salatiga" has found a lower result of instgram stories' effect on mental health, in which it only got 31.1% (Phang, 2020), also another reseach entitled "Penggunaan Youtube dan Instagram terhadap FOMO pada Generasi Z Kota Salatiga" got 19.48% (Asih, 2020).

Key Word: *Instagram, Mental Health, Instagramxiety, Salatiga City*

A. PENDAHULUAN

Dunia yang serba digital ini, membuat semuanya dimudahkan dengan adanya internet. Menurut hasil data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) penggunaan internet tertinggi di Indonesia berada pada Pulau Jawa untuk digunakan sebagai sarana komunikasi dan media sosial. APJII juga menyatakan pengguna terbanyak berada direntan usia 15-24 tahun dengan pengunaan setiap hari melalui *smartphone* (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Dari berita yang di terbitkan oleh Tribun, Indonesia merupakan negara peringkat ke empat sebagai pengguna media sosial terbanyak (Arifin, 2019). Hal ini dapat dikatakan bahwa sekarang ini banyak remaja yang sering menggunakan media sosial dari *smartphone*.

Media sosial merupakan media yang tertuju pada eksistensi kehidupan atau aktifitas masyarakat untuk dapat dilihat orang banyak secara *online* oleh

pengguna lain dalam ikatan sosial (Sunuantari, 2017). Media sosial juga dapat berdampak positif dan negatif dari postingan yang disebarakan. Dampak positifnya dapat mengungkapkan perasaan atau gagasan penggunanya, serta mendapatkan informasi-informasi baru (Kirnandita, 2017). Sedangkan dampak negatifnya mampu mengintegrasikan teknologi komunikasi, perubahan gaya hidup, perubahan regulasi, bahkan perubahan isu-isu sosial masyarakat, serta terbukaanya kekuatan dinamika baru dalam masyarakat (Zamroni, 2017). Media sosial memiliki berbagai macam *platform* salah satunya *instagram*. Di Indonesia *instagam* berada pada peringkat empat dari data *Hootsuite and We Are Social* yang paling banyak digunakan. Media sosial *instagram* merupakan media yang dapat meng-*upload* atau melihat foto dan video di *feed* atau *stories*, serta memberikan *like* atau komentar. Akan tetapi, *posting-an instagram* kerap menimbulkan

perdebatan melalui komentar seperti pada salah satu akun *instagram* milik Andreas Lukita (@andreaslukita_). Dalam salah satu *posting-an instagramnya* terdapat akun yang mengomentari foto yang di-*posting* Andreas dengan kata "Sebenarnya yang buat bagus itu hpnya ;)" yang membuat Andreas marah dan kesal (Lukita, 2020). Dapat dilihat dari komentar balasan Andreas dengan memberikan komentar melawan balik kepada orang tersebut dan Andreas juga membuat *instastory* yang membahas komentar itu dengan marah-marrah.

Dari hasil APJII juga mengatakan bahwa di media sosial terdapat komentar negatif dengan angka 49,0 persen pengguna menjawab pernah mendapatkan komentar negatif (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan pada ribuan remaja dengan rentan umur 14-24 tahun oleh RSPH (*Royal Society for Public Health*) dan YHM (*Young Health Movement*) di Inggris, *instagram* dinilai media sosial yang memiliki efek negatif paling banyak dan berpengaruh pada kesehatan mental meningkat 70% (*Royal Society for Public Health*, 2017). Hal ini menandakan bahwa media sosial *instagram* dari *posting-an* maupun komentar dapat berdampak pada kesehatan mental individu.

Kesehatan mental merupakan keadaan seseorang yang bebas dari gangguan mental, emosional dan memiliki kondisi yang berfungsi secara normal dalam menjalankan aktifitas hidup serta menyesuaikan diri terhadap permasalahan yang dihadapi (Putri et al., 2015). Dapat dikatakan bahwa kesehatan mental merupakan kondisi jiwa dalam keadaan damai, tenang dan menghargai apa yang dimiliki saat ini tanpa membandingkan dengan milik orang lain. Jika komentar yang ditimbulkan

mempengaruhi kesehatan mental pengguna *instagram* maka akan menimbulkan dampak atau efek komunikasi yaitu *instagramxiety*. *Instagramxiety* terjadi apabila sering melihat *posting-an instagram* orang lain (Widyanigrum, 2020). *Instagramxiety* terjadi apabila sering melihat *posting-an* dan membandingkan dengan diri sendiri.

Penelitian ini mengambil objek penelitiannya adalah remaja umur 15-24 tahun, karena umur 15-24 tahun tercatat sebagai angka paling tinggi penggunaan media sosial di Pulau Jawa menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Peneliti mengambil Kota Salatiga, karena pada data sebelumnya terjadi gangguan mental pada siswa sekolah dasar di Kota Salatiga sebanyak 20,4 persen pada tahun 2016 dari faktor hubungan antara tingkat Pendidikan orang tua, tingkat pendapatan keluarga, konsumsi sayur dan gangguan tidur (Prihatiningsih & Wijayanti, 2019). Kota Salatiga juga memiliki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dengan peringkat kedua tahun 2018 di Jawa Tengah dalam bidang kesehatan sebagai kota yang memiliki kualitas hidup yang tinggi (Dinas Kesehatan Provinsi Jateng, 2018), peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana kualitas hidup masyarakat Kota Salatiga dari segi kesehatan mental. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin melihat pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti remaja umur 15-24 tahun yang ada di Kota Salatiga. Tujuan dalam penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengguna Instagram

Pengguna *instagram* merupakan tempat untuk melihat foto-foto atau video yang di-*upload* oleh teman, idola, *influencer*, artis dan orang lain yang tidak kita kenal. Setelah melihat foto atau video, pengguna juga dapat memberikan komentar yang mereka rasakan ketika melihat postingan yang di-*upload*. Pengguna *instagram* menurut Jan H. Kietzmann, Kritopher Kermkens, Ian P. Mc Carthy and Bruno S. Silvestre (Tosepu, 2018), yaitu:

- a. *Identity* (identitas)
Identitas pengguna *instagram* seperti nama, usia dan jenis kelamin.
- b. *Conversations* (percakapan)
Interaksi antar pengguna *instagram*.
- c. *Sharing* (berbagi)
Saling berbagi konten yang di-*posting* ke *instagram* berupa foto atau video.
- d. *Presence* (keberadaan)
Saling mengetahui keberadaan antar pengguna melalui *posting-an* di *instagram*.

Kesehatan Mental dan *Instagramxiety*

Kesehatan mental merupakan keadaan seseorang yang bebas dari gangguan mental, emosional dan memiliki kondisi yang berfungsi secara normal dalam menjalankan aktifitas hidup serta menyesuaikan diri terhadap permasalahan yang dihadapi. Apa bila terdapat ancaman dan tidak bisa menghadapi akan menyebabkan gangguan mental. Menurut Bastaman kesehatan mental dapat dilihat dari bebas gangguan dan penyakit kejiwaan, mampu untuk menyesuaikan diri terhadap hubungan antarpribadi, mengembangkan potensi dan

bermanfaat bagi diri serta lingkungan dan juga beriman kepada Tuhan (Dawam, 2014).

Menurut Warga (1983) ada delapan tingkah laku seseorang secara umum mengenai kesehatan mental, yaitu Bertingkah laku seperti norma sosial yang berlaku atau sesuai, Dapat mengatur emosi diri, Dapat menerapkan kemampuan dalam diri, Dapat menjalankan aktivitas sosial pada umumnya, Mengetahui resiko pada setiap tindakan yang akan diperbuat, Dapat menahan kehendak guna mencapai tujuan jangka panjang, Mampu belajar dari pengalaman dan Biasanya gembira.

Instagramxiety merupakan salah satu bentuk gangguan dari kesehatan mental. Menurut Nasional Geographic, *instagramxiety* merupakan kondisi dimana individu mengalami kecapean, stress, cemburu, sedih dan benci diri sendiri setelah melihat *posting-an* *instagram* orang lain (Widyanigrum, 2020). *Instagramxiety* terjadi apabila sering melihat *posting-an* dan membandingkan dengan diri sendiri. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari perwakilan *Mental Health Foundation*, menurut Carl Strode "terlalu sering membandingkan diri sendiri dengan orang lain bisa meningkatkan kecemasan. Sebelumnya, kita hanya bisa melihat kehidupan beberapa orang. Namun dengan adanya *instagram* kita bisa mengetahui hidup ratusan pengguna" (Widyanigrum, 2020). Dapat dikatakan bahwa terlalu sering membandingkan dengan apa yang kita lihat di dalam *instagram* dapat membuat kecemasan secara tidak langsung.

Teori Ketergantungan Media

Dalam penelitian ini menggunakan teori ketergantungan menurut Melvin DeFleur dan Sandara Ball-Rokeach yang

menyatakan bahwa media memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi khalayak karena adanya ketergantungan pada isi media atau informasi media (Morissan, 2013). Dapat dikatakan bahwa kekuatan media massa mengakibatkan khalayak menjadi ketergantungan pada media.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dapat dilihat dari hubungan antara sebab akibat antar variabel. Oleh karena itu pendekatan ini, dapat mengetahui pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*. Jenis penelitian yang digunakan ekplanatoris karena ingin mengetahui dampak pengaruh pengguna *instagram* pada remaja di Kota Salatiga yang berdampak pada kesehatan mental *instagramxiety*.

Lokasi penelitian yang digunakan adalah Kota Salatiga, karena Kota Salatiga memiliki indeks Pembangunan Manusia (IPM) dalam kesehatan berada pada peringkat kedua tahun 2018 di Jawa Tengah (Dinas Kesehatan Provinsi Jateng, 2018). Salatiga sebagai kota yang memiliki kualitas hidup yang tinggi, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana kualitas hidup masyarakat Kota Salatiga melalui pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instageamxiety* pada remaja di Kota Salatiga.

Unit analisa dalam penelitian ini adalah pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*. Unit amatan penelitian ini adalah remaja usia 15-24 tahun yang tinggal di Kota Salatiga dan pengguna *instagram*.

Populasi dari penelitian ini adalah remaja usia 15-24 tahun yang tinggal di

Kota Salatiga dengan total keseluruhan remaja 35.752 jiwa di Kota Salatiga (Badan Pusat Statistika Kota Salatiga, 2018). Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan kriteria tertentu, kriterianya adalah reponden dengan usia 15-24 tahun, tinggal di Kota Salatiga dan menggunakan *instagram*. Sampel dari penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data, data primer yang didapatkan langsung menggunakan kuesioner pada pengguna *instagram* dan data sekunder didapatkan dari buku, jurnal, skripsi, berita *online*, APJII dan *web online* lainnya yang mendukung dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang akan dibagikan menggunakan *google form*. Kuesioner akan berbentuk pertanyaan dan pilihan ganda yang mengarah pada pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental.

Analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji validasi dan uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS. Analisis statistik deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden. Statistik inferensial akan digunakan uji regresi sederhana dengan persamaannya adalah $Y = a + B X$.

D. TEMUAN

Hasil temuan dalam penelitian mengenai pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga, berdasarkan dari profil responden, variabel pengguna *instagram* (X), variabel kesehatan mental *instagramxiety* (Y), dan hasil dari regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis	Kelamin	
	Jumlah	Persentase
Kelamin	Responden	(%)
Laki-Laki	36	36.00
Perempuan	64	64.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan jenis kelamin didapatkan bahwa reponden pengguna *instagram* dengan jenis kelamin perempuan lebih besar dari pada laki-laki. Persentase yang didapatkan jenis kelamin perempuan 64% sedangkan laki-laki 36%. Hasil ini sesuai dengan data dari *NapoleonCat* bahwa pengguna *instagram* di Indonesia lebih banyak berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki (*NapoleonCat*, 2020).

Tabel 2. Distribusi Berdasarkan Pemakaian Kuota dalam Seminggu

Kuota	Jumlah Reponden	Persentase (%)
≤ 1 GB	22	22.00
2 GB - 4 GB	57	57.00
≥ 5 GB	21	21.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan pemakaian *kuota* dalam seminggu didapatkan responden paling banyak menghabiskan *kuota* perminggunya untuk membuka *instagram*

adalah diantara 2 GB hingga 4 GB dengan persentase 57%. Jika ditotalkan dalam pemakaian perbulan maka *kuota* yang dihabiskan sekitar 8 GB hingga 16 GB. Hasil ini sesuai dengan data yang diterbitkan Kompas.com bahwa adanya peningkatan dalam mengkonsumsi data internet di Indonesia sejak 2017, hasil ini diungkapkan oleh Ericsson Mobility sebagai *heavy user internet mobile* yang mengatakan setiap individu menghabiskan lebih dari 5 GB perbulannya (Lingga, 2018).

Tabel 3. Distribusi Berdasarkan Biaya Pengeluaran Pembelian Kuota

Pengeluara n	Jumlah Responde n	Persentas e (%)
≤ Rp 20.000	49	49.00
Rp 25.000 - Rp 100.000	46	46.00
≥ Rp 150.000	5	5.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan biaya pengeluaran pembelian kuota didapatkan kurang dari Rp 20.000 dengan persentase sebanyak 49% dalam pengeluaran seminggu untuk membeli kuota. Jika dihitung seminggunya mengeluarkan Rp 20.000, maka kurang lebih biaya bulanan sekitar Rp 80.000.

Tabel 4. Distribusi Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
15	8	8.00
16	7	7.00
17	4	4.00
18	2	2.00
19	3	3.00
20	8	8.00
21	16	16.00
22	37	37.00
23	11	11.00
24	4	4.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan usia didapatkan bahwa responden dengan umur 15 tahun sebesar 8%, 16 tahun 7%, 17 tahun 4%, 18 tahun 2%, 19 tahun 3%, 20 tahun 8%, 21 tahun 16%, 22 tahun 37%, 23 tahun 11%, dan 24 tahun 4%. Responden dalam penelitian ini paling banyak berusia 22 tahun. Hal ini sesuai dengan data dari *NapoleonCat* bahwa pengguna *instagram* terbanyak di usia 18 tahun - 24 tahun dengan persentase 37% yang dimana usia 22 tahun termasuk ke dalamnya. Menurut RUU PDP yang diterbitkan oleh Tirto.id menetapkan bahwa usia untuk menggunakan media sosial mulai dari 17 tahun ke atas, agar anak yang dibawah umur tidak terpapar dampak negatif dari media sosial itu sendiri (Dewi, 2020). Oleh karena itu, usia 22 tahun termasuk dalam usia yang cukup untuk meminimalisir pengaruh negatif dari media sosial.

Tabel 5. Distribusi Berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mahasiswa	56	56.00
Pelajar	18	18.00
<i>Freelance</i>	6	6.00
Karyawan Swasta	5	5.00
<i>Online Shop</i>	1	1.00
Tidak Bekerja	8	8.00
Buruh	1	1.00
Lainnya	5	5.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan pekerjaan reponden terbanyak adalah mahasiswa dengan jumlah 56 responden (56%). Responden terbanyak kedua adalah pelajar (*NapoleonCat*, 2020). Hasil yang didapatkan oleh pelajar adalah 18 responden (18%). Diurutan ke tiga adalah tidak bekerja dengan jumlah 8 responden (8%), kemudian ada *freelance* dengan jumlah 6 responden (6%). Karyawan swasta dan lainnya dengan jumlah 5 responden (5%). Jumlah paling sedikit ada *online shop* dengan jumlah 1 responden (1%) dan buruh dengan jumlah 1 responden (1%). Dari hasil yang diperoleh dapat dikatakan bahwa pengguna *instagram* terbesar didominasi oleh mahasiswa dan pelajar. Menurut

berita yang diterbitkan oleh CNN, mahasiswa termasuk kelompok generasi milenial yang dapat menerima kuatnya era informasi dan digital (Sugiharto, 2016). Mahasiswa juga merupakan agen perubahan menggunakan *instagram* sebagai wadah untuk berkarya dan berinovasi (Mulhayat et al., 2018). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *instagram* didominasi oleh mahasiswa karena tergolong dalam kelompok usia yang dapat menerima sosial media dan dapat menggunakan sebagai karya dan inovasi.

Tabel 6. Distribusi Berdasarkan Frekuensi

Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 5 kali	28	28.00
6 kali - 10 kali	53	53.00
≥ 11 kali	19	19.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan berdasarkan frekuensi adalah responden membuka *instagram* dalam sehari ada sekitar 6 kali sampai 10 kali dengan persentase 53%. Dapat dikatakan bahwa pengguna *instagram* dalam sehari menggunakan *instagram* sebanyak 6 kali sampai 10 kali. Hal ini dapat dikatakan cukup tinggi karena jika dalam sehari membuka 10 kali dan menghabiskan waktu kurang lebih 20 menit seperti data yang didapatkan dalam

distribusi durasi, maka akan menghabiskan waktu 3 jam 20 menit dalam sehari untuk menggunakan *instagram*.

Tabel 7. Distribusi Berdasarkan Durasi

Durasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 10 menit	14	14.00
15 menit - 20 menit	47	47.00
≥ 30 menit	39	39.00
Total	100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian dari profil responden berdasarkan berdasarkan durasi adalah reponden menggunakan *instagram* rata-rata perhari 15 menit sampai 20 menit dengan persentase sebanyak 47%. Dapat dikatakan bahwa pengguna *instagram* dalam sehari menghabiskan waktu untuk menggunakan *instagram* sebanyak 15 menit sampai 20 menit. Hal ini menunjukkan pemakaian dalam menggunakan *instagram* cukup tinggi karena jika frekuensi yang lakukan untuk membuka *instagram* 10 kali seperti data yang didapatkan dari hasil distribusi frekuensi, dan dengan durasi 20 menit, maka bisa menghabiskan kurang lebih 3 jam 20 menit dalam sehari untuk menggunakan *instagram*.

Tabel 8. Indikator Berdasarkan Identity (Identitas)

Interv al	Katergo ri	Frekuen si	Persenta se (%)
4 - 7	Sangat Rendah	34	34.00
7 - 10	Rendah	14	14.00
10 - 13	Tinggi	50	50.00
13 - 16	Sangat Tinggi	2	2.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian pengguna *instagram* berdasarkan *identity* (identitas) terdapat 52 responden (52%) dalam pemakaian *instagram* untuk frekuensi, durasi, pengeluaran untuk membeli kuota dan kuota yang dihabiskan tergolong tinggi. Kategori tinggi disini dalam frekuensi 6 kali - 10 kali dan lebih dari 11 kali untuk membuka *instagram*. Durasi yang digunakan respoden dalam menggunakan *instagram* 15 menit - 20 menit dan lebih dari 30 menit. Pengeluaran untuk pembelian kuota Rp 25.000 - Rp 100.000 dan lebih dari Rp 150.000, serta kuota yang dihabiskan untuk membuka *instagram* 2 GB - 4 GB dan lebih dari 5 GB. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam tingkat pemakaian pengguna *instagram* tinggi.

Tabel 9. Indikator Berdasarkan Conversation (Percakapan)

Interv al	Kategori	Freku ensi	Persenta se (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	27	27.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	42	42.00
7,5 - 9,75	Setuju	26	26.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	5	5.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian pengguna *instagram* berdasarkan *conversation* (percakapan) terdapat 69 responden (69%) mengatakan tidak setuju dengan percakapan melalui media sosial yang sering digunakan adalah *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban yang didapatkan bahwa responden tidak hanya menggunakan *instagram* saja untuk melakukan interaksi dengan orang lain, tetapi menggunakan media sosial lain. Dalam indikator percakapan ini berkaitan dengan pengguna *instagram* yang melakukan interaksi di *instagram*.

Tabel 10. Indikator Berdasarkan Sharing (Berbagi)

Interval	Kategori	Frekuen si	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	17	17.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	40	40.00

7,5 - 9,75	Setuju	30	30.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	13	13.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian pengguna *instagram* berdasarkan *sharing* (berbagi) terdapat 57 responden (57%) mengatakan tidak setuju dengan berbagi konten dalam bentuk foto atau video di *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban yang didapatkan bahwa responden tidak saling berbagi konten atau mem-*posting* di *instagram*. Dalam indikator ini pengguna *instagram* saling berbagi konten ke *instagram* berupa foto atau video.

Tabel 11. Indikator Berdasarkan Presence (Keberadaan)

Interv al	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	4	4.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	20	20.00
7,5 - 9,75	Setuju	56	56.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	20	20.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian pengguna *instagram* berdasarkan *presence* (keberadaan) terdapat 76 responden (76%) mengatakan setuju dengan mengetahui

keberadaan pengguna lain melalui *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban yang didapatkan bahwa responden mengetahui keberadaan temannya dari *update-an instagram* yang di-*posting* dan mengetahui informasi terbaru, terkini dan viral melalui *posting-an instagram*. Dalam indikator ini pengguna *instagram* mengetahui keberadaan dunia dari *posting-an* yang muncul di *instagram* berupa, berita informasi terbaru hingga lagi hangat diperbincangkan dan mengetahui pengguna *instagram* lain sedang melakukan apa dan dimananya.

Tabel 12. Indikator Berdasarkan Tingkah Laku

Interv al	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	1	1.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	27	27.00
7,5 - 9,75	Setuju	47	47.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	25	25.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan bertingkah laku seperti norma sosial yang berlaku terdapat 72 responden (72%) mengatakan setuju dengan tingkah laku dalam menggunakan *instagram* seperlunya atau ketika dibutuhkan dan disaat yang penting. Hal ini terbukti dari

jawaban responden melalui kuesioner bahwa menggunakan *instagram* sesuai batas wajar, serta untuk hiburan dan masih memperhatikan sekitarnya ketika membuka *instagram*. Dalam indikator bertingkah laku seperti norma sosial yang berlaku ini berkaitan dengan seberapa ketergantungannya pengguna *instagram* pada saat menggunakan *instagram*.

Tabel 13. Indikator Berdasarkan Emosi Diri

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	1	1.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	9	9.00
7,5 - 9,75	Setuju	36	36.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	54	54.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan dapat mengatur emosi diri terdapat 90 responden (90%) mengatakan setuju dengan untuk dapat mengendalikan emosi ketika mendapatkan atau melihat *posting-an* yang menyindir atau tidak disukai pada saat menggunakan *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa tidak terdorong dan terpancing oleh *posting-an* yang menyindir atau komentar negatif, serta tidak suka ikut meramalkan masalah yang

sedang terjadi dari *posting-an instagram*. Dalam indikator dapat mengatur emosi diri ini berkaitan dengan emosi pengguna *instagram* pada saat melihat dan mendapatkan *posting-an* dan komentar negatif.

Tabel 14. Indikator Berdasarkan Kemampuan Diri

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 - 3,5	Sangat Tidak Setuju	8	8.00
3,5 - 5	Tidak Setuju	27	27.00
5 - 6,5	Setuju	36	36.00
6,5 - 8	Sangat Setuju	29	29.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan dapat menerapkan kemampuan dalam diri terdapat 65 responden (65%) mengatakan setuju untuk menampilkan *posting-an* di *instagram* dengan kemampuan atau keterampilan yang dimiliki. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa *instagram* sebagai wadah untuk mem-*posting* foto atau video bersama teman atau sendiri dan juga mem-*posting* hasil karya seperti foto pemandangan, karya fotografi, foto makanan, video dokumenter dan lain-lain. Dalam indikator dapat menerapkan kemampuan dalam

diri ini berakitan dengan pengguna *instagram* terhadap penggunaanya sebagai menyalurkan atau mencurahkan ekspresi atau bakat ke dalam bentuk foto atau video melalui *instagram*

Tabel 15. Indikator Berdasarkan Aktivitas Sosial

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 - 3,5	Sangat Tidak Setuju	2	2.00
3,5 - 5	Tidak Setuju	23	23.00
5 - 6,5	Setuju	28	28.00
6,5 - 8	Sangat Setuju	47	47.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan dapat menjalankan aktivitas sosial pada umumnya terdapat 75 responden (75%) mengatakan setuju dengan menjalankan aktivitas atau keseharian tanpa terpengaruh dan bergantung dengan *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa ketika sedang aktivitas seperti makan atau ngobrol dengan teman atau orang tua tidak asik sendiri untuk membuka dan bermain *instagram*. Dalam indikator dapat menjalankan aktivitas sosial pada umumnya ini berkaitan dengan pengguna *instagram* untuk melakukan segala kegiatan dalam kesehariannya tidak

terpengaruh dan tergantung menggunakan *instagram*.

Tabel 16. Indikator Berdasarkan Tindakan

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	3	3.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	27	27.00
7,5 - 9,75	Setuju	49	49.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	21	21.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan mengetahui resiko pada setiap tindakan yang akan diperbuat terdapat 70 responden (70%) mengatakan setuju pada saat berkomentar di-*posting-an* atau berkomentar di *instagram* memastikan kembali agar tindakan yang dilakukan tidak membuat orang yang melihat dan menerimanya menjadi tersinggung. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa setiap ingin mem-*posting* atau berkomentar di *instagram* akan dicek dan berfikir kembali, serta meminta pendapat orang lain agar *posting-an* dan komentar tersebut tidak membuat orang lain salah paham dan tersinggung ketika melihatnya. Dalam indikator mengetahui resiko pada setiap

tindakan yang akan diperbuat ini berkaitan dengan pengguna *instagram* untuk bertindak hati-hati ketika di *instagram*.

Tabel 17. Indikator Berdasarkan Menahan Kehendak

Interv al	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	6	6.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	19	19.00
7,5 - 9,75	Setuju	47	47.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	28	28.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan dapat menahan kehendak guna mencapai tujuan jangka panjang terdapat 75 responden (75%) mengatakan setuju dalam mengetahui batasan-batasan saat menggunakan *instagram* agar tidak mengalami kecanduan dan terpengaruh dengan media sosial *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa pada saat membuka *instagram* tidak berlebihan dan mengetahui batasnya, serta membuka pada waktu kosong atau tidak saat belajar dan bekerja. Dalam indikator dapat menahan kehendak guna mencapai tujuan jangka panjang ini berkaitan dengan tidak tergantung dan

terpengaruh dengan *instagram* yang setiap saatnya selalu membuka dan mengecek *instagram*.

Tabel 18. Indikator Berdasarkan Pengalaman

Interv al	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 - 3,5	Sangat Tidak Setuju	6	6.00
3,5 - 5	Tidak Setuju	25	25.00
5 - 6,5	Setuju	32	32.00
6,5 - 8	Sangat Setuju	37	37.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan mampu belajar dari pengalaman terdapat 69 responden mengatakan setuju bahwa belajar dari pengalaman dapat mengetahui baik buruknya ketika sedang menggunakan *instagram*. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner bahwa tidak mudah terpengaruh dan bersikap masa bodoh ketika ada komentar negatif muncul atau *posting-an* yang menyinggung dan cenderung bersikap masa bodoh. Dalam indikator mampu belajar dari pengalaman ini berkaitan dengan tidak terpengaruh dengan efek negatif dari *instagram*

Tabel 19. Indikator Berdasarkan Gembira

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
----------	----------	-----------	----------------

3 - 5,25	Sangat Tidak Setuju	1	1.00
5,25 - 7,5	Tidak Setuju	7	7.00
7,5 - 9,75	Setuju	41	41.00
9,75 - 12	Sangat Setuju	51	51.00
Total		100	100.00

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Hasil penelitian kesehatan mental *instagramxiety* berdasarkan biasanya gembira terdapat 92 responden (92%) mengatakan setuju bahwa biasanya gembira pada saat membuka *instagram* karena dapat melihat *posting*-an baru dari teman atau idola, serta dapat saling mengirim pesan dan berkomentar. Hal ini terbukti dari jawaban responden melalui kuesioner yang mengatakan bahwa merasa senang ketika membuka *instagram* untuk membalas komentar atau mendapatkan komentar dan *like*, atau sekedar melihat *posting*-an orang lain seperti teman atau idola. Dalam indikator biasanya gembira ini berkaitan dengan perasaan pengguna *instagram* pada saat membuka media sosial *instagram*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi sederhana didapatkan hasil data dari tabel summary sebagai berikut:

Tabel 20. Model Summary Analisa Regresi

Model Summary ^b				Std. Error
Model	R	Adjusted R Square	of the	Estimate
1	.176 ^a	.031	.021	5.366

a. Predictors: (Constant), Pengguna_Instagram

b. Dependent Variable: Kesehatan_Mental

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa adanya korelasi antar variabel Pengguna *Instagram* (X) dan variabel Kesehatan Mental *Instagramxiety* (Y) dengan nilai r hitung yang diperoleh sebesar 0,176. Nilai korelasi ini tergolong kuat (>0,1) dan mengarah korelasi positif. Artinya, semakin tinggi pengguna *instagram*, maka kesehatan mental *instagramxiety* akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya, semakin rendah pengguna *instagram*, maka kesehatan mental *instagramxiety* yang diterima akan semakin rendah.

Dari tabel Model Summary juga dapat diketahui koefisien determinasinya (R Square) sebesar 0,031 atau sebesar 3,1%. Nilai ini diperoleh dari (R² x 100%). Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* dipengaruhi 3,1% dan sisanya 96,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam melakukan uji hipotesis pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga, dapat dilihat dari tabel Anova. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₀: Tidak ada pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*

H₁: Adanya pengaruh penggunaan *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*

Tabel 21. Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.677	1	89.677	3.115	.081 ^a
	Residual	2821.323	98	28.789		
	Total	2911.000	99			

a. Predictors: (Constant), Pengguna_Instagram

b. Dependent Variable: Kesehatan_Mental

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui probabilitasnya 0,081 lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*.

Berikutnya perhitungan berdasarkan persamaan regresi dan tabel model persamaan regresi pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga:

Tabel 22. Model Persamaan Regresi

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	69.106	3.781		18.276	.000
	Pengguna_Instagram	-.195	.110	-.176	-1.765	.081

a. Dependent Variable: Kesehatan_Mental

Sumber: Analisis Data Primer, Tahun 2020

Persamaan regresi linier yang diperoleh berdasarkan diatas sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y_{\text{kesehatan mental } \textit{instagramxiety}} = 69.106 + (-0,195)_{\text{pengguna } \textit{instagram}}$$

- Konstanta sebesar 69.106, artinya menunjukkan bahwa jika ada variabel pengguna *instagram*, maka besar variabel pengguna *instagram* 69.106
- Koefisien regresi sebesar -0,195 pada variabel pengguna *instagram*, artinya setiap penambahan 1 nilai variabel pengguna *instagram*, maka akan menurun kesehatan mental *instagramxiety* sebesar -0,195.

Kemudian peneliti akan menampilkan uji signifikansi dengan uji t. dapat dilihat pada tabel model persamaan regresi diketahui bahwa nilai t hitung sebesar -1,765 dengan nilai signifikansi 0,081. Berdasarkan probabilitas menunjukkan

bahwa variabel pengguna *instagram* (X) secara tidak signifikan mempengaruhi kesehatan mental *instagramxiety* (Y) ($0,081 > 0,05$).

E. BAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini guna menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* pada remaja di Kota Salatiga. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden yang berusia 15 tahun - 24 tahun di Kota Salatiga. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori ketergantungan menurut Melvin DeFleur dan Sandara Ball-Rokeach yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi khalayak karena adanya ketergantungan pada isi media atau informasi media (Morissan, 2013). Untuk mengetahui apakah terdapat remaja di Kota Salatiga yang bergantung dengan *instagram* sebagai pengguna *instagram*, sehingga dapat menyebabkan kesehatan mental *instagramxiety*. Oleh karena itu, dilakukan analisa data pada variabel pengguna *instagram* (X) dengan variabel kesehatan mental *instagramxiety* (Y) dengan menggunakan Teknik regresi sederhana.

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel, variabel independen (X) yaitu pengguna *instagram* dan variabel dependen (Y) yaitu kesehatan mental *instagramxiety*. Pada variabel pengguna *instagram* (X) peneliti menggunakan 4 indikator, yaitu *identity* (identitas), *conversation* (percakapan), *sharing* (berbagi) dan *presence* (keberadaan). Pada indikator pertama *identity* (identitas) peneliti melakukan penelitian terhadap identitas reponden berdasarkan frekuensi, durasi, biaya pengeluaran pembelian kuota dan kuota yang dihabiskan dalam menggunakan *instagram*. Hasil yang didapatkan dari

frekuensi menggunakan *instagram* sebanyak 6 kali – 10 kali dan lebih dari 11 kali. Durasi menggunakan *instagram* 15 menit – 20 menit dan lebih dari 30 menit. Biaya pengeluaran untuk pembelian kuota Rp 25.000 – Rp 100.000 dan lebih dari Rp 150.000. kuota yang digunakan 2 GB – 4 GB dan lebih dari 5 GB. Hal ini menandakan bahwa pemakaian pengguna *instagram* tinggi.

Pada indikator kedua *conversation* (percakapan) sebanyak 69 responden (69%) mengatakan tidak setuju bahwa *conversation* (percakapan) mempengaruhi responden dalam menggunakan *instagram*. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya menggunakan *instagram* untuk berintraksi dengan orang lain, tetapi melakukan interaksi dengan media sosial lain juga.

Indikator ketiga *sharing* (berbagi) sebanyak 57 responden (57%) mengatakan tidak setuju bahwa *sharing* (berbagi) mempengaruhi responden dalam menggunakan *instagram*. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak saling berbagi konten atau mem-*posting* foto atau video di *instagram*.

Indikator keempat atau terakhir *presence* (keberadaan) sebanyak 76 responden (76%) mengatakan setuju bahwa *presence* (keberadaan) mempengaruhi responden dalam menggunakan *instagram*. Responden setuju bahwa dengan menggunakan *instagram* dapat mengetahui informasi yang tersebar di *instagram*. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui keberadaan temannya atau pengguna *instagram* lain dari *update-an instagram* yang di-*posting* dan mengetahui informasi terbaru, terkini dan viral melalui *posting-an instagram*.

Variabel kedua yaitu variabel kesehatan mental *instagramxiety* dengan 8 indikator yaitu bertingkah laku seperti

normal yang berlaku atau sesuai, dapat mengatur emosi, dapat menerapkan kemampuan dalam diri, dapat menjalankan aktivitas sosial pada umumnya, mengetahui resiko pada setiap tindakan yang akan diperbuat, dapat menahan kehendal guna mencapai tujuan jangka panjang, mampu belajar dari pengalaman dan biasanya gembira.

Indikator pertama bertingkah laku seperti norma sosial yang berlaku atau sesuai sebanyak 72 responden (72%) mengatakan setuju dengan dalam menggunakan *instagram* sewajarnya, sehingga responden menggunakan *instagram* pada saat yang penting dan butuh hiburan saja. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak menggunakan *instagram* secara berlebihan atau sesuai dengan batas wajar dan untuk sebatas untuk hiburan.

Indikator kedua dapat mengatur emosi sebanyak 90 responden (90%) mengatakan setuju dengan dapat mengendalikan emosi saat menggunakan *instagram*. Responden tidak memperdulikan pada *posting-an* negatif di *instagram*. Hasil ini menunjukkan bahwa responden bersifat pasif pada *posting-an* yang menyindir atau pada komentar negatif, serta tidak terdorong dan terpancing oleh *posting-an* di *instagram*.

Indikator ketiga dapat menerapkan kemampuan dalam diri sebanyak 65 responden (65%) mengatakan setuju dengan menyalurkan atau mengekspresikan kemampuan yang dimiliki dalam menggunakan *instagram*. Hasil ini menunjukkan bahwa responden suka mem-*posting* foto atau video melalui *instagram* seperti foto bersama teman, foto diri sendiri, foto pemandangan, desain, video dokumenter dan lain-lain.

Indikator keempat dapat menjalankan aktivitas sosial pada umumnya sebanyak 75 responden (75%) mengatakan setuju dengan berkativitas seperti biasa tanpa

terpengaruh *instagram*. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menjalankan aktivitasnya seperti biasa tanpa terganggu atau kecanduan *instagram*.

Indikator kelima mengetahui resiko pada setiap tindakan yang akan diperbuat sebanyak 70 responden (70%) mengatakan setuju berhati-hati dalam melakukan tindakan di *instagram*. Hasil ini menunjukkan bahwa responden sangat hati-hati sebelum mem-*posting* dan berkomentar di *instagram* dengan cara mengecek kembali komentar atau *posting-an* yang ingin di-*posting* dan meminta pendapat teman atau orang disekelilingnya sebelum *upload*.

Indikator keenam dapat menahan kehendak guna mencapai tujuan jangka panjang sebanyak 75 responden (75%) mengatakan setuju dengan tidak terpengaruh pada *instagram* dan dapat melakukan aktivitas seperti biasa. Hasil ini menunjukkan bahwa responden tidak kecanduan dalam menggunakan *instagram* dan membuka *instagram* pada waktu kosong, serta mengetahui Batasan pada saat menggunakan *instagram* karena jika kecanduan dan ketergantuan berlebihan akan berdampak pada kesehatan mentalnya.

Indikator ketujuh mampu belajar dari pengalaman sebanyak 69 responden (69%) mengatakan setuju dengan tidak terpengaruh efek negatif yang diberikan *instagram*. Responden mengetahui mana yang baik untuk dirinya, sehingga *posting-an* atau komentar negatif yang muncul di *instagram* akan diabaikan dan tidak membuat kepikiran.

Indikator kedelapan biasanya gembira sebanyak 92 responden (92%) mengatakan setuju dengan gembira saat membuka atau menggunakan *instagram*. Hasil ini menunjukkan bahwa responden tidak merasakan adanya acaman yang mengganggu ketika membuka atau

menggunakan *instagram*. Responden cenderung merasa senang ketika membuka *instagram* karena dapat melihat *posting-an instagram* serta berkomentar dan berbalas komentar dan *like* di *instagram*.

Menurut teori ketergantungan, media memiliki kekuatan ketergantungan khalayak karena adanya ketergantungan pada isi media atau informasi media. Dari hasil yang didapatkan bahwa tidak adanya ketergantungan yang menyebabkan gangguan pada kesehatan mental pengguna *instagram* dapat di lihat pada indikator X pengguna *instagram* terhadap indikator Y kesehatan mental *instagramxiety*. Tingkat ketergantungannya ada tapi tidak mempengaruhi pengguna pada kesehatan mental.

Berdasarkan uji hipotesis nilai r hitung yang diperoleh sebesar 0,176 dan nilai korelasi ($>0,1$) dan mengarah korelasi yang positif. Artinya, semakin tinggi pengguna *instagram* maka kesehatan mental *instagramxiety* akan semakin tinggi, begiti pula sebaliknya semakin rendah pengguna *instagram*, maka kesehatan mental *instagramxiety* yang diterima akan semakin rendah.

Berdasarkan tabel model summary, diperoleh koefisien determinasinya (R Square) sebesar 0,031 atau 3,1%. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety* dipengaruhi 3,1% dan sisanya 96,9% dipengaruhi faktor lain.

Salah satu faktornya berasal dari segi aspek sosial budaya dalam psikologi yang dapat mempengaruhi pengguna *instagram* dalam kesehatan mental adalah konsep diri (*self concept*) di media sosial. Menurut Felita, Pamela dkk dalam jurnal pemakaian media sosial dan *self concept* pada remaja bahwa sebagian besar remaja yang aktif menggunakan media sosial ingin terlihat baik, bagus dan ideal

dalam profil media sosial. Walaupun hal tersebut tidak sesuai dengan konsep diri yang sebenarnya. Hasil survei menyatakan 56,5% responden mengatakan bahwa media sosial menjadikan wadah untuk menampilkan image yang lebih baik (Felita et al., 2016).

Dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengenai pengguna *instagram* di Kota Salatiga menurut Lifa Monica Christian, Phang terkait Pengaruh Penggunaan *Instagram Stories* terhadap Perilaku *Phubbing* pada Generasi Z di Kota Salatiga menunjukkan bahwa perilaku pengguna *instagram stories* terhadap *phubbing* sebesar 31,1% (Phang, 2020) dan penelitian menurut Cindra Tiara Asih terkait Pengaruh Penggunaan Youtube dan *Instagram* terhadap FOMO pada Generasi Z Kota Salatiga menunjukkan bahwa pengguna *instagram* terhadap FOMO sebesar 19,48% (Asih, 2020). Dari kedua penelitian sebelumnya yang dilakukan di Kota Salatiga juga berkaitan dengan *instagram* dan kesehatan mental seperti yang dilakukan di penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan hasil yang rendah yaitu 3,1% dalam Pengaruh Pengguna *Instagram* terhadap Kesehatan Mental *Instagramxiety* pada Remaja di Kota Salatiga. Dapat dikatakan bahwa di Kota Salatiga dalam pengguna *instagram* tidak mempengaruhi kesehatan mental

para penggunanya atau dapat dikatakan bahwa pengguna *instagram* yang tinggal di Kota Salatiga aman dari kesehatan mental.

F. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini guna menjawab tujuan penelitian dapat dilihat berdasarkan uji regresi sederhana. Hasil yang diperoleh nilai koefisiensi determinasinya (R Square) sebesar 3,1% yang artinya dalam penelitian Pengaruh *Instagram* terhadap Kesehatan Mental *Instagramxiety* Remaja di Kota Salatiga sebesar 3,1% dan sisanya 96,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak peneliti teliti.

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis penelitian ini, dapat dilihat dari besarnya probabilitas dari tabel anova. Nilai probabilitas yang didapatkan sebesar 0,081 lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh pengguna *instagram* terhadap kesehatan mental *instagramxiety*.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan faktor lain guna melihat pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental atau menggunakan variabel lain dalam aspek media sosial seperti, *Twitter*, *TikTok*, *Facebook* dan lain-lain.

REFRENSI

- Arifin, C. (2019). Pengguna Sosial Media di Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. *Tribunnews*. <https://www.tribunnews.com/techno/2019/06/19/pengguna-sosial-media-di-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Asih, C. T. (2020). *Pengaruh Pengguna Youtube dan Instagram terhadap FOMO pada Generasi Z Kota Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/survei2018s/download/ictzQnBN6akoCyJOS5ZrPfh8lWwYXp>
- Badan Pusat Statistika Kota Salatiga. (2018). *Banyaknya Penduduk Kota Salatiga Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*. <https://salatigakota.bps.go.id/statictable/2018/01/04/202/banyaknya-penduduk-kota-salatiga-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2016.html>
- Dawam, M. (2014). *Pengaruh Lingkungan Tempat Tinggal dan Ketaatan Beribadah Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Dewi, D. (2020). Mengapa Usia Pengguna Medsos di RUU PDP dibatasi 17 tahun. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/mengapa-usia-penggunaan-medsos-di-ruu-pdp-dibatasi-17-tahun-f7lv>
- Dinas Kesehatan Provinsi Jateng. (2018). *Profil Kesehatan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018*. http://dinkesjatengprov.go.id/v2018/dokumen/profil_2018/mobile/index.html#p=23
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian Media Sosial dan Self Concept Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*.
- Kirandita, P. (2017). Baik-Buruk Efek Instagram bagi Kesehtan Mental. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/baik-buruk-efek-instagram-bagi-kesehatan-mental-csr7>
- Lingga, M. A. (2018). Komsumsi Data Internet di Indonesia Meningkat. *Kompas*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/20/170702426/konsumsi-data-internet-di-indonesia-meningkat>
- Lukita, A. (2020). *No Title*. Instagram. https://www.instagram.com/andreaslukita_
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Mulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. *UPT Perpustakaan UNM*.
- NapoleonCat. (2020). *Instagram users in Indonesia January 2020*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01>
- Phang, L. M. C. (2020). *Pengaruh Pengguna Instagram Stories terhadap Perilaku Phubbing pada Generasi Z Kota Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Prihatiningsih, E., & Wijayanti, Y. (2019). Gangguan Mental Emosional Siswa Sekolah Dasar. *Journal of Public Health Research and Development*.
- Putri, A. W., Wibhawa, B., & Gutama, A. S. (2015). Kesehatan Mental Masyarakat Indonesia (Pengetahuan dan Keterbukaan Masyarakat Terhadap Gangguan Kesehatan Mental).

Jurnal Prosiding KS: Riset & PKM, 147-300.

Royal Society for Public Health. (2017). *Instagram Ranked Worst for Young People's Mental Health*. <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>

Sugiharto, B. A. (2016). Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>

Sunuantari, M. (2017). Transformasi Sosial dalam Etika Komunikasi Bermedia. *Jurnal Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, 277-289.

Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)*. CV. Jakad Publishing.

Widyanigrum, G. L. (2020). Instagramxiety, Rasa Cemas Melihat Unggahan Orang Lain di Instagram. *National Geographic*. <https://nationalgeographic.grid.id/read/132222620/instagramxiety-rasa-cemas-melihat-unggahan-orang-lain-di-instagram?page=all>

Zamroni, M. (2017). Media Sosial dan Realitas Gaya Hidup Masyarakat Postmoderen. *Jurnal Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, 55-71.