

Pengaruh Konten Instagram *Emotion Releasing Process* Pada Akun @jiemiardian Terhadap Kesejahteraan Psikologis Pengikutnya

Putri Cyntya Awalia Romadhona¹, Sri Wahyuning Astuti²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, putricyntya@student.telkomuniversity.ac.id

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, sriwahyuning@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penyebaran informasi mengenai kesehatan mental dan regulasi emosi yang dilakukan yang disebarakan melalui media sosial Instagram memungkinkan informasi yang dibagikan menyebar dengan cepat dan luas serta menjangkau audiens yang jauh lebih besar. Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana penyajian konten agar dapat memengaruhi kesadaran individu terhadap kesejahteraan psikologis audiens sebagai konsumen konten tersebut. *Emotion Releasing Process* yang dikemukakan oleh @jiemiardian menjadi salah satu konten yang berguna dalam penyebaran mengenai regulasi emosi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten media sosial *Emotion Releasing Process* terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei dengan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan purposive sampling sebanyak 160 yang merupakan followers akun @jiemiardian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada analisis dimensi clear, concise, correct, concrete, coherent, complete dan courteous memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan psikologis pengikut akun Instagram @jiemiardian. Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis secara parsial (uji t) penelitian ini terdapat pengaruh konten media sosial terhadap kesejahteraan psikologis pengikut @jiemiardian di Instagram dengan nilai sebesar 16%. Sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika antara strategi komunikasi digital dan kesejahteraan psikologis.

Kata Kunci: Instagram, Kesejahteraan Psikologis, Konten Media Sosial.

I. PENDAHULUAN

Berbagai jenis emosi yang mampu dirasakan oleh individu yaitu emosi marah, kecewa, senang, dan sebagainya sebagian besarnya menilai emosi positif lebih berperan daripada emosi negatif. Menurut Ardian (2022), perasaan atau emosi negatif mempunyai peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Individu dapat merasakan banyak reaksi emosional sebagai contohnya, individu dapat merasakan kecewa karena keinginan yang tidak dapat tercapai, bahkan kecewa karena tidak dapat mengungkapkan perasaan yang dirasakan, seperti perasaan sedih saat kehilangan sesuatu yang berharga dan merasa marah karena masalah yang belum terselesaikan dan ditemukan solusinya. Pada film animasi *Inside Out* digambarkan bahwa kesedihan bisa membuat seseorang merasakan kebersamaan, mendapat dukungan, dan penguatan yang penting bagi perkembangan individu (Ardian, 2022). Perasaan negatif seperti kesedihan adalah tanda bahwa sebagai individu kita membutuhkan dukungan dan bantuan dari orang lain. Perbedaan pandangan mengenai perasaan negatif perlu dibenahi agar sebagai individu seseorang dapat menjadi pribadi yang dapat manajemen emosi dengan baik.

Penyebaran informasi mengenai kesehatan mental dan regulasi emosi yang dilakukan dr. Jiemi Ardian melalui konten *Emotion Releasing Process* yang disebarakan melalui media sosial Instagram memungkinkan informasi yang dibagikan menyebar dengan cepat dan luas serta menjangkau audiens yang jauh lebih besar dibandingkan media tradisional. Konten yang informatif dan menarik membuat informasi tentang kesehatan mental lebih mudah diakses oleh siapa saja yang memiliki koneksi internet. Fitur komentar, suka, dan pesan langsung memungkinkan interaksi langsung antara pembuat konten dan pengikutnya. Hal ini menciptakan ruang untuk diskusi, berbagai pengalaman dan memberikan dukungan. Algoritma media sosial juga memungkinkan konten yang relevan dengan minat pengguna untuk muncul di beranda mereka. Sehingga informasi tentang kesehatan mental lebih mudah ditemukan oleh mereka yang membutuhkan. Informasi mengenai kesehatan mental menjadikan media sosial Instagram menjadi platform bagi dr. Jiemi Ardian membangun *personal branding*nya sebagai *influencer* dalam ranah kesehatan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa studi sebelumnya terkait pengaruh media sosial terhadap kesejahteraan psikologis. Penelitian yang dilakukan (Cahya et al., 2023) terkait dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja yang ditinjau melalui pengaruh penggunaan media sosial pada kecemasan dan depresi remaja menyatakan bahwa adanya dampak negatif penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan

psikologis remaja yaitu berupa kecemasan dan depresi pada remaja yang dipengaruhi oleh faktor motif dan intensitas penggunaan media sosial. Peneliti akan meninjau pengaruh konten media sosial pada akun Instagram @jiemiardian berdasarkan tujuh dimensi dari *the seven c's theory* dari Solis (2011) yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete*, dan *corteous*. Berdasarkan indikator tersebut peneliti meninjau apakah hal tersebut memberikan pengaruh pada kesejahteraan psikologis pengikutnya berdasarkan enam dimensi dari Ryff & Keyes, (1995) yaitu *self-acceptance, positive relationship with others, autonomy, environmental mastery, purpose in life*, dan *personal growth*.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. *Uses and Effect*

Teori ini menjadi pengembangan dari teori *uses and gratifications*. Teori *uses and gratifications* menitikberatkan pada penggunaan media yang didorong oleh kebutuhan individu. Sementara itu, teori *uses and effect* melihat kebutuhan individu sebagai salah satu faktor di antara berbagai faktor lainnya yang mendorong penggunaan media. Fokus utama dari teori ini adalah pada pemenuhan fungsi tertentu yang berhubungan dengan ekspektasi yang ada (Daryanto dalam Syasdanta, 2022).

Teori *uses and effect* menjelaskan hasil dari proses komunikasi dengan memberikan wawasan tentang penggunaan, alasan, serta dampak atau efek dari suatu media. Dalam teori ini, penggunaan media tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan kebutuhan hanya menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan media tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang memanfaatkan media karena memiliki persepsi atau harapan tertentu terhadap media yang ingin digunakan. Persepsi inilah yang berperan dalam menentukan apakah individu memutuskan untuk menggunakan media tersebut atau tidak. Dengan demikian, teori ini menekankan peran aktif audiens dalam memanfaatkan media untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, teori *uses and effect* berfokus pada pemahaman mengenai hubungan dinamis antara pengguna media dan media yang digunakan, serta dampak yang muncul dari penggunaan media tersebut. Teori ini menyoroti peran aktif pengguna dalam memilih dan memanfaatkan media dalam pemenuhan dan pencapaian akan kebutuhan dan tujuan tertentu. Pada penelitian ini, hal serupa terlihat pada akun Instagram @jiemiardian, yang menyajikan informasi dan edukasi terkait *Emotion Releasing Process* (ERP). Konten yang disampaikan melalui akun ini memberikan wawasan dan pengetahuan kepada pengikutnya, yang pada akhirnya memungkinkan mereka merasakan dampak dari konten tersebut setelah menyimakinya.

B. *Konten Media Sosial*

Media sosial menjadi media komunikasi baru yang memanfaatkan internet sebagai platform untuk menghubungkan pengguna satu dengan pengguna lainnya. Nasrullah (2015) mengemukakan bahwa media sosial ialah kanal berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya dalam merepresentasi diri mereka dalam berinteraksi, berbagi, bekerja sama, dan melakukan komunikasi dengan individu lain guna membangun hubungan sosial secara imersif. Dalam hal ini, pengguna media sosial dapat menciptakan identitas mereka secara digital melalui cara berinteraksi dan bagaimana pengguna menampilkan diri mereka di media sosial. Penggunaannya bebas mengekspresikan diri, minat serta pandangan mereka melalui konten seperti foto, video, atau bahkan emoji. Media sosial memberikan fasilitas kepada penggunaannya untuk berinteraksi secara *real time*. Penggunaannya dapat bertukar pengalaman, pesan, komentar atau reaksi terhadap konten yang dibagikan. Pertukaran ini dapat dilakukan dengan siapa pun, di mana pun, dan kapan pun.

Media sosial pun menjadi sarana dalam penyampaian informasi secara perorangan maupun kelompok berdasarkan pengalamannya. Penggunaannya memudahkan dalam penyampaian informasi secara lebih cepat dan personal. Dalam menyampaikan informasi, daya tarik menjadi kunci keberhasilan dalam komunikasi. Daya tarik ini dapat diterapkan dalam pembuatan konten yang dibagikan. Daya tarik merujuk pada cara yang diaplikasikan untuk memancing perhatian dari Masyarakat sehingga membangun minat khalayak akan suatu jasa atau produk yang ditawarkan (Kartika dalam Veronika dan Aulia, Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial@ akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial, 2022). Ini berarti bahwa daya tarik bukan hanya sekadar membuat apa yang dibagikan terlihat menarik, tetapi juga harus mampu membangkitkan minat yang lebih dalam pada audiens. Sehingga dalam hal ini, tujuan utama interaksi dan komunikasi adalah menyampaikan pesan secara efektif. Oleh karena itu, pesan atau informasi yang dikemas harus diperhatikan agar tujuan tersebut tercapai.

Menurut Solis (2010) menjelaskan bahwa terdapat 7C atau disebut dengan *the seven c's theory* yang dapat diperhatikan dalam komunikasi sesuai dengan daya tarik yaitu:

1. *Clear*, menjelaskan tentang pesan yang diberikan harus jelas agar dapat disampaikan secara efektif.
2. *Concise*, memaparkan bahwa pesan yang diberikan dengan ringkas, menggunakan kata-kata yang sederhana dan diperlukan.
3. *Concrete*, menyebutkan bahwa informasi dengan pemilihan atau penggunaan kata-kata yang jelas dan

- konkret akan membuat pesan terlihat lebih akurat dan dipercaya, sehingga tidak memunculkan kebingungan.
4. *Correct*, menyebutkan bahwa isi pesan dalam informasi yang dibagikan akurat. Dilihat dari bagaimana kelihaihan dalam penggunaan ejaan tata bahasa, penempatan tanda baca, dan juga format
5. *Coherent*, merupakan pesan yang masuk akal dan mudah dipahami adalah pesan yang terhubung dan sesuai dengan tujuan atau target pesan yang ingin disampaikan.
6. *Complete*, menjelaskan bahwa informasi yang terkandung dalam pesan sebaiknya lengkap dan dapat dijelaskan agar tidak timbul pertanyaan baru.
7. *Corteous*, adalah penyampaian pesan harus disesuaikan dengan intelektual dan emosional audiens, sehingga pesan harus disampaikan dengan bijak.

Setiap video yang diunggah oleh @jiemiardian meliputi komponen di atas, seperti penggunaan tata bahasa yang mudah mengerti, ringkas, serta informasi yang mudah diterima.

C. Kesejahteraan Psikologis

Salah satu kunci untuk mengatasi masalah dalam menghadapi stres dan kecemasan dalam menjaga keseimbangan hidup adalah dengan memperhatikan kesejahteraan psikologis. Bukan hanya sekadar tidak mengalami masalah mental, tetapi juga tentang mencapai potensi diri secara maksimal. Namun, kesejahteraan psikologis adalah keadaan di mana seseorang merasa puas dengan hidupnya, memiliki tujuan hidup hingga memiliki kemampuan menjalin relasi yang baik dengan orang lain. Dalam konteks yang lebih luas, hal ini menegaskan bahwa pentingnya kesejahteraan psikologis menjadi salah satu pilar kualitas hidup.

Kesejahteraan psikologis adalah penerimaan sosial, di mana individu dapat dinilai secara positif oleh orang lain, berperan aktif dalam hubungan sosial, dan memiliki dorongan untuk membangun relasi baik dengan orang-orang di sekitarnya (Hurlock, 1972). Adapun pernyataan bahwa "*Psychological well-being comes from life-span developmental perspectives, which emphasize the differing challenges confronted at various phases of the life cycle*" (Ryff, 1996).

Berdasarkan pernyataan tersebut, didapat bahwa kesejahteraan psikologis bukanlah kondisi yang statis dan sama untuk semua orang di setiap tahap kehidupannya. Sebaliknya, kesejahteraan psikologis adalah sebuah proses dinamis dan bergantung pada konteks perkembangan individu. Kesejahteraan psikologis merupakan konsep yang dinamis dan kompleks yang dipengaruhi berbagai faktor seperti usia, pengalaman hidup hingga konteks sosial budaya.

Studi (Ryff, 1996) menyatakan terdapat enam dimensi dalam kesejahteraan psikologis yaitu:

1. Penerimaan diri (*self-acceptance*), dimensi ini mencakup kemampuan individu untuk menerima dirinya sendiri, termasuk karakteristik pribadinya. Individu merasa percaya diri, mampu, juga bersedia menjalani hidup berdasarkan karakter tersebut.
2. Hubungan positif dengan orang lain (*positive relation with others*), dimensi ini merujuk pada kemampuan individu untuk membangun interaksi sosial yang sehat dan saling menguntungkan. Hubungan ini melibatkan aspek saling memberi dan menerima dalam interaksi antarpribadi.
3. Kemandirian (*autonomy*), dimensi ini mengacu pada kemampuan individu untuk hidup mandiri, termasuk membuat keputusan sendiri dan bertanggung jawab atas pilihannya tanpa perlu terpengaruh oleh tekanan sosial.
4. Penguasaan lingkungan (*enviromtmental mastery*), dimensi ini merujuk pada kemampuan individu untuk mengelola dan mengontrol lingkungan di sekitarnya secara adaptif dan proaktif. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan serta mencapai tujuan hidup secara mandiri dan berorientasi pada hasil.
5. Tujuan hidup (*purpose in life*), dimensi ini menggambarkan pemahaman individu mengenai tujuan hidupnya. Dimensi ini mencakup keyakinan bahwa individu mampu mencapai tujuan hidupnya dan melihat makna dalam pengalaman hidupnya, baik di masa lalu maupun saat ini.
6. Pertumbuhan pribadi (*personal growth*), dimensi yang befokus pada proses terus-menerus dalam mengembangkan potensi diri. Individu yang tumbuh secara pribadi bersikap terbuka terhadap perubahan, berorientasi pada tujuan, reflektif, serta kreatif dalam menemukan solusi dan perspektif baru terhadap kehidupan.

Melalui konten video ERP (*Emotion Releasing Process*) yang diunggah oleh @jiemiardian diharapkan dapat berdampak positif pada kesejahteraan psikologis pengikutnya dalam setiap dimensi-dimensi kesejahteraan psikologis yang ada.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini sudah didasari atas uraian latar belakang, pernyataan penelitian dan landasan teori yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya untuk merancang penelitian. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif berasal dari metode penelitian yang berlandaskan paradigma positivisme. Pendekatan penelitian ini berfokus pada pengukuran dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis

yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam paradigma positivisme, realitas dipandang sebagai sesuatu yang objektif, terukur, dan dapat dijelaskan secara ilmiah. Pada penelitian ini terdapat variabel *independent* (bebas) yang merupakan variabel yang mampu memengaruhi variabel lainnya dan terdapat variabel *dependent* (terikat) yang merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi variabel bebas. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel bebas (X) konten media sosial dan variabel terikat (Y) kesejahteraan psikologis. Peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Sampel yang digunakan menggunakan teknik purposive random sampling dilengkapi dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu pengikut akun Instagram @jiemiardian, pernah berinteraksi dengan konten *emotion releasing process* pada akun Instagram @jiemiardian, dan tertarik atau pernah mengalami atau merasa relate terkait topik yang dibahas dalam konten *emotion releasing process*. Besar ukuran sampel ditentukan dengan formula Hair *et al* yaitu ukuran sampel optimal memiliki jumlah setidaknya lima kali lebih besar dari jumlah butir item. Dalam penelitian ini, terdapat 32 butir item pernyataan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $32 \times 5 = 160$ sampel. Setelah 160 responden terkumpul, peneliti melakukan pengolahan data dengan bantuan *software SPSS Statistic 17.0*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini peneliti akan menyajikan hasil dari penelitian pengaruh konten *emotion releasing process* pada akun @jiemiardian terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya.

A. Analisis Deskriptif Variabel X (Konten Media Sosial)

Konten media sosial pada variabel X menggunakan *the seven c's* dari Solis (2010) yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan courteous*. Poin-poin dimensi ini digunakan untuk mengemas sebuah pesan yang terkandung dalam konten agar menjadi konten yang tepat sasaran, jelas, mudah dipahami, pantas, dan memberikan pengaruh terhadap pembacanya. Ketujuh dimensi disajikan dalam bentuk item *favorable* dan *unfavorable*. Data hasil analisis deskriptif yang didapatkan setelah melalui proses pengolahan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Analisis Deskriptif Variabel X

Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	Persentase	Keterangan
<i>Clear</i>	1440	1600	90%	Sangat Tinggi
<i>Concise</i>	1385	1600	85,56%	Sangat Tinggi
<i>Concrete</i>	1335	1600	83,44%	Tinggi
<i>Correct</i>	1353	1600	84,56%	Sangat Tinggi
<i>Coherent</i>	587	800	73,34%	Tinggi
<i>Complete</i>	1386	1600	86,62%	Sangat Tinggi
<i>Courteous</i>	1341	1600	83,81%	Tinggi
Jumlah Skor Total			8827	
Jumlah Skor Ideal			10400	
Persentase			84,87%	Sangat Tinggi

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Merujuk pada tabel di atas, variabel X memiliki skor total sebesar 8827 dengan persentase senilai 84,87% yang masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten yang dibagikan @jiemiardian telah mudah dipahami, jelas, praktis, akurat, relevan, serta mampu dimengerti secara intelektual dan emosional. Kemudian dapat dilihat bahwa dimensi dengan nilai tertinggi yaitu *Clear* dengan persentase 90%. Dimensi *clear* meliputi pengemasan pesan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, dimensi *clear* disesuaikan dengan kejelasan pesan yang dikemas dalam konten @jiemiardian. Hal ini membuktikan bahwa *followers* @jiemiardian merasa jelas dan mudah memahami informasi yang diperoleh dari konten *emotion releasing process* milik @jiemiardian.

B. Analisis Deskriptif Variabel Y (Kesejahteraan Psikologis)

Kesejahteraan Psikologis pada variabel Y menggunakan adaptasi teori *psychological well-being* Ryff & Keyes (1995) yang memiliki enam dimensi yaitu *self-acceptance, positive relationship with others, autonomy, environmental mastery, purpose in life, dan personal growth*. Kesejahteraan psikologis merupakan keadaan di mana seseorang merasa puas dengan hidupnya, memiliki tujuan hidup hingga memiliki kemampuan menjalin relasi yang baik dengan orang lain. Dalam penelitian ini, konten *emotion releasing process* diharapkan dapat meningkatkan kualitas kesejahteraan psikologis *followers* @jiemiardian. Dimensi tersebut disajikan dalam bentuk item *favorable* dan *unfavorable*. Data hasil analisis deskriptif yang didapatkan setelah melalui proses pengolahan adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis Deskriptif Variabel Y

Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	Persentase	Keterangan
<i>Self-Acceptance</i>	2172	2400	90,5%	Sangat Tinggi
<i>Positive Relationship with Others</i>	1228	1600	76,75%	Tinggi
<i>Autonomy</i>	2009	2400	83,71%	Tinggi
<i>Environmental Mastery</i>	1938	2400	80,75%	Tinggi
<i>Purpose in Life</i>	1328	1600	83%	Tinggi
<i>Personal Growth</i>	1143	1600	71,44%	Tinggi
Jumlah Skor Total			9818	
Jumlah Skor Ideal			12000	
Persentase			81,82%	Tinggi

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Dilihat secara keseluruhan berdasarkan tabel di atas, variabel Y memiliki skor total 9818 dengan persentase sebesar 81,82% yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis yang dilakukan individu telah memenuhi kriteria seperti penerimaan diri, memiliki hubungan yang baik dengan orang lain, mampu untuk hidup mandiri, mampu menguasai lingkungannya, mampu mencapai tujuan hidup, serta mampu dalam mengembangkan diri. Kemudian dapat dilihat bahwa dimensi dengan nilai tertinggi yaitu *self-acceptance* dengan persentase 90,5%. Dimensi *self-acceptance* menyatakan bahwa individu mampu dalam menerima dirinya sendiri dan bersedia menjalani hidup berdasarkan karakter tersebut. Pada penelitian ini, dimensi *self-acceptance* berkaitan dengan kemampuan individu dalam menerima dirinya secara penuh. Hal ini membuktikan bahwa *followers @jiemiardian* memiliki *self-acceptance* yang tinggi dalam hidupnya.

C. Uji Realibilitas Variabel X dan Y

Pada uji reliabilitas, data dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* variabel memiliki nilai 0,6. Berikut merupakan hasil uji realibitas pada variabel Konten Media Sosial dan Kesejahteraan Psikologis (Y) pada penelitian. Pengujian dilakukan dengan SPSS, sehingga menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.806	13	.888	15

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Pada uji reliabilitas pada variabel Konten Media Sosial didapati nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,806 > 0,6$ dan pada variabel Kesejahteraan Psikologis didapati nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,888 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dinyatakan reliabel.

D. Uji Korelasi

Korelasi *pearson product moment* memiliki tujuan dalam mengetahui bagaimana hubungan variabel X dan variabel Y. Pengujian dilakukan dengan SPSS, sehingga menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Korelasi

Correlations		Konten Media Sosial	Kesejahteraan Psikologis
Konten Media Sosial	Pearson Correlation	1	.404**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Kesejahteraan Psikologis	Pearson Correlation	.404**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil uji kolerasi menggunakan SPSS nilai signifikasi pada variabel X dan variabel Y sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$) maka variabel X dan variabel Y berkorelasi dan memiliki hubungan. Sedangkan pada nilai korelasi variabel X dan variabel Y sebesar 0.404 dan bentuk hubungan dari kedua variabel bersifat positif. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi variabel X dan variabel Y sebesar 0.404 yang berkorelasi rendah dan memiliki hubungan yang positif.

E. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai *R square* yang ditemukan melalui SPSS sebagai berikut:

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.404 ^a	.163	.158	8.479

a. Predictors: (Constant), Konten Media Sosial

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,404. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,163. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (Konten Media Sosial) terhadap variabel terikat (Kesejahteraan Psikologis) sebesar 16% sedangkan sisanya sejumlah 84% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

F. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil apakah ada dampak yang signifikan antara variabel independen Konten Media Sosial Instagram pada akun @jiemiardian (X) terhadap variabel dependennya yaitu Kesejahteraan Psikologis pengikutnya (Y).

Tabel 5 Analisis Regresi Linaer Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	26.496	6.325		4.189
	Konten Media Sosial	.632	.114	.404	5.543

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sejumlah 26.496, kemudian nilai Konten Media Sosial (b / koefisien regresi) sejumlah 0.632. Sehingga dapat ditulis persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 26.496 + 0.632x$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diuraikan bahwa:

- nilai konsisten pada variabel Konten Media Sosial adalah 26.496, yang memiliki arti bahwa setiap ada peningkatan pada Konten Media Sosial sebesar 1 satuan maka terjadi kenaikan pada peningkatan Kesejahteraan Psikologis sebesar 0.632 satuan.

- b. Koefisien regresi bernilai positif dengan nilai 0.632 sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.
- c. Nilai signifikansi (X) sebesar 0,000 yang berarti $< 0,5$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

G. Uji Parsial (*T-Test*)

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (*t-test*) untuk menguji adanya pengaruh secara parsial dari variabel X terhadap variabel Y. Berikut hasil perhitungannya melalui SPSS:

Tabel 6 Uji Parsial (*T-Test*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	26.496	6.325		4.189
	Konten Media Sosial	.632	.114	.404	5.543

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Dasar pengambilan keputusan pada uji-t adalah sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau tidak ada pengaruh
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau berpengaruh

Hasil tabel uji parsial menampilkan nilai t_{hitung} sebesar 5.543. Kemudian berdasarkan analisis t_{tabel} bernilai 1.975, maka dasar keputusan yang dapat diuraikan yaitu:

1. t_{hitung} pada penelitian ini berjumlah 5.543 yang memiliki nilai lebih besar dari t_{tabel} senilai 1.975 ($5.543 > 1.975$). Hal tersebut menyatakan kebenaran H_1 yang berarti terdapat pengaruh pada konten media sosial *emotion releasing process* pada akun @jiemiardian (X) terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya (Y).
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari konten media sosial *emotion releasing process* pada akun @jiemiardian terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti pada “Pengaruh Konten Instagram *Emotion Releasing Process* Pada Akun @jiemiardian Terhadap Kesejahteraan Psikologis Pengikutnya”, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Konten *Emotion Releasing Process* yang diunggah oleh @jiemiardian dapat memberikan pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya di Instagram. Hal tersebut dilihat dari hasil analisis regresi linear sederhana yang terbukti bahwa variabel X memberikan pengaruh positif terhadap variabel Y, dan persentase analisis deskriptif pada variabel X sebesar 84,87% dan variabel Y sebesar 81,82%. Berdasarkan hasil tersebut peneliti dapat menyatakan bahwa tujuan dari penelitian ini sudah tercapai yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh konten media sosial Instagram “Emotion Releasing Process” pada akun @jiemiardian terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya.
2. Hasil koefisien determinasi (R) yang menyatakan besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, yaitu sebesar 16%. Nilai tersebut menunjukkan konten media sosial Instagram “Emotion Releasing Process” pada akun @jiemiardian memiliki pengaruh sebesar 16% terhadap kesejahteraan psikologis pengikutnya di Instagram, dan nilai 84% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Ardian, J. (2022). *Merawat Luka Batin*. Gramedia Pustaka Utama.
- Cahya, M. N., Ningsih, W., & Lestari, A. (2023). Dampak Media Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja: Tinjauan Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Kecemasan dan Depresi Remaja. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(8), 704–706. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i8.917>
- Hurlock, E. B. (1972). *Child Development: Fifth Edition*. USA: McGraw-Hill Book Company.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika* (N. S. Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Ryff, C. S. (1996). Psychological well-being: Meaning, measurement, and implications for psychotherapy research. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 14-23.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The Structure of Psychological Well-Being Revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719–727.
- Solis, B. (2010). *Engage!: The Complete Guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. Wiley.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syasdanta, S. E. (2022). *Pengaruh Akun Instagra, @gedeanandaputra Terhadap Minat Belajar Editing Video (Survei Explanatif Pada Followers Akun Instagram @gedeanandaputra)*. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/24986>
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial. KONEKSI.