

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia mengalami beberapa fase pertumbuhan dalam kehidupannya, yaitu dimulai sejak masa bayi, selanjutnya masa kanak-kanak, lalu tumbuh dan berkembang menuju masa pubertas atau masa remaja sehingga kemudian tumbuh dan berkembang lagi menjadi manusia dewasa. Masa kanak-kanak sebagai masa sebelum remaja merupakan suatu masa di mana masih kurang terlihat adanya nilai-nilai moral dan etika. Sebaliknya, pada masa remaja seseorang harus mengalami suatu perubahan yang menyeluruh. Pada masa ini terlihat pula adanya keadaan labil dan keguncangan emosionalitas. Demikian juga kepekaan terhadap pengaruh lingkungan yang terlepas dari pandangan fisiologisnya.¹

Dalam menjalani fase pertumbuhan dan perkembangannya setiap remaja akan senantiasa melakukan komunikasi dengan manusia lain dengan menggunakan berbagai media sebagai bagian dari produk teknologi. Seiring dengan perkembangan teknologi internet, fungsi dan pemanfaatannya terus mengalami perkembangan. Perkembangan terakhir yang cukup ramai dibicarakan, bahkan sangat fenomenal adalah dengan hadirnya situs-situs

¹ Yulia Singgih D. Gunarsa dan Singgih D. Gunarsa, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: Penerbit Libri, 2017), cetakan kedua, h 10.

jejaring sosial.² Teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang pesat di masa kini membuat kita dapat memperoleh teman melalui berbagai media sosial.

Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat pesat dan cepat dalam perkembangannya, selain itu media sosial saat ini bisa dikatakan telah menjadi ujung tombak komunikasi khususnya bagi para remaja.³ Remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 menjadi salah satu contoh dari maraknya penggunaan media sosial di kalangan remaja. Beberapa aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan antara lain adalah Twitter, Facebook, dan Instagram.

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang paling marak digunakan oleh remaja pada zaman sekarang, karena penggunaannya yang mudah dan fiturnya yang lengkap. Kita dapat memposting, mengedit foto dan video dengan berbagai macam filter sehingga membuat Instagram sebagai tempat yang tepat untuk mengekspresikan diri para remaja. Selain itu, para pengguna Instagram dapat mengiklankan produk, berbelanja online, sampai menjadi seleb di media sosial dengan jutaan *like* dan *followers*.

Ramai pengguna Instagram saat ini membuat berbagai *challenge* yang dalam sekejap dapat menjadi viral dan

²Hosea Er Nando, *Membongkar Misteri: Internet*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009), h. 1.

³“Pengaruh Media Sosial Bagi Siswa/Siswi SMAN 16 Tahun 2017” www.academia.edu, diakses pada 6 Okt. 2018, pukul 13.00 WIB.

menjamur di media sosial. Lebih dari sekedar berkomunikasi, media sosial menjadi pemicu munculnya tren baru yang menyita perhatian banyak orang dari segala kalangan terutama remaja. Salah satunya adalah tren *challenge* yang menjadi keharusan untuk dilakukan setiap orang agar disebut kekinian.

Fenomena yang terjadi pada kalangan remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 adalah mengikuti tren yang sedang viral di media sosial. Berawal dari melihat postingan salah satu teman atau beberapa *influencer* remaja yang mereka anggap keren di Instagram. Para remaja yang mulai terpengaruh untuk mengikuti tren ini akan melakukan berbagai cara sehingga video tantangan yang akan ia posting mendapat banyak perhatian netizen, mulai dengan berusaha berpakaian keren, memilih tempat yang bagus, mencari teman untuk membantunya melakukan tantangan, hingga akhirnya mengedit videonya agar terlihat keren dan memikirkan *caption* yang bagus. Semua hal itu dilakukan semata-mata untuk mendapat perhatian dan menghibur netizen. Dengan banyaknya perhatian yang mereka dapat di media sosial, adrenalin akan naik dan menimbulkan rasa senang juga sangat gagah ketika sudah berhasil menaklukkan suatu *challenge* dan menghibur banyak orang.

Namun sayangnya beberapa dari tantangan-tantangan yang viral belakangan ini memiliki dampak negatif yang

membahayakan orang yang melakukannya ketimbang memberikan dampak positif. Beberapa *challenge* dapat membahayakan fisik hingga psikologis pelakunya. Sudah banyak berita mengenai kecelakaan hingga kematian remaja setelah berusaha mengikuti *challenge* di media sosial. Beberapa *challenge* yang mengharuskan untuk beraksi di jalan raya akan membahayakan pelakunya secara fisik, di sisi lain, beberapa *challenge* akan mengharuskan pelakunya untuk melakukan hal-hal yang sulit sehingga jika gagal memenuhinya akan menimbulkan stres hingga akhirnya ada yang memilih untuk bunuh diri.

Dampak psikologis yang juga dapat diamati dari remaja yang mengikuti *challenge* adalah saat mereka berhasil menaklukan satu *challenge* dan mendapat banyak pujian dan perhatian netizen, ia akan terus-terusan berusaha untuk melakukan tantangan-tantangan lainnya di media sosial (semacam kecanduan). Sebaliknya, jika video tantangannya kurang memuaskan dan komentar negatif yang didapat atau bahkan tidak mendapat perhatian sama sekali, seorang remaja yang labil akan kehilangan kepercayaan dirinya, mengalami gangguan kecemasan, hingga dapat menimbulkan depresi.

Dengan fenomena di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh *Challenge* Viral di Media Sosial terhadap Kondisi Psikologis Remaja di Lingkungan

Delingseng, RT 01 RW 01, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai pengaruh *challenge* viral di media sosial Instagram terhadap kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng, agar pembahasan tidak terlalu meluas dan untuk mempermudah memahami skripsi ini, maka penulis hanya membahas bagaimana *challenge* viral di media sosial, kondisi psikologis remaja dan pengaruh *challenge* viral di media sosial Instagram terhadap kondisi psikologis remaja yang berfokus pada teori humanistik, hirarki kebutuhan, Abraham Maslow. Dengan bertempat di Lingkungan Delingseng, RT 01 RW 01, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon. Yang bertujuan agar pembahasan tidak keluar dari pokok permasalahan.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01?
2. Seberapa besar ketertarikan remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 terhadap tren *challenge* viral di media sosial?

3. Adakah pengaruh dari *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja?

D. Tujuan Penelitian

Beberapa *challenge* viral yang dilakukan oleh para remaja di media sosial memiliki makna dan pesan yang positif, namun tak sedikit dari tantangan-tantangan itu yang merugikan remaja dan berpengaruh pada kondisi psikologisnya khususnya perilaku mereka. Maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01.
2. Untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 terhadap tren *challenge* viral di media sosial.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

E. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi orang tua khususnya yang memiliki anak usia remaja dapat lebih waspada dan tetap mengawasi anak mereka agar tidak mengikuti hal-hal yang kurang

bermanfaat dan merugikan hanya demi mengikuti tren di media sosial.

2. Bagi remaja yang senang mengikuti tren dan aktif di media sosial agar dapat mengetahui dan membedakan tren apa saja yang bermanfaat dan layak untuk ditiru dengan tren yang membahayakan dirinya sendiri.
3. Bagi peneliti bermanfaat sebagai sumber informasi (referensi) yang dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu dan penelitian lanjutan tentang kondisi psikologis remaja.

F. Tinjauan Pustaka

Literatur yang membahas mengenai media sosial dan psikologi remaja dibahas oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya:

Penelitian skripsi tentang “Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Seksual Remaja” penelitian ini disusun oleh Francisca Vina Oktavia. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, tahun 2017. Yang menjelaskan tentang penggunaan media sosial dan perilaku seksual pada remaja. Subjek penelitian pun berfokus pada siswa-siswi di SMA “X” di Kota Semarang.

Penelitian skripsi tentang “Dampak Media Sosial Facebook Pada Kehidupan Remaja Di Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa” penelitian ini disusun oleh Andi Restulangi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,

tahun 2015. Fokus dalam penelitian ini ialah mengenai dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial khususnya Facebook pada kehidupan remaja dan upaya pemerintah untuk meminimalisir dari dampak tersebut. Subjek dari penelitian ini adalah remaja di Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa.

Penelitian skripsi tentang “Penggunaan Media Sosial Facebook Dan Twitter Di Kalangan Mahasiswa” penelitian ini disusun oleh Sri Handayani. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, tahun 2016. Fokus dalam penelitian ini ialah mengenai alasan, peranan dan dampak dari penggunaan media sosial Facebook dan Twitter yang digunakan oleh mahasiswa. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membaginya dalam lima bab. Tiap babnya mempunyai pembahasan dan penekanan mengenai topik tertentu sebagai berikut:

Bab **Pertama**, pendahuluan. Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab **Kedua**, kajian teoritis yang berisi; paparan teori dengan menguraikan penjelasan mengenai macam variabel

dan penjelasan tentang mengapa dan bagaimana teori-teori yang ada itu dimanfaatkan dalam kegiatan penelitian yang dilakukan, penjelasan mengenai keterkaitan antara *challenge* viral di media sosial dengan kondisi psikologis remaja, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji kebenarannya.

Bab **Ketiga**, metode penelitian yang menguraikan secara rinci mengenai; waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab **Keempat**, pembahasan hasil penelitian yang berisi; uraian mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, dan analisis temuan-temuan hasil penelitian sesuai dengan etika ilmiah.

Bab **Kelima**, penutup yang berisi; kesimpulan dan saran.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Media Sosial

1. Definisi Media

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi cetak, sementara radio yang merupakan audio dan televisi sebagai audio-visual merupakan representasi dari media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media *online* atau di dalam jaringan.⁴

2. Definisi Sosial

Tidaklah mudah memahami sosial dalam kaitannya dengan media sosial. Untuk mengantisipasi hal tersebut, terlebih dahulu penulis memaparkan kata sosial

⁴Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 3.

berdasarkan pendapat sosiolog, seperti Emile Durkheim, Max Weber, Ferdinand Tonnies, maupun Karl Marx.

Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.

Menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relations*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual. Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna di antara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.

Menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata “komunitas” (*community*). Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain. Komunitas baru bisa terjadi jika kebersamaan yang ada di antara anggota

komunitas itu memiliki kesepakatan akan nilai-nilai dan yang lebih penting adalah keinginan untuk bersama.

Sementara menurut Marx, makna sosial itu merujuk pada saling bekerja sama (*co-operative work*). Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apa pun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi di mana setiap mesin saling bekerja dan memberikan kontribusi terhadap produk. Dalam kajian Marx ini, ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama atau saling mengisis di antara individu dalam rangka membentuk kualitas baru dari masyarakat.⁵

3. Definisi Media Sosial

Beberapa definisi media sosial dari berbagai literatur penelitian:

- a. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
- b. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*),

⁵Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 7-8.

bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

- c. Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- d. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- e. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk

berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai penjelasan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.⁶ Pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia.⁷

4. Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada *file* atau berkas apa saja yang disebar (sharing) di antara pengguna. Dari berbagai sumber tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

⁶"Apa Itu Sosial Media" <http://www.unpas.ac.id/>, diakses pada 13 Okt. 2018, pukul 13.00 WIB.

⁷Sri Handayani, "Penggunaan Media...", h. 23.

a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Social Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Kehadiran situs jejaring sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram*, merupakan media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, video, foto, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna; juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru.

b. Jurnal *Online* (*Blog*)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan

berbagi baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Karakter dari *blog* antara lain penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait pengguna itu sendiri. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua: *pertama*, kategori *personal homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama *domain* sendiri, seperti .com atau .net; *kedua*, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *Wordpress* (www.wordpress.com) atau *Blogspot* (www.blogspot.com).

c. Jurnal *Online* Sederhana (*Microblogging*)

Tidak berbeda dengan jurnal *online* (*blog*), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya

untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snapfish*.

e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh. Artinya, pengguna hanya disediakan informasi (bisa teks, foto, atau video) singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada. Cara kerjanya bisa seperti katalog di perpustakaan. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer adalah *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

f. Media Konten Bersama (*Wiki*)

Media sosial selanjutnya adalah *wiki* atau media konten bersama. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi,

wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Kata “*wiki*” merujuk pada media sosial *Wikipedia* yang populer sebagai media kolaborasi konten bersama.⁸

Dari uraian tentang jenis-jenis media sosial di atas, dalam penelitian ini akan berfokus kepada media jejaring sosial serta media berbagi karena pada perkembangannya, dua jenis media sosial ini yang sedang banyak digunakan oleh remaja sehingga mengalami pembaharuan secara terus-menerus, salah satu media sosial dengan karakter tersebut merupakan *Instagram*.

5. Media Sosial Instagram

Nama Instagram sebenarnya berasal dari kata “*insta*” yang artinya instant dan “*gram*” yang artinya telegram. Secara umum, Instagram diartikan sebagai aplikasi untuk membagikan foto atau video kepada pengguna lain dengan cepat dan mudah. Pengertian Instagram menurut Wikipedia adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter

⁸Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 39-46.

digital, serta membagikannya ke sejumlah jejaring sosial, termasuk aplikasi Instagram.⁹

Pada September 2015, Instagram merupakan salah satu top media dengan kisaran pengunjung unik per bulan sebesar 100.000.000. Instagram ini berfokus pada berbagi foto dan video durasi pendek (15 detik).¹⁰ Beberapa alasan orang yang aktif di media sosial ini adalah karena pekerjaan, berbagi informasi, menyalurkan hobinya dalam fotografi, hiburan, ataupun hanya untuk mengekspresikan dirinya dan akhirnya mendapat respon atau komentar dari teman maupun orang yang belum dikenal.

B. Challenge Viral

1. Definisi *Challenge*

Salah satu hal yang sedang tren di Instagram barau-baru ini adalah dengan mengikuti suatu *challenge*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata *challenge* adalah tantangan/menarik/menantang.¹¹

⁹“Pengertian Instagram, Sejarah, Fitur, Kelebihan dan Kekurangannya” <https://www.kata.co.id/>, diakses pada 13 Okt. 2018, pukul 19.00 WIB.

¹⁰Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 134.

¹¹“Arti Kata Challenge” <http://www.kamuskbbi.id/>, diakses pada 13 Okt. 2018, pukul 19.00 WIB.

Tantangan berarti hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah.¹²

2. Definisi Viral

Kata viral sering kali kita dengar belakangan ini khususnya di dunia maya. Viral adalah aktivitas di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan khalayak umum. Informasi dapat berupa, foto, video, berita dan lain sebagainya.¹³

Berdasarkan definisi dari kata *challenge* dan viral yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa *challenge* viral berarti suatu tantangan yang tersebar dengan cepat di dunia maya sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan khalayak umum.

3. *Challenge* Viral di Instagram

Untuk menarik perhatian publik dan menjadi terkenal di Instagram sekarang sudah mudah, dengan tampil beda dan memiliki ciri khas, maka kepopuleran pun bisa datang dengan cepat. Salah satu cara yang

¹²“Arti Kata Tantangan” <https://www.apaarti.com>, diakses pada 17 Okt. 2018, pukul 23.27 WIB.

¹³“Pengertian Viral Secara Umum” <http://www.sumberpengertian.co/>, diakses pada 13 Okt. 2018, pukul 19.00 WIB.

dilakukan oleh para pengguna media sosial khususnya remaja adalah dengan melakukan sesuatu yang sedang viral belakangan ini. Beberapa *challenge* yang sedang viral di Instagram baru-baru ini dan menuai cukup banyak kontroversi antara lain adalah:

a. Tik Tok *Challenge*

Bedasarkan artikel dari gadgetren.com, Tik Tok adalah aplikasi untuk membuat video pendek dengan *special effects* unik dan menarik yang dapat dengan mudah digunakan oleh penggunanya sehingga dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.¹⁴ Selain populer di *platform*-nya, video-video Tik Tok juga menggema di Instagram hingga YouTube.

Dalam artikel tek.id, aplikasi ini digandrungi oleh banyak pengguna di Indonesia. Tak hanya generasi remaja, orang tua dan anak-anak pun bahkan menggunakan aplikasi tersebut untuk membuat konten yang menarik serta menghibur. Aplikasi video singkat itu tercatat memulai debutnya di Indonesia pada akhir 2017 lalu. Menghiburnya aplikasi tersebut

¹⁴“Tik Tok – Social Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer” <https://gadgetren.com/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 11.45 WIB.

membuat Tik Tok diunduh hingga lebih dari 50 juta kali di Play Store.¹⁵

Meskipun begitu digandrungi, pada hari Selasa, 3 Juli 2018 aplikasi Tik Tok resmi diblokir Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tik Tok dianggap mengandung banyak konten negatif. Namun, psikolog anak, remaja, dan keluarga Efnie Indrianie, M. Psi mengungkapkan, Tik Tok sebenarnya bisa menjadi aplikasi yang bagus untuk menumbuhkan kreativitas anak. Misalnya mengembangkan koreografi tarian sesuai lagu yang dipilih.¹⁶

b. Kiki Challenge

Kiki Challenge adalah sebuah tantangan dimana seseorang harus berdansa dengan gerakan tertentu diiringi lagu “In My Feelings” dari Drake, sambil berjalan di sisi mobil yang melaju pelan. Dilansir dari laman *Times of India*, tantangan ini diinisiasi oleh seorang komedian dan *influencer* media sosial, Shiggy. Dia memiliki 1,6 juta pengikut di akun instagramnya. Pada 30 Juni, Shaggy membuat sebuah kiriman video pertama kalinya yang memperlihatkan

¹⁵“Mencoba Jadi Kaum Kekinian Lewat Tik Tok” <https://www.tek.id/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 11.28 WIB.

¹⁶“Psikolog: Tik Tok Punya Efek Positif untuk Remaja” <https://www.medcom.id/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 11.25 WIB.

Kiki *Challenge*, dan hingga hari ini ratusan orang sudah mengikuti jejaknya.¹⁷

Fenomena Kiki *Challenge* ini cukup menjadi perbincangan di mana-mana sebab aksi yang dilakukan ini terbilang cukup berbahaya, dalam tantangan ini orang-orang berusia muda membuka pintu mobil, turun dari mobil dengan keadaan mobil yang masih bergerak pelan, lalu menari mengikuti lagu dan laju mobil serta membiarkan orang lain di dalam mobil merekamnya. Namun, tren keluar dari mobil dan berjoget yang dimulai oleh sekelompok remaja inilah yang kemudian menjadi viral. Hingga kini, aksi tersebut sudah diikuti oleh jutaan remaja di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Menurut klikdokter.com, meski tantangan ini mungkin terlihat *fun* dan menantang, tapi ternyata *challenge* ini juga sangat berbahaya. Buktinya, Anna Worden, gadis berusia 18 tahun asal Amerika Serikat sempat dilarikan ke rumah sakit dan mengalami kondisi kritis. Ia terjatuh ketika berusaha turun dari mobil yang bergerak, dan melukai kepalanya.¹⁸

¹⁷“Asal Mula Kiki Challenge dan Dampak Psikologisnya Bagi Remaja” <https://m.viva.co.id/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 10.53 WIB.

¹⁸“Kenali Gejala Remaja Kecanduan Challenge dari Media Sosial” <https://www.klikdokter.com/info-sehat/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 10.55 WIB.

c. *Choking Challenge*

Di Indonesia, *challenge* ini lebih dikenal dengan nama *Skip Challenge*. Permainan ini sebenarnya sudah lama dikenal sebelum kemunculan platform Youtube. *Challenge* ini bertujuan untuk membuat seseorang pingsan dengan sengaja menahan nafas dan menekan dada pemain hingga pingsan.¹⁹ Berdasarkan artikel dari Bintang.com, *Skip Challenge* adalah tantangan yang dilakukan dengan menekan dada sehingga dapat menghambat pernapasan. Karena hal tersebut biasanya orang yang melakukan tantangan ini akan kehabisan napas, lalu kejang-kejang, dan bisa pingsan seketika.

Dalam artikel Line Today, Kasus kematian pernah terjadi akibat permainan ini. Seorang remaja bernama David Nuno meninggal setelah terjatuh ketika pingsan dan mengenai gelas yang melukai lehernya. Meskipun berbahaya, namun tantangan yang nyatanya sudah ada sejak 1995 ini masih saja diikuti oleh anak-anak remaja, tidak hanya di Indonesia, tapi juga di seluruh dunia. Beberapa alasan para remaja mengikuti tantangan tersebut, selain karena tantangan ini memang bisa membuat pelakunya menjadi

¹⁹“Tak Hanya Momo Challenge, Ini 7 Challenge Viral yang Membahayakan Nyawa” <https://today.line.me/id>, diakses pada 21 Okt. 2018, pukul 11.57 WIB.

ketagihan, mereka merasa penasaran dan ingin mencoba tantangan yang belum pernah dicoba sebelumnya.²⁰

C. Psikologi Remaja

1. Definisi Psikologi

Psikologi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dan proses mental. Perilaku yang dimaksud adalah aktivitas atau tindakan manusia yang kelihatan maupun tidak kelihatan, yang disadari maupun tidak disadari sebagai cara bereaksi terhadap segala sesuatu yang datang dari luar dirinya. Contohnya: cara berbicara, cara berjalan, emosi, berpikir, mendengar, melihat, dan persepsi.²¹

2. Definisi Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju arah kedewasaan. Kalau digolongkan sebagai anak-anak sudah tidak sesuai lagi, tetapi bila digolongkan dengan orang dewasa juga belum sesuai. Maka timbul kesan dan pesan terhadap golongan remaja

²⁰“Skip Challenge, Tantangan Berbahaya yang Bikin Ketagihan” <https://m-bintang-com.cdn.ampproject.org>, diakses pada 21 Okt. 2018, pukul 11.30 WIB.

²¹Iriani Indri Hapsari, dkk., *Psikologi Faal*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014), h. 2.

ini yang beragam sesuai dengan pandangan dan kepentingan masing-masing.

Di Indonesia baik istilah pubertas maupun adolesensia dipakai dalam arti yang umum. Selanjutnya ditegaskan akan dipakai istilah remaja, tinjauan psikologis yang ditujukan pada seluruh proses perkembangan remaja dengan batas usia 12 sampai dengan 22 tahun. Maka selanjutnya dari perkembangan kurun waktu dapat disimpulkan :

- a. Masa pra remaja kurun waktunya sekitar 11 s.d 13 tahun bagi wanita dan pria sekitar 12 s.d. 14 tahun.
- b. Masa remaja awal sekitar 13 s.d. 17 tahun bagi wanita dan pria 14 s.d. 17 tahun 6 bulan.
- c. Masa remaja akhir sekitar 17 s.d. 21 tahun bagi wanita dan bagi pria sekitar 17 tahun 6 bulan s.d. 22 tahun.

Disebutkan kata sekitar kurun waktunya karena pertumbuhan dan perkembangan antara individu satu dan yang lain tidak persis sama, mungkin kurang atau mungkin lebih beberapa bulan atau minggu.²²

²²Rumini Sri dan Siti Sundari H.S, *Perkembangan Anak Dan Remaja*, (Jakarta: Rineka cipta, 2013), h. 56

Berdasarkan definisi dari kata “psikologi” dan “remaja yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa psikologi remaja merupakan satu dari cabang-cabang psikologi yang khusus membahas fase remaja manusia, sebuah masa peralihan dari anak-anak menuju fase remaja. Baik perkembangan kognitif, afektif, emosi, fisik, perilaku, moral dan realigi.

D. Teori Humanistik (Abraham Maslow)

Psikologi humanistik menganggap setiap orang memiliki keinginan yang kuat untuk mewujudkan potensinya secara penuh guna mencapai tingkat aktualisasi diri. Menurut Maslow, manusia tidak bereaksi terhadap situasi secara membabi buta, tetapi senantiasa berusaha mencapai sesuatu yang lebih besar. Untuk membuktikannya, Maslow mempelajari mental individu yang sehat, bukan orang-orang dengan masalah psikologi serius. Ia fokus pada aktualisasi diri manusia sebagai petunjuk sindrom koheren serta mewakili kesehatan psikologis yang berfungsi secara optimal.²³

Dengan mengaktualisasi diri, seorang bisa menikmati pengalaman puncak, yaitu titik tertinggi dalam hidup ketika individu selaras dengan diri sendiri dan lingkungannya. Dalam pandangan Maslow, seseorang

²³Eka Nova I, Buku *Pintar “Pemikiran Tokoh-tokoh Psikologi”*, (Yogyakarta: IRCiSod, 2015), cetakan pertama, h.238

yang mampu mengaktualisasikan dirinya dapat memiliki banyak pengalaman puncak sepanjang hari. Sebaliknya, orang yang tidak mampu mengaktualisasikan dirinya jarang memiliki pengalaman tersebut.

Hirarki kebutuhan Maslow merupakan salah satu teori motivasi paling terkenal. Secara singkat Maslow berpendapat bahwa kebutuhan manusia sebagai pendorong (motivator) membentuk suatu hirarki atau jenjang peringkat. Pada awalnya Maslow mengajukan hirarki kebutuhan lima tingkat yang terdiri atas kebutuhan fisiologis, rasa aman, cinta, penghargaan dan mewujudkan jati diri. Di kemudian hari, ia menambahkan dua kebutuhan lagi, yaitu kebutuhan untuk mengetahui dan memahami, serta kebutuhan estetika (Ross, 1998).

Dalam bukunya yang berjudul *Motivation and Personality* (1954), Maslow menggolongkan kebutuhan manusia itu pada lima tingkat kebutuhan (*five hierarchy of needs*)²⁴. Kelima tingkat kebutuhan itu, menurut Maslow ialah sebagai berikut ini.

a. Kebutuhan-kebutuhan yang bersifat fisiologis (*physiological needs*)

Yang paling dasar, paling kuat dan paling jelas di antara segala kebutuhan manusia adalah kebutuhan

²⁴Alex Sobur, *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*, (Bandung: Pustaka Ceria, 2011), h.274

untuk mempertahankan hidupnya secara fisik, yaitu kebutuhan makanan, minuman, tempat berteduh, seks, tidur dan oksigen.

b. Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*)

Pada dasarnya kebutuhan rasa aman ini mengarah pada dua bentuk, yakni:

- 1) Kebutuhan kemanan jiwa
- 2) Kebutuhan keamanan harta

Kebutuhan rasa aman muncul sebagai kebutuhan yang paling penting kalau kebutuhan psikologis telah terpenuhi. Ini meliputi kebutuhan perlindungan, keamanan, hukum, kebebasan dari rasa takut dan kecemasan.

c. Kebutuhan cinta dan memiliki-dimiliki (*belongingness and love needs*)

Kebutuhan untuk memiliki dan mencintai, muncul ketika kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi secara rutin. Orang butuh dicintai dan pada gilirannya butuh menyatakan cintanya. Cinta disini berarti rasa sayang dan rasa terikat (*to belong*). Rasa saling menyayangi dan rasa diri terikat antara orang yang satu dan yang lainnya, lebih-lebih dalam keluarga sendiri, adalah penting bagi seseorang.

d. Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*)

Pemenuhan kebutuhan penghargaan menjurus pada kepercayaan terhadap diri sendiri dan perasaan diri berharga. Maslow membagi kebutuhan berharga ini dalam dua jenis, Pertama, penghargaan yang didasarkan atas respek terhadap kemampuan, kemandirian dan perwujudan kita sendiri. Kedua, penghargaan yang didasarkan atas penilaian orang lain. Penghargaan yang terakhir ini dapat dilihat dengan baik dalam usaha untuk mengapresiasi diri dan mempertahankan status.

e. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*)

Kebutuhan aktualisasi diri timbul pada seseorang jika kebutuhan-kebutuhan lainnya telah terpenuhi. Karena kebutuhan aktualisasi diri, sebagaimana kebutuhan lainnya, menjadi semakin penting, jenis kebutuhan tersebut menjadi aspek yang sangat penting dalam perilaku manusia²⁵.

E. Hubungan Antar Variabel

Challenge viral merupakan suatu tren di media sosial dan banyak dilakukan oleh para remaja dengan tujuan untuk mengekspresikan diri, menghibur orang lain, mengisi waktu luang, atau bahkan sebagai upaya untuk mendapatkan banyak *like* dan komentar sehingga dapat

²⁵Alex Sobur, *Psikologi Umum....*, h.278

membuatnya menjadi orang yang terkenal. Keinginan para remaja untuk mendapatkan respon orang lain di video *challenge*-nya atau ambisinya untuk menaklukkan *challenge* itulah yang dapat berpengaruh kepada kondisi psikologis mereka jika yang terjadi sesungguhnya adalah kebalikan dari apa yang mereka harapkan.

Menurut psikolog, DR. Rose Mini A.P., M.Psi, saat ini media sosial kerap dijadikan sarana untuk katarsis, yaitu upaya untuk menyalurkan emosi dan mendapatkan perhatian. Ujungnya, menurut Rose Mini, adalah pengakuan sosial dan pencarian eksistensi diri anak-anak muda tersebut. anak muda memang cenderung ekspresif dan mereka memiliki *mood* yang selalu berubah setiap 45 menit, hal ini terjadi akibat pengaruh internal dan eksternal. Pengaruh internal meliputi perubahan hormon, menstruasi pada wanita, perasaan cemas atau gundah. Sedangkan lingkungan sekitar membawa pengaruh eksternal. Seperti yang diungkapkan oleh ahli sosiologi, Dr. Ida Ruwaida, perkembangan kota besar mempengaruhi keterbatasan ruang untuk bersosial.

Rose Mini menilai, media sosial adalah sekedar untuk mencari perhatian dari para *follower*. “Di sinilah diperlukan pengendalian diri dari para generasi muda dalam memanfaatkan media sosial.” Jelasnya.

F. Kerangka Pemikiran

Media sosial merupakan media untuk bersosialisasi secara online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain tanpa batasan waktu dan tempat. Meskipun tujuan awal manusia menggunakan media sosial adalah untuk bersosialisasi, seiring berkembangnya zaman, banyak manusia yang akhirnya menggunakan media sosial untuk mengekspresikan dirinya dan mendapatkan kepopuleran, khususnya para remaja yang sedang melewati fase pubertas.

Seorang remaja berada pada batas peralihan antara kehidupan anak dan dewasa. Meskipun tubuhnya kelihatan sudah dewasa, tetapi bila diperlukan bertindak seperti orang dewasa ia gagal menunjukkan kedewasaannya. Pengalamannya mengenai alam dewasa masih belum banyak sehingga salah satu hal yang sering terlihat pada diri mereka ialah berkeinginan besar mencoba segala hal yang belum diketahuinya. Mereka ingin mengetahui berbagai hal melalui usaha-usaha yang dilakukan dalam berbagai bidang.²⁶

Dengan keinginan untuk menjadi populer dan mendapat perhatian banyak orang, para remaja akan mengikuti tren di media sosial yang dapat mewujudkan

²⁶Yulia Singgih D. Gunarsa dan Singgih D. Gunarsa, *Psikologi.....*, h. 67-68.

keinginan mereka. Tren di media sosial yang biasa dilakukan oleh para remaja adalah dengan mengikuti tantangan yang sedang viral tanpa mempedulikan apakah tantangan tersebut berbahaya atau tidak bagi dirinya.

Dalam psikologi remaja, mereka ingin dianggap memiliki keberanian. Remaja dan dewasa muda sangat rentan terhadap tantangan seperti ini karena mereka tengah mengalami perubahan hormon. Mereka cenderung berani mengambil resiko dan karena itu mereka suka bertaruh melakukan tindakan berbahaya. Menurut dr. Resthie Rachmanta Putri M. Epid, secara psikologis, anak berusia 10-17 tahun senang meniru dan mengikuti hal yang mereka anggap keren. Apalagi saat tantangan ini sebelumnya sudah dilakukan oleh temannya dan menjadi viral di media sosial, remaja menjadi semakin tertantang untuk mencobanya tanpa memikirkan akibatnya.²⁷

Psikolog anak, remaja dan keluarga Efnie Indrianie, M.Psi mengungkapkan Tik Tok *Challenge* sebenarnya bisa menjadi aplikasi yang bagus untuk menumbuhkan kreativitas anak. Misalnya mengembangkan koreografi tarian sesuai lagu yang dipilih. Aplikasi Tik Tok memfasilitasi ciri-ciri perkembangan remaja, dimana

²⁷“Perilaku Copycat Pada Remaja” <https://www.klikdokter.com>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 10.55 WIB.

mereka bisa bebas berkreasi, berimajinasi, atau memperluas jaringan pertemanan.²⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, media sosial dapat berdampak positif juga negatif bagi kondisi psikologis remaja, begitu pula dengan pengaruh *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

G. Hipotesis

Teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hubungan antar variabel bersifat hipotesis. Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.²⁹ Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

H_a : Terdapat pengaruh antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

Dari pernyataan di atas disimpulkan jawaban sementara bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

²⁸Psikolog: Tik Tok Punya Efek Positif untuk Remaja” <https://www.medcom.id/>, diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 11.25 WIB.

²⁹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), cetakan kedelapan, h. 76.

pengaruh *challenge* viral di media sosial instagram terhadap kondisi psikologis remaja.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian adalah cara penemuan kebenaran atau pemecahan masalah yang dilakukan secara ilmiah. Prosesnya dilakukan melalui cara tertentu yang dilakukan secara terencana, sistematis dan teratur sedemikian rupa sehingga setiap tahap diarahkan kepada pemecahan masalah. Proses itu dikenal dengan metode penelitian.³⁰

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mixed Methods*, yaitu penggabungan antara metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian. Pada prinsipnya penelitian kuantitatif dilakukan untuk mendapatkan data atau fakta yang dapat digunakan agar mendapatkan kepastian dan kecermatan jawaban atas pertanyaan penelitian.³¹ Dan metode kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam permasalahan yang dialami oleh beberapa responden.

³⁰Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 163-164.

³¹Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017), h. 53.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian *Mix Methods* ini merupakan *Sequential Explanatory Design* dengan *Participant Selection Model*. Model *Sequential Explanatory* merupakan metode penelitian kombinasi yang menggunakan pengumpulan data dan analisis kuantitatif pada tahap pertama dan diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap kedua. Sedangkan *Participant Selection Model* artinya menggunakan beberapa partisipan untuk mendapatkan data kualitatif setelah analisis data kuantitatif dilakukan untuk mendapatkan interpretasi hasil penelitian guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan pada tahap pertama.³²

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data angket dari 36 orang remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 yang mengikuti tren *challenge* viral di media sosial, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis hasil wawancara dari 7 orang remaja dengan pengaruh *challenge* viral dalam kategori tinggi dan sangat tinggi.

³² R Gita Ardhy Nugraha, "Penelitian Mixed Method" <https://www.academia.edu/> diunduh pada 30 April 2019.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini yaitu dari bulan November 2018 – Februari 2019. Penelitian ini akan dilakukan di RT 01 RW 01, Lingkungan Delingseng, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon. Delingseng adalah sebuah lingkungan yang terletak di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon, Provinsi Banten. Lingkungan Delingseng memiliki 1 RW dan 3 RT, dengan jumlah penduduk sekitar 500 warga.

Nama Delingseng diambil dari nama pohon. Delingseng merupakan lingkungan tua karena masuk ke dalam sejarah perjuangan KH. Wasid yang pernah tinggal di Delingseng. Istri dari KH. Wasid masih memiliki ikatan keluarga dengan KH. Sa'i, yang merupakan mertua dari KH. Ali Jaya yang juga guru dan kakek dari istri KH. Syam'un. Delingseng disebut sebagai kampung santri karena sejak zaman KH. Sa'i, sudah ada pesantren dan tempat mengaji KH. Syam'un. Kemudian pada masa Trikora atau masa pendirian PT Krakatau Steel, KH. Ali Jaya mendirikan lembaga pendidikan Al-Khairiyah pindahan Citangkil.³³

Seiring berjalannya waktu, banyak warga pendatang yang akhirnya menetap di Lingkungan Delingseng.

³³Nanang Umar Nafis, salah satu anggota keluarga besar KH. Ali Jaya sekaligus Kepala Desa Taman Baru Kec. Citangkil, wawancara dengan penulis tanggal 9 Februari 2019.

Kemajuan teknologi yang pesat akhirnya mendorong warga untuk mengikuti tren yang ada. Hampir semua warga dengan beragam usia mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, sampai yang tua menggunakan gadget setiap harinya dan memiliki akun media sosial.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti,³⁴ yang menjadi populasi yaitu remaja di RT 01 RW 01, Lingkungan Delingseng yang berjumlah 36 orang. Alasan penulis mengambil remaja di Lingkungan Delingseng adalah karena semua remaja di RT 01 RW 01 ini telah mengetahui atau mencoba tren *challenge* viral di media sosial. Jadi penulis ingin mengetahui pengaruh dari *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti, yang ciri-ciri dan keberadaannya diharapkan mampu mewakili atau menggambarkan ciri-ciri dan keberadaan populasi yang sebenarnya.³⁵ Menurut

³⁴Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode...*, h. 119.

³⁵Santosa, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2012), h. 13.

Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika subjek penelitian besar, dapat diambil 10-15% atau 20-25%. Jika jumlah anggota yang menjadi populasi penelitian kurang dari 100 orang, maka tidak akan diadakan sampel. Dalam penelitian ini jumlah remja adalah 36, sehingga tidak dikenakan sampel, dengan perkataan lain penelitian ini dinamakan penelitian populasi.³⁶

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non-probability Sampling Purposive*. Teknik penarikan Sampel *Purposive* ini disebut juga *Judgmental Sampling* yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel.³⁷ Teknik ini dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Maksudnya, penulis menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi, sampel diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh penulis. Begitu pula dengan teknik pengambilan sampel untuk penelitian kualitatif.

³⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 109.

³⁷Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian...*, h. 135.

Pertimbangan kriteria khusus yang menentukan penulis dalam pengambilan sampel pada penelitian kuantitatif adalah para remaja di Lingkungan Delingseng, RT 01 RW 01, yang aktif dalam sosial media khususnya Instagram. Sedangkan sampel penelitian kualitatif adalah para remaja yang memiliki nilai persentase tinggi dalam pengaruh *challenge* viral di media sosial.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah karakter yang akan diobservasi dari unit amatan.³⁸ Variabel (parameter) penelitian adalah suatu kumpulan ciri dari objek yang diteliti.³⁹ Adapun variabel dalam penelitian ini dapat menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang memengaruhi variabel lain. Biasanya diberikan kode X.
2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (dalam hal ini variabel bebas).⁴⁰ Biasanya diberikan kode Y.

Sehingga dalam penelitian ini variabel bebas adalah *challenge* viral di media sosial (X), sedangkan variabel

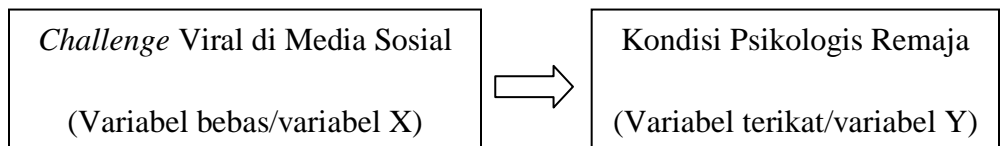
³⁸Santosa, *Buku Ajar...*, h. 14.

³⁹Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi...*, h. 49.

⁴⁰Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi...*, h. 50.

terikat adalah kondisi psikologis remaja (Y). Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:

Gambar 3.1
Variabel Penelitian



E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam melakukan penelitian ini peneliti berusaha menggunakan teknik-teknik yang sesuai dengan pedoman akademis dan mengumpulkan data-data sebagai berikut:

1. Angket

Angket merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Setelah diisi, angket dikembalikan para peneliti. Dengan teknik ini penulis menyebarkan sejumlah pertanyaan tertulis. Jumlah angket yang disebarkan yaitu 36 angket. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden

sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.⁴¹

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.⁴²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya namun selama proses wawancara ada beberapa pertanyaan yang dikembangkan oleh peneliti sesuai dengan jawaban yang dilontarkan oleh responden.

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai faktor penyebab seorang remaja yang kecanduan mengikuti *challenge* viral di media sosial berdasarkan data persentase hasil penelitian kuantitatif. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan 7 dari 36 responden yaitu MIM, RH, RM, MRF, ES, MRA, dan AM yang termasuk dalam pengaruh tren *challenge* kategori tinggi dan sangat tinggi.

⁴¹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 133.

⁴²Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2004, cet.4, h.180

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti.⁴³ Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui wawancara dengan narasumber untuk mengetahui sejarah singkat dan jumlah remaja di lokasi penelitian, serta foto dengan beberapa responden yaitu remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01.

4. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam instrumen data ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”.⁴⁴

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Masing-masing pernyataan positif memiliki skor SS (Sangat Setuju) = 4, S (Setuju) = 3, TS

⁴³ Nasution, *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 143.

⁴⁴ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian...*, h. 110.

(Tidak Setuju) = 2, dan STS (Sangat Tidak Setuju) = 1 dan skor sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, TS = 3, dan STS = 4 dari masing-masing pernyataan negatif.

Tabel 3.1
Skoring Item

Kategori Respon	Favorable	Unfavorable
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Skala yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua, yaitu skala kondisi psikologis remaja dan *challenge* viral di media sosial.

- a. Skala pengaruh *challenge* viral di media sosial bagi psikologis remaja

Dalam penelitian ini bentuk alat ukur yang digunakan peneliti untuk melakukan pengukuran kondisi psikologis remaja yang mengikuti tren *challenge* viral menggunakan skala yang disusun oleh peneliti sendiri berdasarkan acuan dari lima hirarki kebutuhan manusia oleh Abraham Maslow, sebagaimana dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Variabel X
Kisi-Kisi Instrumen *Challenge* Viral di Media Sosial Bagi
Para Remaja

No	Variabel	Penilaian	Indikator	Pernyataan		Jumlah
				Favorable (Positif)	Unfavorable (Negatif)	
1	<i>Challenge</i> Viral di Media Sosial (X)	a. Ketertarikan remaja mengikuti tren	<ul style="list-style-type: none"> Sejauh mana ketertarikan remaja pada tren di media sosial 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	-	8
2		b. Pengaruh <i>challenge</i> terhadap psikologis remaja	<ul style="list-style-type: none"> Apa yang dirasakan serta tingkat kepercayaan diri remaja setelah mengikuti <i>challenge</i> 	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	-	9
Jumlah				17	-	17

b. Skala Psikologis Remaja

Dalam penelitian ini bentuk alat ukur yang digunakan peneliti untuk melakukan pengukuran kondisi psikologis, peneliti menggunakan satu dari macam-macam teori mengenai kondisi psikologis manusia menggunakan skala yang disusun mengikuti acuan dari 5 macam hirarki kebutuhan manusia oleh Abraham Maslow sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
Variabel Y
Kisi-Kisi Instrumen Kondisi Psikologis Remaja

No	Variabel	Penilaian	Indikator	Pernyataan		
				Favorable (Positif)	Unfavorable (Negatif)	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Kondisi Psikologis Remaja (Y)	a. Fisiologi	<ul style="list-style-type: none"> • Pemenuhan kebutuhan fisiologi (kebutuhan sandang, pangan, dan papan) 	18	-	1
2		b. Rasa aman	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan akan rasa aman (aman secara fisik, psikis, terbebas dari bahaya) 	29, 20, 22, 23, 24	21	6

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
3		c. Rasa cinta/kasih sayang	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan akan rasa kasih sayang (bersahabat, memiliki pasangan, serta kebutuhan menerima dan memberi cinta) 	25, 26, 27, 29	28	5
4		d. Penghargaan	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan akan penghargaan (ketenaran, perhatian, prestasi, apresiasi, harga diri) 	32, 33, 34, 35	30, 31	6

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
5		e. Aktualisasi diri	<ul style="list-style-type: none"> • Pemenuhan aktualisasi diri (menjadi diri sendiri, pengembangan potensi, dan membuktikannya kepada orang lain). 	-	36, 37, 38	3
Jumlah				14	7	21

F. Uji Instrumen

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah, valid, reliabel, dan obyektif.⁴⁵

1. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, CV, 2014), h. 267.

ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5% jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

Pengujian validitas dilakukan menggunakan SPSS versi 16. Uji validitas instrumen umumnya dalam statistik menggunakan korelasi *product moment* dari *Carl Pearson*.⁴⁶

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $>$ 0,60 maka reliable. Uji reliabilitas kedua skala ini menggunakan uji *Statistic Alpha Crombach* dengan menggunakan SPSS versi 16.

⁴⁶Tedi Rusman, *Statistika Penelitian Aplikasinya Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h. 37.

G. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu berasal dari distribusi yang normal. Dapat diketahui bahwa signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan memiliki varian yang sama dan dinyatakan normal.⁴⁷ Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0, dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov (KS).

2. Uji Linieritas Data

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian pada SPSS versi 16.0, dengan menggunakan koefisien signifikansi (Sig.) dengan cara membandingkan nilai Sig. dari *Deviation from Linearity* pada tabel ANOVA dengan $\alpha = 5\%$, apabila nilai Sig. pada *Deviation from Linearity* $> \alpha$ maka H_0 diterima. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) lebih

⁴⁷Wiratna Sujarweni, dkk, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 49.

dari 5% atau 0,05. Untuk melakukan uji linieritas diperlukan adanya rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Model regresi berbentuk linier

H_1 : Model regresi berbentuk non linier

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

Penganalisan data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.⁴⁸

Peneliti menggunakan analisis kuantitatif untuk kedua variabel. Analisis kuantitatif (*statistic*) adalah cara untuk mengolah informasi data yang berhubungan dengan angka-angka, bagaimana mencari, mengumpulkan, mengolah data, sehingga sampai menyajikan data dalam bentuk sederhana dan mudah untuk dibaca atau data yang diperoleh dapat dimaknai (diinterpretasikan).

1. Deskripsi Data

Deskripsi data bertujuan untuk menjelaskan sebaran data hasil angket pada subjek penelitian untuk variabel

⁴⁸Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian...*, h. 184.

independen dan variabel dependen yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan remaja terhadap tren *challenge* viral di media sosial dan bagaimana kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01. Deskripsi data yang akan disajikan yaitu dalam bentuk: mean, median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi dan histogram data dari masing-masing variabel dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16.0.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah diantara dua variabel atau lebih terdapat hubungan, dan jika ada hubungan, bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut.⁴⁹ Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 16.0, Alat yang digunakan adalah korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yaitu untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan terikat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak ada pengaruh antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

⁴⁹Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.95.

H_a : Terdapat pengaruh antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

Pengambilan keputusan terhadap uji hipotesis dilakukan pada taraf signifikan 5%. Ketentuan bila r hitung lebih kecil dari r tabel, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Tetapi sebaliknya bila r hitung lebih besar dari r tabel ($r_h > r_t$) maka H_a diterima. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Pearson Product Moment Correlation*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0.

4. Analisis Regresi Linier

Ukuran statistik ini digunakan untuk menguji hubungan antara sebuah variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Jika variabel dependen dihubungkan dengan sebuah variabel independen, persamaan regresi yang dihasilkan adalah regresi linier sederhana. Jika variabel independennya lebih dari satu, regresi yang dihasilkan adalah regresi linier berganda (*multiple linier regression*). Ukuran statistik ini dipergunakan untuk variabel yang berkala rasio dengan arah hubungan asimetrik.⁵⁰ Dalam penelitian ini, variabel dependen dihubungkan dengan

⁵⁰Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian...*, h. 200.

sebuah variabel independen, maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana menggunakan rumus $Y = a + bX$ dengan bantuan program SPSS 16.0.

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui peranan variabel independen terhadap variabel dependen. Sugiono menjelaskan bahwa harga t hitung diperoleh selanjutnya dikonsultasikan dengan harga t tabel pada taraf kesalahan 5%. Jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari pada t table maka koefisien menunjukkan hubungan variabel bebas dan variabel terikat tidak signifikan.

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan kata lain koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel tak bebas dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians

yang terjadi pada variabel tak bebas dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel bebas. Pengujian koefisien determinasi menggunakan SPSS versi 16.0 dengan Model Summary.

2. Analisis Data Kualitatif

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵¹

Model analisa data yang digunakan untuk mengolah data pada tahap kualitatif ini adalah model Miles and Huberman, yaitu model analisis data yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data sudah jenuh.⁵² Terdapat tiga tahap dalam analisis data model Miles and Huberman, yaitu :

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian.....* , h. 333.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, h. 334.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal-hal yang penting dicari tema dan polanya.⁵³ Penelitian ini menggunakan *Sequential Explanatory Design*, sehingga fokus pereduksian data pada penelitian ini adalah hasil pembuktian hipotesis pada tahap kuantitatif.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data model Miles and Huberman dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenis.⁵⁴ Penyajian data pada penelitian ini akan dibentuk dalam tabel. Tujuannya adalah agar memudahkan pengamatan antara hasil kuantitatif dan hasil wawancara.

c. *Conclusion Drawing / Verification* (Pengambilan Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data model Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.⁵⁵ Analisis akan disesuaikan dengan data hasil hipotesis pada tahap kuantitatif, karena metode

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian*....., h. 336.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*....., h. 339.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*....., h. 343.

kualitatif pada penelitian ini hanya untuk menggali lebih dalam dan memperluas data kuantitatif.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk data penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 16. Keputusan pada sebuah item pernyataan dapat dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini penulis mengambil 36 responden. Rumus mencari r_{tabel} adalah $df = N - 2 = 34$, maka r_{tabel} adalah 0,3291 dan nilai signifikansi adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 4.1
Validitas Variabel *Challenge* Viral Di Media Sosial

Item Pernyataan (1)	r_{hitung} (2)	r_{tabel} (3)	Keterangan (4)
Item 1	0,575	0,3291	Valid
Item 2	0,628	0,3291	Valid
Item 3	0,466	0,3291	Valid

(1)	(2)	(3)	(4)
Item 4	0,462	0,3291	Valid
Item 5	0,567	0,3291	Valid
Item 6	0, 534	0,3291	Valid
Item 7	0,561	0,3291	Valid
Item 8	0,394	0,3291	Valid
Item 9	0,609	0,3291	Valid
Item 10	0,531	0,3291	Valid
Item 11	0,601	0,3291	Valid
Item 12	0,608	0,3291	Valid
Item 13	0,660	0,3291	Valid
Item 14	0,581	0,3291	Valid
Item 15	0,570	0,3291	Valid
Item 16	0,475	0,3291	Valid
Item 17	0,408	0,3291	Valid

Tabel 4.2
Validitas Variabel Kondisi Psikologis Remaja

Item Pernyataan (1)	r_{hitung} (2)	r_{tabel} (3)	Keterangan (4)
Item 1	0,396	0,3291	Valid
Item 2	0,450	0,3291	Valid
Item 3	0,410	0,3291	Valid
Item 4	0,341	0,3291	Valid
Item 5	0,364	0,3291	Valid
Item 6	0,363	0,3291	Valid
Item 7	0,439	0,3291	Valid
Item 8	0,428	0,3291	Valid
Item 9	0,369	0,3291	Valid
Item 10	0,522	0,3291	Valid
Item 11	0,505	0,3291	Valid
Item 12	0,511	0,3291	Valid
Item 13	0,395	0,3291	Valid

(1)	(2)	(3)	(4)
Item 14	0,458	0,3291	Valid
Item 15	0,377	0,3291	Valid
Item 16	0,367	0,3291	Valid
Item 17	0,344	0,3291	Valid
Item 18	0,427	0,3291	Valid
Item 19	0,443	0,3291	Valid
Item 20	0,441	0,3291	Valid
Item 21	0,456	0,3291	Valid

Sumber: hasil pengolahan SPSS 16.0, data 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa seluruh item pada variabel *Challenge* Viral Di Media Sosial (X) dan Kondisi Psikologis Remaja (Y) menghasilkan nilai koefisien korelasi lebih dari 0,3291 ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan signifikansi 0,05. Dengan demikian semua data dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau menunjukkan instrumen

yang digunakan memiliki konsistensi dalam pengukuran. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *alpha output* pengolahan data dengan program SPSS 16.0 dengan nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Tingkat Keandalan *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

- a. Hasil Uji Reliabilitas SPSS 16.0 Variabel *Challenge* Viral Di Media Sosial (X)

Tabel 4.4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	17

Sumber: data primer 2019 diolah dengan SPSS 16.0

Pada tabel 4.4 variabel *Challenge Viral Di Media Sosial* menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada instrumen dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.893 dimana lebih besar dari 0.800. Hal ini menunjukkan instrumen penelitian berupa kuisioner ini sangat andal.

- b. Hasil Uji Reliabilitas SPSS 16.0 Variabel Kondisi Psikologis Remaja (Y)

Tabel 4.5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.814	21

Sumber: data primer 2019 diolah dengan SPSS 16.0

Pada tabel 4.5 variabel Kondisi Psikologis Remaja menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada instrumen dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.814 dimana lebih besar dari 0.800. Hal ini menunjukkan instrumen penelitian berupa kuisioner ini sangat andal.

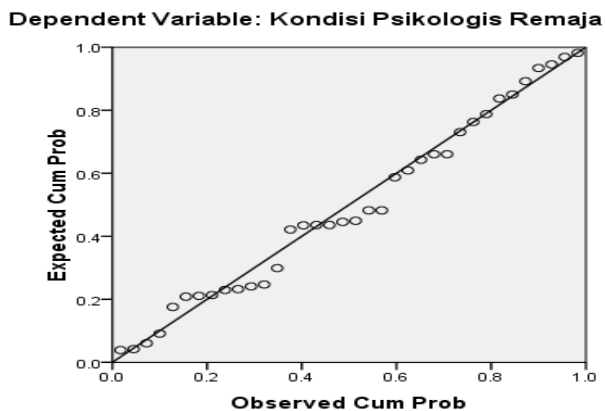
B. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual berdistribusi normal merupakan suatu kurva berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan menyebar dengan normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> \alpha$. Diharapkan nilai residual akan menyebar normal dengan nilai rata-rata = 0, artinya frekuensi nilai residual berada di sekitar nol memiliki frekuensi yang cukup besar dari pada nilai-nilai selisih yang ekstrim. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 4.1, gambar 4.2, dan tabel 4.5 berikut:

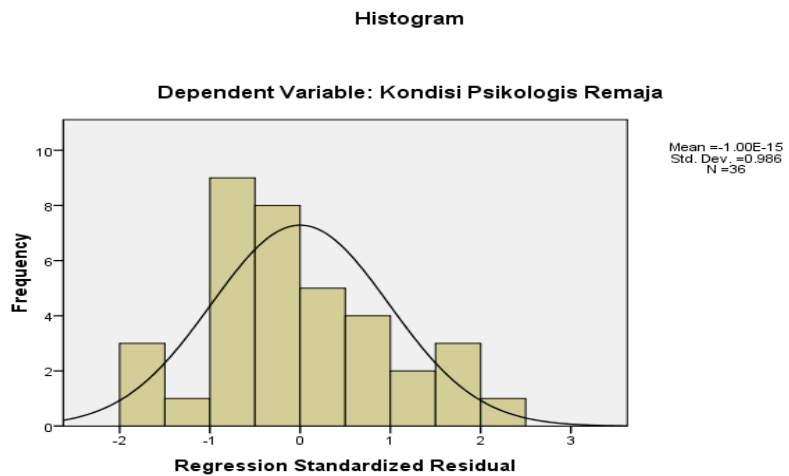
Gambar 4.1
Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa plot penyebaran data berada di sekitar dan di sepanjang garis, maka dapat dikatakan penyebaran data variabel berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Diagram Histogram



Dengan melihat gambar 4.2 menunjukkan bahwa kurva membentuk suatu lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga sehingga dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

Tabel 4.6
Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Challenge Viral Di Media Sosial	Kondisi Psikologis Remaja
N		36	36
Normal Parameters ^a	Mean	46.9722	55.0833
	Std. Deviation	6.78438	7.27569
Most Extreme Differences	Absolute	.168	.119
	Positive	.168	.119
	Negative	-.112	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.009	.712
Asymp. Sig. (2-tailed)		.261	.691

a. Test distribution is Normal.

Dilihat pada tabel 4.6, nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel *Challenge Viral Di Media Sosial* sebesar 0.261 dan variabel *Kondisi Psikologis Remaja* sebesar 0.691 dengan nilai sig >5% (>0.05), maka dapat dikatakan data terdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Persyaratan sebelum pengujian hipotesis yaitu linieritas sebaran, data hasil pengujian diuji dengan linieritas hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linier data penelitian dilakukan dengan menggunakan koefisien signifikansi (Sig.)

dengan cara membandingkan nilai Sig. dari *Deviation from Linearity* pada tabel ANOVA dengan $\alpha = 5\%$, apabila nilai Sig. pada *Deviation from Linearity* $> \alpha$ maka H_0 diterima. Hasil uji linieritas secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.7
Uji Linieritas Tabel ANOVA

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kondisi Psikologis Remaja * Challenge Viral Di Media Sosial	Between Groups	(Combined)	1093.417	17	64.319	1.525	.191
		Linearity	599.919	1	599.919	14.221	.001
		Deviation from Linearity	493.498	16	30.844	.731	.733
	Within Groups		759.333	18	42.185		
	Total		1852.750	35			

Dari hasil pengolahan pada tabel ANOVA di atas, dapat ditentukan bahwa nilai Sig. pada *Deviation from Linearity* $> \alpha$, dengan nilai $0,733 > 0,05$. Dengan demikian maka H_0 diterima yang menyatakan regresi berbentuk linier.

C. Hasil Analisis Data Kuantitatif

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu *challenge* viral di media sosial dan variabel terikat yaitu kondisi psikologis remaja.

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja di Lingkungan Delingseng RT 01 RW 01 Kelurahan Kebonsari Kecamatan Citangkil Kota Cilegon yang berjumlah 36 remaja. Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yang meliputi jenis kelamin responden dan usia responden. Penelitian terhadap data responden dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai responden.

a. Data Responden

Tabel 4.8
Data Responden

No (1)	Nama Responden (2)	Jenis Kelamin (3)	Usia (4)
1	Rifki H	Laki-laki	18 tahun
2	Anggi R. A	Perempuan	20 tahun
3	Ghina A. S	Perempuan	13 tahun
4	Khayatun Nufus	Perempuan	20 tahun
5	Putra Surya P	Laki-laki	17 tahun
6	Enjat S	Laki-laki	17 tahun

(1)	(2)	(3)	(4)
7	Windi Herawati	Perempuan	17 tahun
8	Ratu Firda M	Perempuan	18 tahun
9	M Imam M	Laki-laki	19 tahun
10	M Ryan Farizi	Laki-laki	16 tahun
11	M Richo A	Laki-laki	20 tahun
12	Alto Pulungan	Laki-laki	20 tahun
13	Sofiyatul K	Perempuan	18 tahun
14	Esih Ade F	Perempuan	19 tahun
15	Nurul Izza T	Perempuan	19 tahun
16	Bayu Eka S	Laki-laki	19 tahun
17	Naufall D	Laki-laki	15 tahun
18	Salwa A	Perempuan	20 tahun
19	Putricia W	Perempuan	16 tahun
20	M Fajar A	Laki-laki	18 tahun
21	Adam M H	Laki-laki	17 tahun
22	Ahmad Muslimin	Laki-laki	20 tahun
23	Dwi Putri M	Perempuan	17 tahun
24	M Nayoko A	Laki-laki	12 tahun
25	Lilis P	Perempuan	17 tahun
26	Ridho M	Laki-laki	19 tahun
27	Maulida A	Perempuan	16 tahun
28	Wilda S	Perempuan	13 tahun
29	Sabila Dwi N A	Perempuan	15 tahun

(1)	(2)	(3)	(4)
30	Ahmad Faisal	Laki-laki	20 tahun
31	Maisyah R	Perempuan	12 tahun
32	M Arfan R	Laki-laki	18 tahun
33	Syahrul H	Laki-laki	15 tahun
34	Tiara Juliana	Perempuan	17 tahun
35	Diana Yunita	Perempuan	18 tahun
36	Salma K R	Perempuan	14 tahun

Sumber: Data Primer 2019

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.9
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	<i>F</i>	%
1	Pria	17	47,2%
2	Wanita	19	52,8%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data Primer 2019

Dari hasil kuisisioner penelitian yang telah diisi oleh para remaja sebanyak 36 responden, diketahui bahwa pada tabel 4.9 jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 17 orang atau sekitar 47,2% dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang atau sekitar 52,8%.

Karakteristik responden pada penelitian ini sangat terlihat jelas bahwa mayoritas berjenis kelamin perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.10
Usia Responden

No	Usia Responden	<i>F</i>	%
1	12-15 Tahun (Remaja Awal)	7	19,4%
2	16-18 Tahun (Remaja Pertengahan)	16	44,5%
3	19-21 Tahun (Remaja Akhir)	13	36,1%
Jumlah		36	100%

Dari hasil angket penelitian yang telah diisi oleh para remaja diketahui bahwa pada tabel 4.10 usia responden 12-15 tahun atau kategori remaja awal berjumlah 7 orang dengan persentase 19,4%, 16-18 tahun atau kategori remaja pertengahan berjumlah 16 orang dengan persentase 44,5%, 19-21 tahun atau kategori remaja akhir berjumlah 13 orang dengan persentase 36,1%. Dapat disimpulkan bahwa remaja dengan usia 16-18 tahun atau yang dikategorikan sebagai remaja pertengahan berjumlah paling banyak dengan persentase 44,5%.

Jenis data yang diperoleh dari penelitian ini adalah jenis data interval. Setelah data terkumpul dan dianalisis, dapat dideskripsikan secara umum mengenai data dari masing-masing variabel. Deskripsi data yang akan disajikan yaitu dalam bentuk: mean, median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi dan histogram data dari masing-masing variabel.

a. Variabel *Challenge* Viral Di Media Sosial

Tabel 4.11
Hasil Angket *Challenge* Viral Di Media Sosial

Kode Responden (1)	Nilai (2)	Kode Responden (3)	Nilai (4)
R-1	46	R-19	55
R-2	60	R-20	57
R-3	63	R-21	43
R-4	55	R-22	43
R-5	41	R-23	52
R-6	44	R-24	44
R-7	40	R-25	46
R-8	44	R-26	43
R-9	44	R-27	45
R-10	40	R-28	47
R-11	59	R-29	46
R-12	57	R-30	50
R-13	46	R-31	48
R-14	48	R-32	43
R-15	46	R-33	49
R-16	44	R-34	37
R-17	44	R-35	35

(1)	(2)	(3)	(4)
R-18	52	R-36	35
Jumlah			1691
N			36
Rata-rata (M)			46,97
Standar Deviasi (SD)			6,78

Data *challenge* viral di media sosial diperoleh dari kuisisioner dengan skala *Likert* dengan skor 1 – 4 untuk 17 butir pernyataan. Analisis data diperoleh harga mean = 46,9722 ; median = 46,0000 ; modus = 44,00 dan standar deviasi = 6,78438. Berdasarkan sebaran data hasil angket pada subjek penelitian sejumlah 36 remaja, dapat ditentukan range *challenge* viral di media sosial adalah sebagai berikut:

Skor Tertinggi = 63

Skor Terendah = 35

Kelas Interval yang diinginkan = 4

$$\text{Range: } \frac{63-35}{4} = 9$$

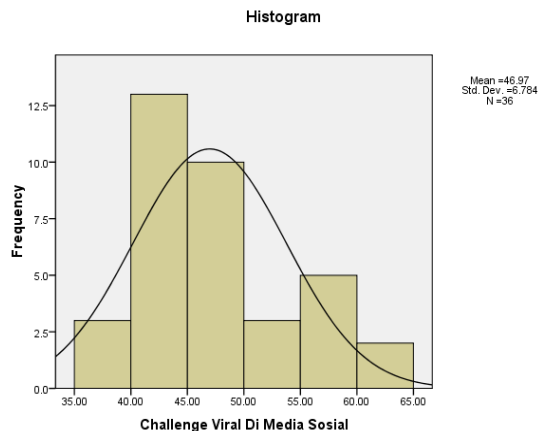
Data hasil kuisisioner digunakan untuk menentukan frekuensi. Distribusi frekuensinya hasil analisis data dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi *Challenge* Viral Di Media
Sosial

Kelas Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
63	Sangat Tinggi	1	2,8%
53-62	Tinggi	6	16,7%
43-52	Sedang	23	63,8%
35-42	Rendah	6	16,7%
Jumlah		36	100%

Sebagaimana hasil dari perhitungan di atas, maka kelas interval dengan persentase tertinggi adalah pada 43-52, dengan persentase sebesar 63,8%. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dibuat histogram seperti gambar 4.3.

Gambar 4.3
Histogram *Challenge* Viral Di Media Sosial



Pemaknaan dari histogram *challenge* viral di media sosial adalah bahwa bagian tengah kiri dari kurva merupakan nilai rata-rata dari data kelas interval, sedangkan nilai standar deviasi berada di sekitar nilai rata-ratanya sehingga data *challenge* viral di media termasuk dalam kriteria sedang.

b. Variabel Kondisi Psikologis Remaja

Tabel 4.13
Hasil Angket Kondisi Psikologis Remaja

Kode Responden (1)	Nilai (2)	Kode Responden (3)	Nilai (4)
R-1	57	R-19	59
R-2	69	R-20	58
R-3	74	R-21	54
R-4	59	R-22	57

(1)	(2)	(3)	(4)
R-5	47	R-23	54
R-6	53	R-24	49
R-7	50	R-25	57
R-8	57	R-26	64
R-9	66	R-27	49
R-10	45	R-28	47
R-11	53	R-29	44
R-12	60	R-30	52
R-13	62	R-31	45
R-14	62	R-32	47
R-15	50	R-33	58
R-16	63	R-34	48
R-17	53	R-35	47
R-18	63	R-36	50
Jumlah			1982
N			36
Rata-rata (M)			55,08
Standar Deviasi (SD)			7,27

Data Kondisi Psikologis Remaja diperoleh dari kuisioner dengan skala *Likert* dengan skor 1 – 4 untuk 21 butir pernyataan. Analisis data diperoleh harga mean = 55,0833 ; median = 54,0000 ; modus = 47,00 dan standar deviasi = 7,27569. Berdasarkan sebaran data hasil angket pada subjek penelitian sejumlah 36 remaja, dapat ditentukan range kondisi psikologis remaja adalah sebagai berikut:

Skor Tertinggi = 74

Skor Terendah = 44

Kelas Interval yang diinginkan = 4

$$\text{Range: } \frac{74-44}{4} = 9,5 \text{ dibulatkan menjadi } 10$$

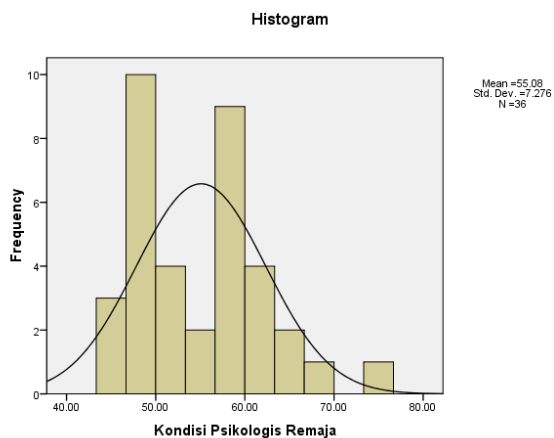
Data hasil kuisioner digunakan untuk menentukan frekuensi. Distribusi frekuensinya hasil analisis data dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Kondisi Psikologis Remaja

Kelas Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
74	Sangat Tinggi	1	2,8%
63-73	Tinggi	5	13,9%
52-62	Sedang	17	47,2%
44-51	Rendah	13	36,1%
Jumlah		36	100%

Sebagaimana hasil dari perhitungan di atas, maka kelas interval dengan persentase tertinggi adalah pada 52-62, dengan persentase sebesar 47,2%. Berdasarkan tabel 4.14 dapat dibuat histogram seperti gambar 4.4.

Gambar 4.4
Histogram Kondisi Psikologis Remaja



Pemaknaan dari histogram kondisi psikologis remaja adalah bahwa bagian tengah kiri dari kurva merupakan nilai rata-rata dari data kelas interval, sedangkan nilai standar deviasi berada di sekitar nilai rata-ratanya sehingga data kondisi psikologis remaja termasuk dalam kriteria sedang.

2. Analisis Korelasi

Alat untuk mengukur koefisien korelasi yang digunakan adalah korelasi *Product Moment* dari *Pearson*, berdasarkan hasil olah data SPSS 16.0 yang peneliti lakukan terhadap variabel *challenge* viral di media sosial dan kondisi psikologis remaja, dapat terlihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15

		Correlations	
		Challenge Viral Di Media Sosial	Kondisi Psikologis Remaja
Challenge Viral Di Media Sosial	Pearson Correlation	1	.569**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	36	36
Kondisi Psikologis Remaja	Pearson Correlation	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	36	36

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

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat disimpulkan bahwa hasil analisis korelasi (r) variabel *challenge* viral di media sosial dan kondisi psikologis remaja adalah sebesar 0,569, peneliti mengkonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 4.16
Interpretasi Nilai r

Interval Koefisien r	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Statistika Penelitian (2015)

Ternyata hubungan antara *Challenge* Viral Di Media Sosial dengan Kondisi Psikologis Remaja termasuk kategori cukup.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis yang diujikan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

Pengambilan keputusan terhadap uji hipotesis dilakukan pada taraf signifikan 5%. Ketentuan bila r hitung lebih kecil dari r tabel, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Tetapi sebaliknya bila r hitung lebih besar dari r tabel ($r_h > r_t$) maka H_a diterima.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *Pearson Product Moment Correlation*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0. Hasil proses pengujian hipotesis pada penelitian ini diperoleh r hitung mutlak 0,569. Harga ini perlu diuji signifikansinya dengan mengkonsultasikan dengan r_{tabel} . Harga r_{tabel} pada

taraf signifikan 5% dengan $N = 36$ diperoleh harga sebesar 0,329. Karena harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *challenge* viral di media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng, RT 01 RW 01, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini.

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Hipotesis

No	Variabel	N	r_{hitung}	r_{tabel}
1	<i>Challenge</i> Viral Di Media Sosial terhadap Kondisi Psikologis Remaja	36	0,569	0,329

4. Analisis Regresi Linier

Setelah diketahui bahwa pengaruh *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja adalah signifikan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi. Regresi merupakan suatu alat untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi linier

sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana menggunakan rumus $Y = a + bX$ dengan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis regresi linier variabel *challenge* viral di media sosial (X) dengan kondisi psikologis remaja (Y) dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut ini.

Tabel 4.18

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.419	7.176		3.682	.001
Challenge Viral Di Media Sosial	.610	.151	.569	4.035	.000

a. Dependent Variable: Kondisi Psikologis Remaja

Dari tabel 4.18 diperoleh harga konstanta intersep (a) sebesar 26,419 dan harga koefisien regresi (b) sebesar 0,610. Dengan demikian persamaan regresinya adalah $Y = 26,419 + 0,610 X$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta variabel kondisi psikologis remaja (Y) adalah sebesar 26,419, hal ini berarti jika tidak ada

variabel *challenge* viral di media sosial (X), maka kondisi psikologis remaja akan tetap sebesar 26,419 satuan. Bila variabel *challenge* viral di media sosial dinaikan sebesar 1 satuan, maka akan berpengaruh meningkatkan kondisi psikologis remaja sebesar 0,610 satuan.

5. Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien determinasi melalui SPSS 16.0 dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut:

Tabel 4.19
Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.304	6.07025

a. Predictors: (Constant), Challenge Viral Di Media Sosial

Berdasarkan tabel 4.19 hasil output SPSS 16.0 dengan model *summary* di atas diperoleh R^2 sebesar 0,324. Jadi sebanyak 32,4% kondisi psikologis remaja dipengaruhi oleh variabel *challenge* viral di media sosial, sisanya sebesar 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Hasil Analisis Data Kualitatif

Berdasarkan data yang diperoleh dari analisis kuantitatif pada tabel 4.12, diperoleh 7 orang remaja dengan pengaruh *challenge* viral yang dikategorikan sangat tinggi berjumlah 1 orang dan kategori tinggi berjumlah 6 orang. 7 orang responden itu adalah:

Tabel 4.20
Data Responden Wawancara

No	Responden	Jenis Kelamin	Usia	Nilai Angket
1.	RH	Laki-laki	18	63
2.	MIM	Laki-laki	19	60
3.	MRF	Laki-laki	16	59
4.	ES	Laki-laki	17	57
5.	AM	Laki-laki	20	57
6.	MRA	Laki-laki	20	55
7.	RM	Laki-laki	19	55

Semua responden berjenis kelamin laki-laki dan termasuk dalam kategori usia remaja pertengahan dan remaja akhir. Peneliti melakukan sesi wawancara dengan 7 responden di atas untuk menjelaskan dan menggali informasi lebih dalam dari data kuantitatif yang didapat, mengenai faktor apa yang menyebabkan mereka begitu tertarik dengan tren *challenge* viral di media sosial sehingga dapat memengaruhi kondisi psikologisnya.

Wawancara dilakukan pada tanggal 26 April - 1 Mei 2019.

1. Responden MIM

Wawancara dengan responden MIM dilakukan pada hari Jumat, tanggal 26 April 2019, pukul 15.00-16.00 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti, karena sebelumnya peneliti pernah menemui MIM untuk mengisi angket data kuantitatif, tidak membutuhkan waktu lama untuk MIM mengerti maksud kedatangan peneliti hari itu.

MIM baru saja lulus dari salah satu Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Cilegon dan belum bekerja, jadi kesibukannya sehari-hari tidak terlalu banyak, seperti membantu orang tuanya dan berkumpul dengan teman-temannya saja. MIM mengaku bahwa ia mengenal tren *challenge* pertama kali dari temannya yang menunjukkan sebuah video di instagram. Awalnya, salah satu teman MIM yang menunjukkan video tersebut mengajaknya dan teman-temannya yang lain untuk mengikuti *challenge* tersebut, setelah berhasil membuatnya bersama teman-teman, MIM merasa senang karena banyak mendapat respon positif dari teman-temannya baik di dunia nyata maupun dunia maya. MIM juga menganggap

proses pembuatan video *challenge* itu sangat menyenangkan.

MIM mengaku bahwa ia telah mencoba 3 *challenge*, seperti *Mannequin Challenge*, *Tik Tok Challenge*, dan *10 Years Challenge*. MIM berharap setelah ia berhasil melakukan suatu *challenge*, orang-orang akan terhibur dan memberinya pujian, namun jika kenyataan yang terjadi berbanding terbalik dengan apa yang ia harapkan, ia akan merasa kecewa dan kehilangan kepercayaan dirinya. Meskipun begitu, setiap tren *challenge* baru muncul, ia akan terus mencoba untuk dapat memuaskan hatinya.⁵⁶

2. Responden RH

Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat janji dengan RH terlebih dahulu melalui aplikasi *chatting* WhatsApp. Sesuai dengan perjanjian, wawancara dengan responden RH dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 27 April 2019, pukul 16.00-16.30 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti, dan RH pun langsung mengerti.

RH merupakan siswa kelas 12 salah satu Sekolah Menengah Atas di Kota Cilegon, kesibukan sehari-harinya hanyalah sekolah, dan waktu luangnya

⁵⁶ Wawancara dengan Responden MIM, di Lingkungan Delingseng, pukul 15.00, pada tanggal 26 April 2019.

digunakan untuk berkumpul dengan teman-temannya, dan menyalurkan hobinya dalam hal balap motor. RH mengaku, pertama kali ia mengenal tren *challenge* adalah saat ia melihat seseorang melakukan *challenge* Om Telolet Om di pinggir jalan ketika sebuah bus melintas. RH merasa itu lucu dan mengajak salah satu temannya untuk melakukan *challenge* tersebut. Mendapat respon positif dari netizen, RH pun ketagihan untuk mencoba *challenge* viral lain di media sosial. Beberapa *challenge* yang telah ia lakukan antara lain adalah Om Telolet Om, *Mannequin Challenge*, *Ice Bucket Challenge*, serta *Greget Challenge*. Ia merasa *challenge-challenge* tersebut dapat menghibur dirinya sendiri dan teman-temannya di media sosial.

RH berharap video atau foto *challenge*-nya dapat membuatnya terlihat semakin keren dan mendapat banyak pujian di dunia maya. Namun video *challenge* terakhir yang ia posting di media sosial terdapat beberapa komentar negatif dari teman-temannya, RH merasa tersinggung sehingga ia menjauhi teman-temannya tersebut. Meskipun teman-temannya telah meminta maaf dan menjelaskan bahwa komentarnya hanyalah sebuah lelucon, RH tetap tidak ingin melakukan *challenge* lagi di kemudian hari karena

merasa takut akan ada netizen lain yang berkomentar negatif pada foto/videonya.⁵⁷

3. Responden RM

Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat janji dengan RM terlebih dahulu melalui aplikasi *chatting* WhatsApp. Sesuai dengan perjanjian, wawancara dengan responden RM dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 27 April 2019, pukul 20.00-20.30 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti, dan RM pun langsung mengerti.

RM sudah lulus dari salah satu Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Cilegon dan sekarang telah bekerja. Kesibukannya sehari-hari adalah bekerja dan waktu luangnya digunakan untuk berkumpul dengan anak remaja di Lingkungan Delingseng lainnya sambil bermain dengan *smartphone*-nya. Pertama kali mengenal tren *challenge* di media sosial adalah saat ia melihat suatu video di Instagram yang menunjukkan sekumpulan remaja yang sedang melakukan *Mannequin Challenge*. RM beranggapan bahwa video tersebut sangat keren sehingga ia mengajak beberapa temannya melakukan *challenge* tersebut. RM mengaku bahwa ia melakukan tren

⁵⁷ Wawancara dengan Responden RH, di Lingkungan Delingseng, pukul 16.00, pada tanggal 27 April 2019.

challenge tanpa mengharapkan pujian dari netizen, namun hanya bermaksud untuk menghibur diri dan mengisi waktu luang. Ia telah mencoba Tik Tok *Challenge*, *Mannequin Challenge*, serta *Kiki Challenge* bersama dengan teman-temannya. Namun suatu hari, salah satu videonya mendapat komentar negatif dari salah satu temannya di dunia maya yang akhirnya membuat RM tersinggung meskipun ia tidak menunjukkannya kepada teman-temannya dan memilih untuk memendamnya sendiri. Oleh sebab itu, ia memilih untuk tidak aktif di media sosialnya untuk beberapa minggu karena RM merasa terlalu lama aktif di media sosial itu tidak sehat bagi mentalnya.⁵⁸

4. Responden MRF

Wawancara dengan responden MRF dilakukan pada hari Minggu, tanggal 28 April 2019, pukul 19.00-19.30 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti, karena sebelumnya peneliti pernah menemui MRF untuk mengisi angket data kuantitatif, sehingga tidak membutuhkan waktu lama untuk MIM mengerti maksud kedatangan peneliti pada hari itu.

⁵⁸ Wawancara dengan Responden RM, di Lingkungan Delingseng, pukul 20.00, pada tanggal 27 April 2019.

MRF merupakan siswa kelas 10 di salah satu Sekolah Menengah Atas di Kota Cilegon. Kesibukannya sehari-hari adalah sekolah dan waktu luangnya dihabiskan dengan berkumpul dengan teman-temannya di Lingkungan Delingseng. Pertama kali menganal tren *challenge* adalah dari melihat video Samyang *Challenge* dan *Cinnamon Challenge* di Instagram. MRF merasa tertantang dan mengajak teman-temannya melakukan *challenge* tersebut bersamanya, namun ia gagal saat melakukannya. Tak lama setelah itu, ia menemukan video *Mannequin Challenge* dan *Om Telolet Om challenge* di Instagram. MRF berpikir bahwa ia dapat melakukan kedua *challenge* tersebut karena terlihat mudah baginya. Ia pun mengajak teman-temannya untuk melakukan *challenge* yang baru saja ia temukan itu dan benar saja ia berhasil melakukannya, hal itu memberikan kepuasan tersendiri dalam diri MRF sehingga membuatnya ingin terus melakukan *challenge* lainnya.⁵⁹

5. Responden ES

Peneliti bertemu dengan responden ES secara tidak sengaja saat sedang berjalan pulang dari salah

⁵⁹ Wawancara dengan Responden MRF, di Lingkungan Delingseng, pukul 19.00, pada tanggal 28 April 2019.

satu rumah responden di Lingkungan Delingseng pada hari Sabtu, tanggal 27 April 2019. Kami membuat janji untuk melakukan wawancara dan ES menentukan pada hari Senin, tanggal 29 April 2019 sepulang sekolah sekitar pukul 16.00-16.30 di teras rumah responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti dan langsung memulai wawancara dengan responden.

ES merupakan siswa kelas 11 Sekolah Menengah Atas di Kota Cilegon. Kesibukannya sehari-hari hanyalah sekolah dan membantu kedua orang tuanya, waktu luang yang ia miliki biasanya dihabiskan dengan berkumpul bersama anak remaja Lingkungan Delingseng lainnya. Pertama kali mengenal tren *challenge* adalah saat ia sedang aktif di media sosial Facebook-nya dan menemukan sebuah video Tik Tok *Challenge* yang diposting oleh salah satu temannya. Berawal dari rasa penasaran, ia pun akhirnya mengunduh aplikasi Tik Tok di *smartphone*-nya dan mengajak beberapa temannya untuk melakukan *challenge* tersebut. Niat awal ES mengikuti tren ini hanyalah untuk bersenang-senang dengan temannya membuat video lucu yang nantinya akan dibagikan di media sosial.

Seiring berjalannya waktu, banyak *challenge* yang viral di media sosial lainnya yang bermunculan, sehingga ES mencoba beberapa *challenge* seperti *Mannequin Challenge*, *Don't Judge Me Challenge*, dan *Greget Challenge*. Banyaknya *like* di video *challenge*-nya membuat ES semakin semangat membuat video-video lain. Sampai pada suatu hari, video yang ES posting di media sosial hanya mendapatkan sedikit *like*, sejak saat itu ES menyadari bahwa selama ini ia bersemangat membuat video *challenge* hanyalah untuk mendapatkan *like* dan pujian dari orang lain hingga akhirnya membuatnya kurang fokus dalam mengerjakan tugas-tugasnya di sekolah. Menyadari hal itu, mulai sekarang ES mencoba untuk menghentikan kebiasaannya mengikuti tren tersebut.⁶⁰

6. Responden MRA

Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat janji dengan MRA terlebih dahulu melalui aplikasi *chatting* WhatsApp pada hari Senin, tanggal 29 April 2019. Sesuai dengan perjanjian, wawancara dengan responden MRA dilakukan sepulang kerja pada hari Selasa, tanggal 30 April 2019, pukul 20.00-

⁶⁰ Wawancara dengan Responden ES, di Lingkungan Delingseng, pukul 16.00, pada tanggal 29 April 2019.

20.30 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti dan langsung memulai wawancara.

MRA telah lulus dari salah satu Sekolah Menengah Atas 2 tahun yang lalu dan telah bekerja di salah satu pabrik di cilegon. Kesibukannya sehari-hari adalah bekerja, waktu luangnya digunakan untuk beristirahat, menonton pertandingan sepak bola, atau berkumpul dengan teman-temannya di Lingkungan Delingseng. MRA mengaku ia termasuk orang yang selalu meng-update setiap kegiatannya sehari-hari yang menurutnya menarik ke media sosial. Pertama kali MRA mengenal tren *challenge* adalah dari salah satu postingan teman SMA-nya di Instagram yang melakukan *Kiki Challenge*, karena terlihat menyenangkan, MRA pun penasaran dan mengajak teman-temannya untuk melakukan *Kiki Challenge* bersama. Setelah mempostingnya di Instagram, banyak temannya yang berkomentar bahwa mereka terhibur dengan video MRA, hal itu yang terus membuatnya semangat untuk membuat video-video lain seperti *Tik Tok Challenge*, *10 Years Challenge*, *Mannequin Challenge*, dan *Ice Bucket Challenge*.

Harapan MRA saat melakukan *challenge* di media sosial adalah agar dapat menghilangkan penat,

menghibur teman-temannya, dan mendapatkan banyak *like*. Ketika video yang ia posting tidak mendapat banyak *like*, MRA memang sedikit kecewa namun hal itu tidak menjadi penghalang baginya untuk terus mengikuti tren di media sosial.⁶¹

7. Responden AM

Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat janji dengan AM terlebih dahulu melalui aplikasi *chatting* WhatsApp pada hari Senin, tanggal 29 April 2019. Sesuai dengan perjanjian, wawancara dengan responden AM dilakukan pada hari Selasa, tanggal 30 April 2019, pukul 19.00-19.30 di kediaman responden. Peneliti menjelaskan maksud kedatangan peneliti dan langsung memulai wawancara.

AM sudah lulus dari salah satu Sekolah Menengah Atas di Kota Cilegon sekitar 2 tahun yang lalu dan sekarang sudah bekerja meskipun belum menjadi karyawan tetap. Kesibukannya sehari-hari adalah bekerja dan untuk mengisi waktu luangnya, ia bersantai di rumah sambil bermain dengan *smartphone*-nya atau berkumpul dengan teman-temannya di Lingkungan Delingseng. Pertama kali AM mengenal tren *challenge* adalah ketika salah satu

⁶¹ Wawancara dengan Responden MRA, di Lingkungan Delingseng, pukul 20.00, pada tanggal 30 April 2019.

temannya mengajaknya melakukan Tik Tok *Challenge* untuk nantinya diposting di media sosial Facebook. Melihat postingan temannya mendapat banyak *like* dan komentar positif di Facebook, AM memutuskan untuk mengunduh aplikasi Tik Tok di *smartphone*-nya dan melakukan *challenge* itu sendiri dengan harapan bahwa ia akan mendapat banyak *like* dan komentar positif dari teman-temannya di media sosial. Namun kenyataannya, video yang AM posting di media sosial miliknya hanya mendapat sedikit *like* tanpa mendapatkan komentar apa pun.

AM pun pantang menyerah dan masih mencoba untuk membuat konten semenarik mungkin untuk dibagikan di media sosial miliknya, namun kenyataan selalu berbanding terbalik dari apa yang ia harapkan selama ini. AM mengaku sempat menjadi minder dan kurang percaya diri yang akhirnya membuatnya jarang beekumpul dengan teman-temannya lagi, namun ia perlahan-lahan mencoba untuk tidak memperdulikan hal tersebut dan kembali berkumpul dengan teman-temannya seperti biasa.⁶²

⁶² Wawancara dengan Responden AM, di Lingkungan Delingseng, pukul 19.00, pada tanggal 30 April 2019.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis membuktikan bahwa tingkat ketertarikan remaja terhadap *challenge* viral di media sosial termasuk dalam kriteria sedang, dengan jumlah responden terbanyak yaitu berjumlah 23 orang atau sekitar 63,8% dari 36 responden. Hasil analisis untuk kondisi psikologis remaja pun termasuk ke dalam kriteria sedang, dengan jumlah responden terbanyak yaitu berjumlah 17 orang atau sekitar 47,2% dari 36 responden. Hasil analisis membuktikan bahwa *challenge* viral di media sosial memiliki pengaruh yang cukup terhadap kondisi psikologis remaja atau sebesar 56,9%.

Setelah dilakukan sesi wawancara dengan 7 responden yang dikategorikan memiliki pengaruh cukup tinggi untuk mengetahui lebih jelas faktor apa yang membuat mereka begitu tertarik dengan *challenge* viral di media sosial sehingga dapat mempengaruhi kondisi psikologisnya, peneliti memperoleh hasil bahwa semua responden tertarik mengikuti tren *challenge* karena diajak salah satu temannya atau melihat salah satu video *challenge* di media sosial. 5 dari 7 responden mengaku merasa kecewa dan mengalami penurunan kepercayaan diri jika video *challenge* yang ia bagikan di media sosial tidak mendapat banyak *like* dan komentar positif dari netizen. Bahkan ada beberapa dari mereka yang menjauhi

temannya yang hanya bermaksud bercanda saat meninggalkan komentar negatif di videonya, ada yang tidak ingin berkumpul dengan temannya lagi karena minder atau kurang percaya diri, sampai melalaikan tugas sekolahnya karena terlalu sibuk memikirkan bagaimana cara membuat video yang lebih menarik lagi supaya ia mendapatkan *like* dan komentar positif yang lebih banyak. Hal tersebut yang akhirnya membuat sebagian dari mereka memutuskan untuk berhenti mengikuti tren dan berusaha melupakan komentar negatif yang ia dapat di media sosial, namun sebagian lainnya memilih untuk tetap mengikuti tren dan termotivasi untuk membuatnya lebih menarik lagi.

Dengan demikian dapat dikatakan bila ketertarikan remaja terhadap *challenge* viral di media sosial cukup tinggi maka akan berpengaruh terhadap kondisi psikologis remaja seperti tingkat kepercayaan diri dan rasa ingin diperhatikan. Sebaliknya jika ketertarikan remaja terhadap *challenge* viral di media sosial cenderung rendah, maka tak akan ada pengaruh terhadap kondisi psikologisnya.

Seorang remaja berada pada batas peralihan antara kehidupan anak dan dewasa. Meskipun tubuhnya kelihatan sudah dewasa, tetapi bila diperlukan bertindak seperti orang dewasa ia gagal menunjukkan kedewasaannya. Pengalamannya mengenai alam dewasa

masih belum banyak sehingga salah satu hal yang sering terlihat pada diri mereka ialah berkeinginan besar mencoba segala hal yang belum diketahuinya. Mereka ingin mengetahui berbagai hal melalui usaha-usaha yang dilakukan dalam berbagai bidang.⁶³ Dengan keinginan untuk menjadi populer dan mendapat perhatian banyak orang, para remaja akan mengikuti tren di media sosial yang dapat mewujudkan keinginan mereka. Tren di media sosial yang biasa dilakukan oleh para remaja adalah dengan mengikuti tantangan yang sedang viral.

Dalam psikologi remaja, mereka ingin dianggap memiliki keberanian. Remaja dan dewasa muda sangat rentan terhadap tantangan seperti ini karena mereka tengah mengalami perubahan hormon. Mereka cenderung berani mengambil resiko dan karena itu mereka suka bertaruh melakukan tindakan berbahaya. Menurut dr. Resthie Rachmanta Putri M. Epid, secara psikologis, anak berusia 10-17 tahun senang meniru dan mengikuti hal yang mereka anggap keren. Apalagi saat tantangan ini sebelumnya sudah dilakukan oleh temannya dan menjadi viral di media sosial, remaja menjadi semakin tertantang untuk mencobanya tanpa memikirkan akibatnya.⁶⁴

⁶³Yulia Singgih D. Gunarsa dan Singgih D. Gunarsa, *Psikologi Remaja...*, h. 67-68.

⁶⁴“Perilaku Copycat Pada Remaja”..., diakses pada 18 Okt. 2018, pukul 10.55 WIB.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, media sosial dapat berdampak positif juga negatif bagi kondisi psikologis remaja, begitu pula dengan pengaruh *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja di Lingkungan Delingseng, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan, tingkat ketertarikan remaja terhadap tren *challenge* viral di media sosial termasuk ke dalam kategori sedang dengan jumlah responden terbanyak yaitu berjumlah 23 orang atau sekitar 63,8% dari 36 responden. Sedangkan pada kategori tinggi, nilai persentase sebesar 2,8% dengan jumlah remaja 1 orang, kategori cukup tinggi memiliki nilai persentase 16,7% dengan jumlah remaja 6 orang, serta kategori rendah memiliki persentase 16,7% dengan jumlah remaja 6 orang.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan, kondisi psikologis remaja termasuk ke dalam kategori sedang dengan jumlah responden terbanyak yaitu berjumlah 17 orang atau sekitar 47,2% dari 36 responden. Sedangkan pada kategori tinggi, nilai persentase sebesar 2,8% dengan jumlah remaja 1 orang, kategori cukup tinggi memiliki

nilai persentase sebesar 13,9% dengan jumlah remaja sebanyak 5 orang, serta kategori rendah memiliki persentase 36,1% dengan jumlah remaja sebanyak 13 orang.

3. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang cukup, sekitar 56,9% dari *challenge* viral di media sosial terhadap kondisi psikologis remaja. Bila variabel *challenge* viral di media sosial dinaikan sebesar 1 satuan, maka akan berpengaruh meningkatkan kondisi psikologis remaja sebesar 0,610 satuan.
4. Dapat disimpulkan bahwa semua responden tertarik mengikuti tren *challenge* karena diajak salah satu temannya atau melihat salah satu video *challenge* di media sosial. 5 dari 7 responden mengaku merasa kecewa dan mengalami penurunan kepercayaan diri jika video *challenge* yang ia bagikan di media sosial tidak mendapat banyak *like* dan komentar positif dari netizen. Bahkan ada beberapa dari mereka yang akhirnya memutuskan untuk berhenti mengikuti tren dan berusaha melupakan komentar negatif yang ia dapat di media sosial, namun sebagian lainnya memilih untuk tetap mengikuti tren dan termotivasi untuk membuatnya lebih menarik lagi.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berkenaan dengan penelitian mengenai *challenge* viral di Lingkungan Delingseng adalah:

1. Bagi orangtua: bagi orangtua yang memiliki anak khususnya berusia remaja baiknya selalu memperhatikan pergaulan anak mereka namun tidak bersifat mengekang, karena usia remaja merupakan masa yang labil. Awasi dengan memperhatikan lingkungan pergaulan anak, hingga tren yang sedang mereka ikuti apakah dapat membahayakan fisik dan psikologisnya atau tidak.
2. Bagi remaja: mengikuti tren adalah hal yang wajar dan tidak dilarang, namun sebaiknya pilihlah tren yang tidak berbahaya baik bagi fisik maupun psikologis. Bagi remaja yang merasa tingkat kepercayaan diri hingga rasa ingin diperhatikannya terlalu bergantung kepada respon orang lain di media sosial, bicaralah dengan orang terdekat seperti teman, orangtua, atau konselor di sekolah sebelum akhirnya menimbulkan efek yang lebih serius seperti stres, depresi, atau bahkan *mental illness*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Gunarsa, Yulia Singgih D & Singgih D Gunarsa. 2017. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Penerbit Libri
- Handayani, Sri. 2017. *Penggunaan Media Sosial Facebook Dan Twitter Di Kalangan Mahasiswa*. Serang: Fakultas Ushuluddin Dakwah dan Adab UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Hapsari, Iriani Indri, dkk. 2014. *Psikologi Faal*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Nando, Hosea Er. 2009. *Membongkar Misteri: Internet*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Nasution. 2003. *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nova I, Eka. 2015. *Buku Pintar "Pemikiran Tokoh-tokoh Psikologi"*. Yogyakarta: IRCiSod
- Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Purwanto. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Rohmandi, Arif. 2016. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Rusman, Tedi. 2015. *Statistika Penelitian (Aplikasinya dengan SPSS)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Santosa. 2012. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Sobur, Alex. 2011. *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: Pustaka Ceria
- Sri, Rumini & Siti Sundari H. S. 2013. *Perkembangan Anak Dan Remaja*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV
- Sujawerni, Wiratna, dkk. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Taniredja, Tukiran & Hidayat Mustafidah. 2012. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Internet

- Andi Restulangi, *Dampak Media Sosial Facebook Pada Kehidupan Remaja Di Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Goa*, (Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2015), <http://respositori.uin-alauddin.ac.id> diakses pada 09 Oktober 2018 pukul 19.35
- Francisca Vina O, *Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Seksual Remaja*, (Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, 2017),

<http://respository.unika.ac.id> diakses pada 09 Oktober pukul 21.00

<http://www.kamuskbbi.id/> diakses pada 13 Oktober 2018. 19.00

<http://www.unpas.ac.id/> diakses pada 13 Oktober 2018. 13.00

<https://gadgetren.com/> diakses pada 18 Oktober 2018. 11.45

<https://m.viva.co.id/> diakses pada 18 Oktober 2018. 10.53

<https://m-bintang-com.cdn.ampproject.org> diakses pada 21 Oktober 2018. 11.30

<https://today.line.me/id> diakses pada 21 Oktober 2018. 11.57

<https://www.apaarti.com> diakses pada 17 Oktober 2018. 23.27

<https://www.kata.co.id/> diakses pada 13 Oktober 2018. 19.00

<https://www.klikdokter.com/info-sehat/> diakses pada 18 Oktober 2018. 10.55

<https://www.medcom.id/> diakses pada 18 Oktober 2018. 10.53

<https://www.sumberpengertian.co/> diakses pada 13 Oktober 2018. 19.00

<https://www.tek.id/> diakses pada 18 Oktober 2018. 11.28

Ika Maharani, *Pengaruh Media Sosial Bagi Siswa/Siswi SMAN 16 Tahun 2017*, diakses dari www.academia.edu pada 06 Oktober 2018. 13.00

R Gita Ardhy Nugraha, *Penelitian Mixed Method*, diunduh dari [https://www.academia.edu/](http://www.academia.edu/) pada 30 April 2019. 14.00

Wawancara

Wawancara dengan Nanang Umar Nafis, salah satu anggota keluarga besar KH. Ali Jaya sekaligus Kepala Desa Taman Baru Kec. Citangkil pada 09 Februari 2019

Wawancara dengan Responden AM, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 30 April 2019

Wawancara dengan Responden ES, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 29 April 2019

Wawancara dengan Responden MIM, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 26 April 2019

Wawancara dengan Responden MRA, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 30 April 2019

Wawancara dengan Responden MRF, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 28 April 2019

Wawancara dengan Responden RH, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 27 April 2019

Wawancara dengan Responden RM, di Lingkungan Delingseng, pada tanggal 27 April 2019