
HUBUNGAN INSTAGRAM ADDICTION DENGAN LIFE SATISFACTION PADA EMERGING ADULTHOOD

Dini Aulia, Bianca Lastatia Putri, Nisrina Hasna Vinaya

Fakultas Psikologi
Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia
diniaulia1727@gmail.com

Abstract

In general, this study aims to see if there is a relationship between Instagram addiction and life satisfaction at the age of emerging adulthood stages. One of the most age ranges of Instagram users is 18-25 years, which is entered into the stage of emerging adulthood. Emerging adulthood is in the mid-stage between late adolescence and early adulthood. Previous research has found that at this stage individuals tend to be faced with higher self-instability than other age groups and find it harder to feel life satisfaction. Life satisfaction itself is influenced by various factors, one of which is related to the use of social media, especially Instagram. It was found that social media users tend to be less satisfied with themselves because they tend to compare themselves to people they see on social media, thus affecting life dissatisfaction in individuals. Participants in the study were 155 respondents aged 18-25 years who used Instagram for at least 3 hours per day. The measuring instruments used are TIAS (The Instagram Addiction Scale) to measure Instagram addiction and SWLS (Satisfaction with Life Scale) to measure life satisfaction. Based on the results of statistical analysis using statistical calculations with the help of Jamovi software application version 1.6 obtained results that there is no significant relationship between Instagram Addiction and Life Satisfaction at the stage of emerging adulthood age that uses Instagram social media with a minimum of 3 hours per day. One factor is that the Instagram Addiction variable requires a diagnosis from the clinical so that it is not only focused on the length of time respondents open Instagram. The results of this study are expected to be used as a reference for providing information related to the importance of understanding Instagram addiction with life satisfaction at the emerging adulthood age stage.

Keywords : *Emerging Adulthood, Instagram Addiction, Life Satisfaction, Social Media*

Abstrak

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara Instagram *addiction* dengan *life satisfaction* pada usia tahapan *emerging adulthood*. Salah satu rentang usia pengguna Instagram terbanyak adalah usia 18-25 tahun, yang masuk ke dalam tahap perkembangan *emerging adulthood*. *Emerging adulthood* berada di tahap pertengahan antara remaja akhir dan dewasa awal. Penelitian terdahulu menemukan bahwa pada tahapan ini individu cenderung dihadapkan pada ketidakstabilan diri yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya serta lebih sulit merasakan kepuasan hidup. Kepuasan hidup sendiri

dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya terkait dengan penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Terlebih lagi, pada penelitian-penelitian sebelumnya tidak ada yang spesifik membahas penggunaan Instagram dengan kepuasan hidup seseorang. Ditemukan bahwa pengguna media sosial cenderung kurang puas terhadap dirinya karena cenderung membandingkan diri dengan orang-orang yang dilihatnya di media sosial, sehingga memengaruhi ketidakpuasan hidup pada individu. Partisipan di dalam penelitian ini adalah 155 orang dengan kriteria berusia 18-25 tahun yang menggunakan Instagram minimal 3 jam per hari. Alat ukur yang digunakan adalah TIAS (*The Instagram Addiction Scale*) untuk mengukur Instagram addiction dan SWLS (*Satisfaction with Life Scale*) untuk mengukur kepuasan hidup. Berdasarkan hasil analisis statistik yang menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan aplikasi *software* Jamovi versi 1.6 diperoleh hasil bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Instagram Addiction dengan Life Satisfaction pada tahapan usia *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram dengan minimal 3 jam per hari. Salah satu faktornya adalah variabel Instagram Addiction membutuhkan diagnosis dari klinis sehingga tidak hanya terfokus pada lamanya responden membuka Instagram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk pemberian informasi terkait pentingnya pemahaman mengenai Instagram addiction dengan *life satisfaction* pada tahapan usia *emerging adulthood*.

Kata Kunci: Usia Menuju Dewasa, Kecanduan Instagram, Kepuasan Hidup, Media Sosial

PENDAHULUAN

Kepuasan hidup adalah kemajuan kognitif dan penilaian, yang mencerminkan evaluasi subjektif dan global dari kualitas hidup seseorang (Diener et al., 1985). Dalam hal kepuasan hidup, pada periode *emerging adulthood* akan lebih sulit untuk mendapatkan kepuasan hidupnya sebab banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor terutama seperti yang sudah dijelaskan periode ini ketidakstabilan dalam dirinya lebih tinggi, pada sebuah penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan hidup mahasiswa usia 20-25 tahun mengalami penurunan diakibatkan meningkatnya adiksi media sosial pada individu tersebut (Yesilyurt & Turhan, 2020).

Penelitian lain yang fokus pada adiksi media sosial Instagram mengungkapkan bahwa kecanduan bermain media sosial Instagram memengaruhi penurunan kepuasan hidup anak muda pada rentang usia 19-26 tahun dengan menggunakan beberapa variabel mediator, yaitu performa akademik, kecemasan sosial, dan depresi (Foroughi et al., 2021). Kebanyakan orang terus-menerus mengejar kualitas hidup yang tinggi dan mencari peningkatan kesejahteraan (Zhan et al., 2016).

Penggunaan sosial media terus berkembang hingga melibatkan hampir sepertiga dari populasi dunia per Januari 2016 (WeAreSocial, 2016). Instagram

berada di urutan ke-3 sebagai media sosial paling banyak digunakan di dunia (WeAreSocial, 2020). Umumnya setiap orang mengunjungi situs media sosial untuk terlibat dalam hiburan, bersosialisasi, bertukar foto, dan mengirim pesan satu sama lain (Müller et al., 2016). Saat ini, sudah banyak penelitian yang menyelidiki perilaku kecanduan di berbagai situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Tinder. Namun, hanya sedikit penelitian yang membahas tentang perilaku adiksi di Instagram (Kircaburun & Griffiths, 2018).

Instagram adalah aplikasi media sosial, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Aplikasi ini adalah saluran media sosial paling populer baru-baru ini (Huang & Su, 2018). Instagram memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif bulanan dan 80 juta foto yang dibagikan setiap hari dengan 3,5 miliar *likes* setiap hari (Instagram, 2016). Instagram memiliki jumlah pengguna tertinggi di antara aplikasi media sosial di seluruh dunia setelah Facebook dan YouTube (Instagram statistikleri, 2019). Instagram menjadi sebuah media hiburan, kenyamanan, daya tarik, ekspresi diri, dokumentasi diri, interaksi sosial, kampanye diri, bahkan sebagai ajang pameran kepada orang lain. Fitur-fitur yang terus dikembangkan oleh Instagram akhirnya

menyebabkan kecanduan. Hal tersebut dikarenakan secara tidak sadar telah mendesak para penggunanya untuk berbagi foto dan video secara terus-menerus (Kircaburun & Griffiths, 2018).

Instagram menjadi sebuah media yang digunakan untuk membagi berbagai pengalaman positif dan negatif dalam kehidupan individu, dengan harapan mendapat respon positif dari orang lain, kemudian secara impulsif mereka akan memeriksa jumlah pemberitahuan seperti *likes* dan komentar yang diunggah (Ershad & Aghajani, 2017). Penelitian telah mengungkapkan bahwa fitur *like*, *share*, *comment*, bahkan *streams* atau jumlah *views* pada media sosial bisa memicu reaksi kimia pada otak karena dianggap sebagai “hadiah atau kebahagiaan” seperti pemakaian obat kokain, akibat efek tersebut media sosial dapat menjadi ketagihan secara psikologis dan fisik. Dari berbagai fitur dan penggunaan media sosial seperti Instagram, orang menjadi membandingkan dirinya dengan orang-orang yang ia lihat di media sosial yang ia anggap orang-orang tersebut “*perfect or more cool than themselves*” sehingga menyebabkan ketidakpuasan hidup pada pengguna tersebut (Addiction Center, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2015) menunjukkan bahwa seseorang yang mengakses media sosial,

seperti Instagram membawa perubahan pada gaya hidup. Mengingat tingginya persentase jumlah pengguna media sosial khususnya Instagram, maka sangat penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang topik ini. Penelitian sebelumnya umumnya membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan hidup pada pengguna sosial media, tetapi belum terdapat penelitian yang membahas mengenai hubungan kepuasan hidup dengan pengguna media sosial Instagram pada individu berusia 18-25 tahun.

Di Indonesia, media sosial Instagram menempati urutan ke-3 sebagai pengguna terbanyak (Jakpat, 2021), berdasarkan kelompok usia pengguna terbesarnya di usia 18-24 tahun (Statista, 2021). Rentang usia tersebut termasuk dalam tahap perkembangan *emerging adulthood*. Menurut Arnett, pada *emerging adulthood* individu mengalami perubahan atau ketidakstabilan diri yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya, karena individu tidak melihat dirinya remaja ataupun sepenuhnya dewasa (Arnett, 2000).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, penelitian ini mencoba untuk menguji beberapa hipotesis, yaitu: H_0 . Tidak terdapat hubungan antara Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood*. H_1 . Terdapat

hubungan negatif antara Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood*.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang hasilnya dideskripsikan berdasarkan angka-angka. Penelitian kuantitatif ini menekankan pengukuran objektif, matematis atau numerik dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner, survei, atau memanipulasi data statistik yang menggunakan teknik komputasi (Creswell, 2013). Penelitian kuantitatif fokus pada menggeneralisasikan populasi dari pengumpulan data numerik yang dilakukan. Maka dari itu, data yang terkumpul harus diolah secara statistik agar dapat digeneralisasikan pada populasi. Data pada permasalahan penelitian penulis diperoleh melalui kuesioner untuk mengetahui hubungan Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada usia *emerging adulthood*. Jenis penelitian yang penulis gunakan, yaitu penelitian korelasional. *Correlational study* jenis metode penelitian non-eksperimental di mana seorang peneliti mengukur dua variabel untuk memahami dan menilai hubungan statistik antara dua atau lebih variabel tanpa pengaruh dari variabel asing. Tujuan dari penelitian

korelasional untuk mengetahui apakah ada perubahan pada variabel tertentu atau tidak, dan apakah suatu variabel menciptakan perubahan pada variabel lainnya. Pada penelitian ini studi korelasional digunakan karena penulis ingin melihat hubungan antara dua variabel apakah terdapat hubungan antara *social media addiction* pada penggunaan Instagram dengan *life satisfaction* seseorang khususnya pada usia *emerging adulthood*, yaitu usia 18-25 tahun.

Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah individu yang berada di tahapan perkembangan *Emerging Adulthood*. Dengan kriteria individu yang memiliki akun media sosial Instagram dan memakai aplikasi tersebut minimal 3 jam perhari. Semenjak pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia khususnya Indonesia, mengakibatkan sebagian besar kegiatan dibatasi dan menyebabkan masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di rumah lalu beralih ke internet (We Are Social, 2021). Selanjutnya, penelitian tersebut bekerja sama dengan Hootsuite yang merilis laporan di tahun 2021 berisi hasil studi tentang kebiasaan pemakaian media sosial di sejumlah negara seluruh dunia termasuk Indonesia. Menurut laporan data tersebut, ditunjukkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 14

menit sehari untuk bermain media sosial. Berdasarkan data responden yang terkumpul, sebanyak 155 partisipan yang terdiri dari 11 laki-laki dan 144 perempuan yang berada dalam rentang usia 18-25 tahun terlibat dalam penelitian ini.

Instrumen Penelitian

Skala Kecanduan Instagram

Pada Instagram *addiction* penulis menggunakan instrumen TIAS (*The Addiction Instagram Scale*), terdapat dua jenis skala Instagram, yaitu Instagram *Feed Addiction* dan Instagram *Stories Addiction*. Kedua skala tersebut masing-masing terdiri dari 20 item, di mana setiap item mewakili komponen *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*. Kedua jenis instrumen Instagram menggunakan skala Likert 5 poin berkisar antara 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Item pada Instagram *Feed Addiction* meliputi: I1. Saya sering memikirkan foto/video yang di-*posting* oleh orang lain di *feed* Instagram, I2. Saya sering memikirkan apa yang terjadi di Instagram ketika saya tidak mengaksesnya. Kemudian, item pada Instagram *Stories Addiction* meliputi: I1. Saya berpikir sebelum membagikan foto di Instagram *Stories* apakah akan membagikannya ke publik atau teman dekat, I2. Saya sering

berencana untuk melakukan *live streaming* di Instagram.

Skala Kepuasan Hidup

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *life satisfaction* menggunakan SWLS (*Satisfaction with Life Scale*) yang memiliki lima pertanyaan pilihan ganda dengan tujuh skala berkisar antara 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju). Item meliputi: I1. Secara keseluruhan kehidupan saya hampir seperti dengan apa yang saya harapkan, I2. Kondisi kehidupan saya sangat baik.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis untuk menguji hubungan negatif antara Instagram *addiction* dengan *life satisfaction* adalah menggunakan uji korelasi *spearman*. Teknik analisis data ini digunakan untuk mengetahui hubungan negatif antara Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood*. Selain itu, teknik analisis data ini digunakan karena dapat diujikan pada data yang tidak terdistribusi secara normal.

HASIL

Gambaran variabel penelitian *life satisfaction* dan Instagram *Addiction* pada responden penelitian akan diperoleh dengan melakukan kategorisasi responden secara normatif yang bertujuan untuk menginterpretasi skor berdasarkan skala

software Jamovi versi 1.6, di mana memiliki skor minimal yang diperoleh responden adalah 5, skor maksimum 35, *standar deviation* bernilai 5.69, dan *mean* bernilai 19.5. Lalu, pada perhitungan kategori Instagram *Addiction* dari kedua jenis skala, yaitu Instagram *Feeds Addiction* memperoleh skor responden 22, skor maksimum responden 97, *standar deviation* bernilai 15, dan *mean* bernilai 50.2. Kemudian pada Instagram *Stories Addiction* memperoleh skor minimal responden 25, skor maksimum responden 110, *standar deviation* bernilai 17.6, dan *mean* bernilai 53.2.

Untuk mengetahui hubungan antara Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada tahap usia *emerging adulthood* maka digunakan uji normalitas *shapiro-wilk test*. Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

	Instagram <i>Feeds</i> <i>Addiction</i>	Instagram <i>Stories</i> <i>Addiction</i>	<i>Life</i> <i>Satisfaction</i>
df	155	155	155
Test Statistic	0.977	0.964	0.995
Asymp. sig. (2- tailed)	0.012	<.001	0.878

Berdasarkan hasil pengujian *shapiro-wilk test*, diketahui bahwa variabel Instagram *Feeds Addiction*, $W(155) =$

0.977, $p < 0.05$ dan Instagram *Stories Addiction*, $W(155) = 0.964$, $p < 0.05$ tidak terdistribusi secara normal. Namun, variabel *life satisfaction*, $W(155) = 0.995$, $p > 0.05$, terdistribusi secara normal. Maka pengujian selanjutnya dilakukan menggunakan uji non-parametrik, yaitu *spearman correlation test*.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Spearman

	Indeks rs	Sig. (2-tailed)
Instagram <i>Feeds Addiction</i> & Instagram <i>Stories Addiction</i>	0.885	<.001
<i>Life Satisfaction</i> & Instagram <i>Feeds Addiction</i>	0.088	0.276
<i>Life Satisfaction</i> & Instagram <i>Stories Addiction</i>	0.053	0.509

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *spearman*, diketahui bahwa terdapat hubungan antara Instagram *Feeds Addiction* dengan Instagram *Stories Addiction* ($rs = 0.885$, $p < 0.001$). Namun, diketahui bahwa tidak terdapat hubungan antara Instagram *Feeds Addiction* dengan *life satisfaction* ($rs = 0.088$, $p > 0.05$) begitupun dengan Instagram *Stories Addiction* dengan *life satisfaction* di mana hasilnya tidak terdapat hubungan ($rs = 0.053$, $p > 0.05$).

Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis penulis, yaitu H1. Terdapat

hubungan negatif antara Instagram *Addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood* dan menerima hipotesis null, yaitu H₀. Tidak terdapat hubungan antara Instagram *addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood*.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Instagram *addiction* dan *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial Instagram. Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara Instagram *addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram. Penelitian penulis tidak sejalan dengan hasil penelitian Yesilyurt dan Turhan (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan hidup mahasiswa menurun seiring dengan meningkatnya kecanduan media sosial.

Kecanduan atau *addiction* dan waktu yang dihabiskan oleh individu di Instagram merupakan dua hal yang berbeda. Sehingga penulis yang hanya fokus pada hipotesis “Individu pada usia *emerging adulthood* akan menurun kepuasan hidupnya karena menghabiskan waktu di Instagram dengan minimal waktu 3 jam yang menimbulkan kecanduan

Instagram”, seharusnya hal tersebut menjadi sebuah perhatian penulis apabila menggunakan kata *addiction* berarti dibutuhkan sebuah diagnosis dari klinis, serta penulis tidak hanya fokus pada lamanya responden membuka Instagram (Yesilyurt & Turhan, 2020). Dengan demikian, apabila responden penelitian ini telah didiagnosis secara klinis memiliki adiksi, maka kemungkinan hasilnya akan berbeda.

Kepuasan hidup sangat penting bagi tiap individu untuk kesehatan mental dan fisik. Dapat dikatakan *life satisfaction* adalah emosi positif dengan merasakan kepuasan diri karena kebutuhan-kebutuhan dalam hidupnya sudah terpenuhi. Tiap individu berbeda-beda untuk merasakan kepuasan hidupnya, namun *life satisfaction* biasanya dipengaruhi oleh status sosial ekonomi, pendidikan, keluarga, dan pertemanan (Harandi et al., 2020). *Life satisfaction* dapat memengaruhi *self-esteem*, optimisme, rasa kesepian, dan depresi pada individu (Peitsch et al., 2016). Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan hidup tiap individu akan naik turun selama berjalannya kehidupan (Diener et al., 2017; Kutubaeva, 2019). Oleh karena itu, pada abad 21 ini meningkatnya pengguna Instagram yang didominasi oleh anak-anak muda dan lamanya waktu yang mereka

habiskan bisa memengaruhi *life satisfaction* mereka.

Pada analisis tambahan dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada *life satisfaction* yang dilihat dari jenis kelamin. Hasil penelitian penulis sejalan dengan hasil penelitian Ahmad dan Silfiasari (2018), Zhao et al (2017), serta Clemente dan Sauer (1976) yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan *life satisfaction* antara laki-laki dan perempuan serta tidak terdapat perbedaan yang signifikan jenis kelamin dalam *life satisfaction*. Hal ini dapat diartikan bahwa baik laki-laki maupun perempuan mungkin memiliki kecenderungan yang sama pada *life satisfaction*. Namun, hasil penelitian penulis tidak sejalan dengan hasil penelitian Kim, Lee, dan Dan (dalam Eladl dan Musawi, 2021) yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki *life satisfaction* yang lebih rendah daripada laki-laki. Kemudian, tidak sejalan pula dengan hasil penelitian Joshanloo dan Jovanović (2020) yang menunjukkan bahwa perbedaan jenis kelamin dalam *life satisfaction* ditemukan signifikan tetapi kecil, perempuan memiliki tingkat *life satisfaction* yang lebih tinggi daripada laki-laki di semua kelompok pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa memang banyak

faktor yang memengaruhi adanya perbedaan secara signifikan atau tidak *life satisfaction* berdasarkan jenis kelamin.

Hasil analisis selanjutnya penulis mendapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan *life satisfaction* yang dilihat dari usia responden, di mana usia responden dari rentang usia 18-25 tahun, yaitu pada *emerging adulthood* memiliki kecenderungan yang sama pada *life satisfaction*. Namun, rentang usia 20-21 tahun memiliki rata-rata yang lebih besar. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Al-Attayah dan Nasser (2016) hasil mengungkapkan perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan, tetapi tidak ada perbedaan yang signifikan antara kelompok umur. Hal ini dikarenakan bahwa *life satisfaction* akan tetap konstan sepanjang usia dewasa. Hasil penelitian Siedlecki (2009) menunjukkan bahwa meskipun banyak variabel memiliki korelasi orde nol yang signifikan dengan SWLS, hanya beberapa variabel yang memiliki kegunaan unik dalam memprediksi kepuasan hidup. Analisis invarians menunjukkan bahwa sementara sifat kualitatif kepuasan hidup tetap konstan sepanjang usia dewasa, pengaruh *fluid intelligence* pada penilaian kepuasan hidup menurun seiring bertambahnya usia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara Instagram *addiction* dengan *life satisfaction* pada *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial Instagram. Hal ini tidak menunjukkan adanya hubungan di antara dua variabel tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pada saran teoritis, yang pertama adalah responden lebih dispesifik lagi terkait dengan pekerjaannya pada variabel hubungan antara Instagram *Addiction* dan *Life Satisfaction*. Kedua, jika menggunakan variabel Instagram *Addiction*, responden harus memiliki diagnosis dari psikolog klinis. Ketiga, diharapkan untuk dapat meneliti faktor-faktor lain yang memengaruhi penggunaan Instagram *Addiction* dengan *Life Satisfaction*. Selanjutnya, pada saran praktis, komunitas dan lembaga kesehatan mental di media sosial sebaiknya memberikan informasi terkait pentingnya *Life Satisfaction* dan terkait adanya istilah Instagram *Addiction* dengan cara menyebarkan melalui masing-masing *platform* yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Gary & King, Lynda & King, Daniel. (1996). Relationships of Job and Family Involvement, Family Social Support, and Work-Family Conflict With Job and Life Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 81, 411-420. [10.1037//0021-9010.81.4.411](https://doi.org/10.1037//0021-9010.81.4.411).
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and the Potential Pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18–31. <https://doi.org/10.1017/edp.2014.2>
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Canha, L. M. N., Simões, C., Owens, L., & Matos, M. G. d. (2016). Direct and indirect pathways to QoL in the transition to adulthood in youth and young adults with disabilities. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 44(2), 149–162. <https://doi.org/10.3233/JVR-150787>
- Cramer, S., & Inkster, B. (2017) *Status of Mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*.
- Diener, E., Larsen R.J. (1993). The Experience of Emotional Well-Being. dalam Lewis, M., Haviland, J.M, (eds). *Handbook of Emotions*. New York: Guilford.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Eladl, A., & Musawi, A. Al. (2021). The Correlation between Social Media Addiction and Life Satisfaction among University Students.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–128.
- Huang, Y.-T., & Su, S.-F. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet*, 10(8), 77. <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- Johnson, W., & Krueger, R. F. (2006). How money buys happiness: Genetic and environmental processes linking finances and life satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(4), 680–691. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.4.680>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). *Online social networking and addiction: A review of the psychological literature*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duvén, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use

- of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior*, 55, 172–177. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.007>
- Nunes, Rafael & Melo, Rômulo & Júnior, Edivan & Carmo, Maria. (2016). Relationship between coping and subjective well-being of elderly from the interior of the Brazilian Northeast. *Psicologia: Reflexão e Crítica*. 29. 10.1186/41155-016-0032-x.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69–78. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.053>
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the Satisfaction with Life Scale. *Psychological Assessment*, 5.
- Rizaty, M.A. (2021, August 03). *Inilah negara pengguna Instagram terbanyak, Indonesia urutan berapa?*. <https://tinyurl.com/mxxcrrp6>
- Şahin, C. (2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4), 6.
- Sholeh, A., & Rusdi, A. (2019). A new measurement of Instagram addiction: Psychometric properties of the Instagram addiction scale (TIAS). *Cisak*, April 2021, 91–97. <https://cisak.perpika.kr/2019/publishing-paper/>
- Sousa, L., & Lyubomirsky, S. (2001). Life satisfaction. In J. Worell (Ed), *Encyclopedia of Women and Gender: Sex Similarities and Differences and The Impact of Society on Gender*, 2. San Diego : Academic Press.
- Well-Being: Three Decades of Progress. *Pulmonary Pharmacology and Therapeutics*, 12(1), 7–12. <https://doi.org/10.1006/pupt.1998.0157>
- Zhan, L., Sun, Y., Wang, N., & Zhang, X. (2016). Understanding the influence of social media on people's life satisfaction through two competing explanatory mechanisms. *Aslib Journal of Information Management*, 68(3), 347–361. <https://doi.org/10.1108/AJIM-12-2015-0195>