

Pengaruh pos Instagram dari orang yang tidak dikenal terhadap afek seseorang dimoderasi oleh orientasi perbandingan sosial = The effects of strangers' Instagram post on someone's affect moderated by social comparison orientation

Amanda Chessya Adella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481372&lokasi=lokal>

Abstrak

Maraknya penggunaan media sosial beserta segala kemudahan yang ditawarkannya, mendorong para ahli untuk meneliti konsekuensi emosional yang muncul dari penggunaan media sosial, namun hasil penelitian yang ada cukup bervariasi. Terdapat dua perspektif besar dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial dan afek, yaitu teori perbandingan sosial dan penularan emosional. Peneliti menguji variabel moderator orientasi perbandingan sosial (SCO) untuk menjelaskan perbedaan pengaruh yang dihasilkan dari melihat pos positif dan negatif pada Instagram dari orang yang tidak dikenal terhadap afek partisipan. Penelitian eksperimental ini dilakukan dengan membagi partisipan ke dalam empat kondisi, yaitu pos positif, pos negatif, pos netral, dan tidak ada pos. Setelah itu, variabel SCO diukur menggunakan Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM) dan afek partisipan diukur menggunakan Positive and Negative Affect Schedule (PANAS).

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 139 mahasiswa, diperoleh hasil bahwa SCO memoderasi pengaruh dari melihat pos positif orang lain terhadap afek positif, $b = -5,612$, $p < 0,05$, namun tidak pada afek negatif. Sebaliknya, SCO ditemukan memoderasi pengaruh dari melihat pos negatif orang lain terhadap afek negatif, $b = -6,192$, $p < 0,05$, namun tidak pada afek positif. Melalui hasil penelitian ini, pengguna media sosial dapat menentukan jenis pos seperti apa yang memberikan manfaat emosional dan mana yang justru merugikan.

The widespread use of social media and all the conveniences it offers, encourage experts to examine the emotional consequences that arise from the use of social media, but the results of existing research are quite varied. There are two major perspectives in explaining the relationship between the use of social media and affect, namely the theory of social comparison and emotional contagion. Researchers test variables moderator of social comparison orientation (SCO) to explain the different effects resulting from seeing positive and negative posts on Instagram from unknown people on the participant's affect.

This experimental study was conducted by dividing participants into four conditions, namely positive posts, negative posts, neutral posts, and no posts. After that, the SCO variable was measured using the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM) and the participants' affect was measured using the Positive and Negative Affect Schedule (HEAT).

Based on the results of a study of 139 students, the results show that SCO moderates the effect of seeing other people's positive posts on positive affect, $b = -5,612$, $p < 0,05$, but not on negative affect. In contrast, SCO was found to moderate the effect of seeing other people's negative posts on negative affect, $b = -6,192$, $p < 0,05$, but not on positive affect. Through the results of this study, social media users can determine what types of posts provide emotional benefits and which are actually detrimental.