

PERBEDAAN *HEDONIC WELL-BEING* DITINJAU DARI STATUS PERKAWINAN SERTA PENGGUNA / NON PENGGUNA MEDIA SOSIAL

Rochmatika Arista Agustiani¹, Budi Andayani²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

¹rochmatikaarista2018@mail.ugm.ac.id, ²anikoentjoro@ugm.ac.id

ABSTRAK

Kesejahteraan menjadi capaian semua orang sehingga proses pemenuhannya dapat menghabiskan waktu seumur hidup. Individu membutuhkan kesejahteraan agar dapat dikatakan sehat, sehingga tidak hanya bebas dari penyakit tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan. Kesejahteraan tidak hanya diukur dari pendapatan saja tetapi juga dari faktor interaksi sosial dan status perkawinan. Kesejahteraan dibedakan menjadi dua yaitu kesejahteraan secara afektif atau emosional (*hedonic well-being*) dan secara kognitif (*eudaimonic well-being*). Penelitian ini difokuskan pada *hedonic well-being* yakni kesejahteraan yang mengutamakan kesenangan, suka cita dan perasaan gembira serta menghindari rasa sakit. Interaksi sosial penting bagi kesejahteraan individu, yang pada zaman modern seperti sekarang ini dilakukan menggunakan media sosial. Status perkawinan dapat berpengaruh pada kesejahteraan terutama dapat meningkatkan atau mengurangi tingkat *hedonic well-being*, begitupula penggunaan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *hedonic well-being* ditinjau dari status perkawinan serta pengguna maupun non pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari IFLS 5 tahun 2014-2015 dengan melibatkan partisipan wanita saja. Metode yang digunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis varian dua jalur. Penelitian ini menghasilkan tidak ada perbedaan *hedonic well-being* berdasarkan status perkawinan dan di antara partisipan pengguna maupun non pengguna media sosial.

Kata kunci: *hedonic well-being*, status perkawinan, media sosial, perbedaan

ABSTRACT

Well-being becomes everyone's achievement so that the fulfillment process can take a lifetime. Individuals need well-being so that be classified to be healthy, so as they are not only free from disease but also capable to satisfy their needs. Well-being is not only measured by income, but also from social interaction and marital status factor. Well-being can be distinguished into two, specifically

affective well-being or emotional well-being (hedonic well-being) and cognitive (eudaimonic well-being). This study focused on hedonic well-being specifically well-being which accentuate pleasure, joy and feelings of joy and avoiding from pain. Social interaction is important for individual well-being, in modern era as it is nowadays by using social media. Marital status also has an influence on well-being particularly can increase or decrease the level of hedonic well-being, likewise social media utilization. This study aims to determine the differences in hedonic well-being in terms of marital status in the form of marriage and divorce as well as users and non-users of social media. This study uses secondary data from IFLS 5 in 2014-2015 by only involving female participants. The method used is a quantitative approach with Two-way ANOVA analysis. Results found that there are no differences in hedonic well-being based on marital status, neither social media user nor non-user participants.

Keywords: hedonic well-being, marital status, social media, difference