

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *FLEXING*
DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU IMITASI
REMAJA DI ERA DISRUPSI**

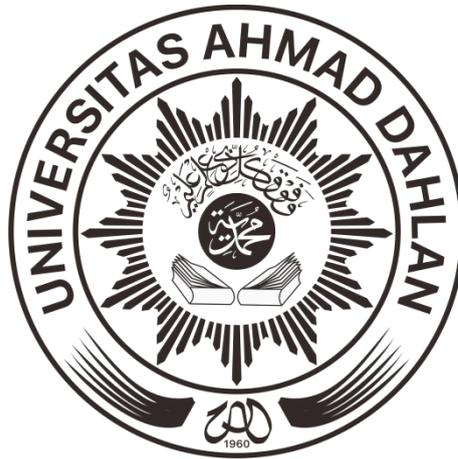
SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun oleh

**IQBAL MURSYID FATWA
1900030249**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *FLEXING*
DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU IMITASI
REMAJA DI ERA DISRUPSI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

IQBAL MURSYID FATWA

1900030249

Telah Disetujui Oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan**

Pembimbing,

**Rendra Widyatama, S.IP., M.Si., Ph.D
NIP. 196707232005011001**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *FLEXING*
DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU IMITASI
REMAJA DI ERA DISRUPSI**

SKRIPSI

Oleh:

IQBAL MURSYID FATWA

1900030249

Skripsi ini dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal
dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI:

- | | | |
|----------------|--------------------------------------|-------|
| 1. Ketua | Rendra Widyatama, S.IP., M.Si., Ph.D | |
| : | | |
| 2. Penguji 1 : | | |
| 3. Penguji 2 : | | |

Yogyakarta,
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Dekan,

Wajiran, S.S., M.A., Ph.D
NIPM. 197912182003091110900733

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqbal Mursyid Fatwa
NIM : 1900030249
Email : iqbal1900030249@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Flexing* di Instagram Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Era Disrupsi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta,.....
Yang menyatakan,

Iqbal Mursyid Fatwa
NIM. 1900030249

Mengetahui
Ketua Program Studi,

Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 19930605 201810 011 1311335

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqbal Mursyid Fatwa
NIM : 1900030249
Email : iqbal1900030249@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Flexing* di Instagram Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Era Disrupsi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar keserjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta,.....

..

Iqbal Mursyid Fatwa
NIM. 1900030249

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqbal Mursyid Fatwa
NIM : 1900030249
Email : iqbal1900030249@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Flexing* di Instagram Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Era Disrupsi

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (~~mengijinkan~~/~~tidak mengijinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta,.....
Yang menyatakan,

Iqbal Mursyid Fatwa
NIM. 1900030249

Mengetahui,
Pembimbing

Rendra Widyatama, S.IP., M.Si., Ph.D
NIP. 196707232005011001

MOTTO

لَمَّا الشَّمْسُ يَنْبَغِي لَهَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرَ وَلَا اللَّيْلُ سَابِقُ النَّهَارِ وَكُلٌّ فِي فَلَكٍ يَسْبَحُونَ

Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya (Q.S. Yasin:40)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

- Kedua orang tua peneliti, Bapak Suripno dan Ibu Sri Temuningsih yang telah memberikan dukungan moril dan materil.
- Kakak kandung peneliti, Arida Riana Hannafi yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan studi.
- Dan untuk diri peneliti sendiri, Iqbal Mursyid Fatwa.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat, berkah, hidayah dan karunia-Nya, sehingga kita masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas dan kewajiban sebagai mahasiswa. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “PENGARUH TERPAAN KONTEN *FLEXING* DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA DI ERA DISRUPSI” ini merupakan suatu syarat untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Saat pengerjaan penelitian ini, tentunya peneliti tidak dapat bekerja secara maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Muchlas, M.T, Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
2. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
3. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A, Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Rendra Widyatama, S.I.P., M.Si., Ph.D, Selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberi arahan dan masukan pada penelitian ini.
5. Selaku dosen penguji skripsi

6. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Bapak/Ibu Segenap Karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi UAD.
8. Teman-teman seperjuangan di Prodi Ilmu Komunikasi 2019.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Yogyakarta,

Iqbal Mursyid Fatwa
NIM. 1900030249

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Batasan Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka.....	7
1. Penelitian Sebelumnya.....	7
2. Kerangka Teori.....	11
2.1 Terpaan Konten.....	11
2.2 <i>Flexing</i>	12

2.3 Media Sosial	14
2.4 Remaja	16
2.5 Era Disrupsi	18
2.6 Teori Pembelajaran Sosial	19
G. Kerangka Pemikiran.....	21
H. Definisi Konseptual.....	22
1. Terpaan Konten <i>Flexing</i>	22
2. Perilaku Imitasi.....	23
I. Definisi Operasional.....	23
1. Terpaan Konten <i>Flexing</i>	23
2. Perilaku Imitasi.....	24
J. Hipotesis Penelitian.....	26
K. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Lokasi/Objek Penelitian.....	27
3. Waktu Penelitian.....	27
4. Populasi dan Sampel.....	27
a. Populasi	27
b. Sampel	28
5. Teknik Sampling.....	29
7. Teknik Validasi Data.....	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	31
8. Teknik Analisis Data.....	32
a. Analisis Deskriptif	32
b. Analisis Regresi Linier Sederhana	33
1. Uji Normalitas.....	33
2. Uji Linieritas.....	34
3. Uji Heteroskedastisitas.....	34
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	35

BAB II DESKRIPSI UMUM	36
A. Sejarah Instagram.....	36
B. Perkembangan Instagram.....	37
C. Fitur-fitur Instagram.....	39
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian.....	41
1. Karakteristik Responden.....	41
a. Berdasarkan Jenis Kelamin	41
b. Berdasarkan Usia	42
c. Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
d. Berdasarkan Status Pekerjaan	43
e. Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan	44
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
A. Uji Validitas	45
a. Uji Validitas Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i> (X).....	45
b. Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi (Y).....	46
B. Uji Reliabilitas	47
a. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i> (X).....	47
b. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Imitasi (Y).....	48
3. Analisis Deskriptif.....	48
A. Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i>	49
B. Variabel Perilaku Imitasi	50
4. Analisis Data.....	51
A. Uji Normalitas	51
B. Uji Linieritas	52
C. Uji Heteroskedastisitas	53
D. Uji Regresi Linier Sederhana	53
E. Uji Koefisien Determinasi	55
E. Uji Hipotesis	55
B. Pembahasan.....	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	65

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	71
1. Kuesioner Penelitian.....	71
2. Jumlah Populasi Penduduk Kabupaten Klaten.....	73
3. Uji Validitas Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i>	74
4. Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi.....	76
5. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i>	79
6. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Imitasi.....	79
7. Uji Normalitas.....	80
8. Uji Linieritas.....	80
9. Tabulasi Data Penelitian.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komparasi Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Kerangka Berpikir	22
Tabel 3. Operasional Variabel	24
Tabel 4. Skala Likert	30
Tabel 5. Pembagian Mean	33
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan	44
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel X	46
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi	46
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	47
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	48
Tabel 15. Analisis Deskriptif	49
Tabel 16. Mean Variabel Terpaan Konten <i>Flexing</i>	49
Tabel 17. Mean Variabel Perilaku Imitasi	50
Tabel 18. Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 19. Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 20. Uji Regresi Linier Sederhana	54

Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 22. Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 2. Konten Flexing di Instagram	12
Gambar 3. Perkembangan Logo Instagram	39

INTISARI

Internet mengakibatkan terjadinya disrupsi pada berbagai bidang kehidupan. Seperti halnya aktivitas yang semula dilakukan di dunia nyata berubah ke dunia maya. Salah satu produk dari internet yaitu media sosial seperti Instagram. Munculnya konten-konten *flexing* di Instagram menjadikan masyarakat khususnya remaja harus bersikap bijak dan kritis dalam menanggapi di era disrupsi. Terpaan konten *flexing* diartikan sebagai kegiatan mendengar, membaca, dan melihat konten-konten *flexing* yang disebarluaskan melalui media. Konten-konten *flexing* tersebut menyerpa remaja sehingga harus disikapi dengan bijak dan kritis karena dapat berpengaruh terhadap perilaku imitasi atau meniru pada remaja. Hal tersebut didukung dengan teori pembelajaran sosial yang menjelaskan bahwa media dapat berpengaruh terhadap tindakan peniruan seseorang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dibuat dengan Google Form dan disebarluaskan secara *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi. Populasi penelitian ini adalah remaja di Kabupaten Klaten. Sampel penelitian ini sebesar 400 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: memiliki akun Instagram, aktif menggunakan Instagram, remaja berumur 15-24 tahun, dan berdomisili di Klaten. Teknik analisis data dengan analisis regresi linier sederhana.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi. Hal ini ditunjukkan dari uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung $18,444 > T\text{-tabel } 1,9659$, artinya H_a : “Ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” diterima, dan H_0 : “Tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” ditolak. Diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,461, artinya variabel terpaan konten *flexing* memberikan pengaruh sebesar 46,1% terhadap variabel perilaku imitasi dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel di luar variabel penelitian. Diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,056, artinya apabila nilai terpaan konten *flexing* meningkat satu satuan maka nilai perilaku imitasi akan mengalami peningkatan sebesar 1,056.

Kata Kunci: Disrupsi, Terpaan Konten *Flexing*, Perilaku Imitasi.

ABSTRACT

The internet causes disruption in various areas of life. Just like activities that were originally carried out in the real world have changed to the virtual world. One of the products of the internet is social media such as Instagram. The emergence of flexible content on Instagram means that people, especially teenagers, must be wise and critical in responding to it in this era of disruption. Exposure to flexing content is defined as the activity of hearing, reading and viewing flexing content distributed through the media. Flexing content affects teenagers so it must be responded to wisely and critically because it can influence the imitation or copying behavior of teenagers. This is supported by social learning theory which explains that the media can influence someone's imitation actions.

This research uses quantitative methods. This research instrument uses a questionnaire created with Google Form and distributed online. The aim of this research is to determine the effect of exposure to flexing content on Instagram on the imitation behavior of teenagers in the era of disruption. The population of this

study were teenagers in Klaten district. The sample in this study was 400 respondents. The sampling technique used a purposive sampling technique with the criteria: having an Instagram account, actively using Instagram, teenagers aged 15-24 years, and domiciled in Klaten. Data analysis technique using simple linear regression analysis.

The conclusion of this research is that there is an influence of exposure to flexing content on Instagram on the imitation behavior of teenagers in the era of disruption. This is shown from the hypothesis test which obtained a significance value of $0.000 < 0.05$ and a T-count value of $18.444 > T\text{-table } 1.9659$, meaning that H_a : "There is an influence of exposure to flexing content on Instagram on the imitation behavior of teenagers in the era of disruption" is accepted, and H_0 : "There is no effect of exposure to flexing content on Instagram on adolescent imitation behavior in the era of disruption" is rejected. The coefficient of determination value obtained was 0.461, meaning that the flexing content exposure variable had an influence of 46.1% on the imitation behavior variable and the remaining 53.9% was influenced by variables outside the research variables. The regression coefficient value obtained is 1.056, meaning that if the exposure value of flexing content increases by one unit, the imitation behavior value will increase by 1.056.

Keywords: Disruption, Exposure to Flexing Content, Imitation Behavior

BAB I

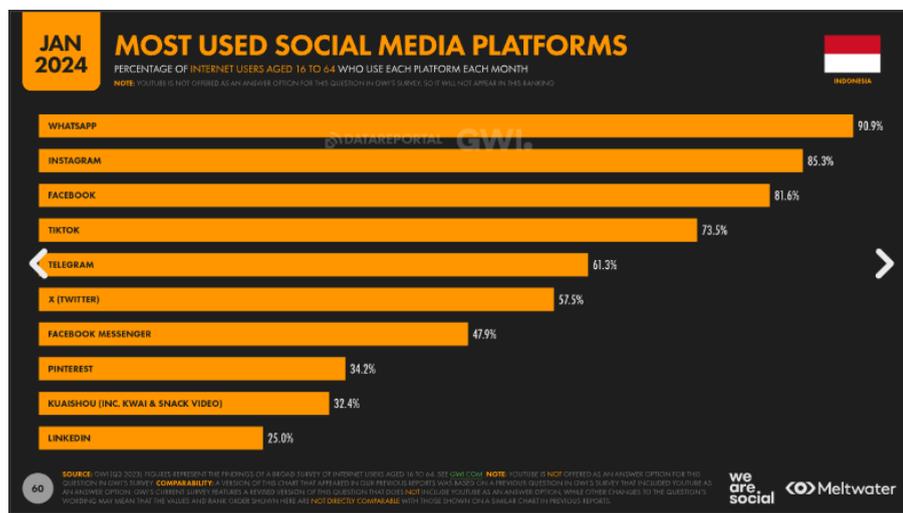
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat pada saat ini telah membawa berbagai perubahan dalam masyarakat. Kemunculan internet menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perubahan tersebut. Internet mengakibatkan terjadinya disrupsi yaitu perubahan pada beberapa aspek yang mendasar. Seperti halnya berbagai aktivitas masyarakat yang semula dilakukan di dunia nyata menjadi bergeser ke dunia maya (Lasmawan, 2019). Adanya internet memunculkan media baru (*new media*) salah satunya yaitu media sosial. Hadirnya media sosial telah mengakibatkan terjadinya disrupsi di mana masyarakat yang pada awalnya melakukan interaksi secara tatap muka di dunia nyata kemudian interaksi tersebut dilakukan secara virtual melalui media sosial.

Di era disrupsi ini media sosial telah menjadi ruang baru bagi masyarakat untuk saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media sosial, penyebaran informasi dapat dilakukan secara cepat dan dapat terjadi interaksi langsung antar pengguna tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Puspitasari, 2018). Media sosial dapat digunakan oleh berbagai kalangan untuk sarana berkomunikasi satu sama lain, sarana mengekspresikan diri, dan dapat digunakan sebagai sarana pemasaran (Purwaningrum, 2022). Pengguna media sosial pun beragam mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan orang tua. Penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak tepat di era disrupsi ini dapat menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat terlebih kepada generasi muda. Media sosial

menjadikan remaja ketagihan dalam mengaksesnya, di mana tiap hari tidak dapat terlepas dari penggunaan media sosial. Remaja yang aktif menggunakan media sosial seringkali menampilkan kegiatan sehari-hari mereka sebagaimana untuk menggambarkan gaya hidup yang ingin mengikuti suatu trend (Secsio et al., n.d.). Akibatnya, penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak tepat dapat menimbulkan hilangnya etika, norma, dan budaya yang berlaku di masyarakat (Leobisa et al., 2023).



Gambar 1. Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia (Sumber: datareportal.com)

Salah satu contoh dari media sosial adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan. Dari data diatas menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan setelah WhatsApp dengan jumlah pengguna sebesar 85,3% pengguna setiap bulan (Kemp, 2024). Instagram merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat berinteraksi satu sama lain, di mana pengguna dapat mengikuti satu sama lain, memberikan *likes*, berkomentar, membagikan cerita (*instastory*), atau mengunggah foto maupun video.

Instagram menjadi *platform* media sosial yang menyediakan banyak fitur yang memudahkan penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui konten foto dan video. Kebebasan dalam mengekspresikan diri tersebut menimbulkan perilaku baru salah satunya yaitu perilaku *flexing* (Adiprabowo et al., 2023). Edwin Syarif Agustin, seorang pengamat media sosial berpendapat bahwa Instagram menjadi *platform* media sosial yang pertama kali mempopulerkan fenomena *flexing* (Defianti, 2022).

Flexing di Instagram ditunjukkan melalui berbagai cara seperti menunjukkan kekayaan, gaya hidup mewah, prestasi, pencapaian atau sesuatu yang unggul melalui konten foto atau video yang diposting (Susanto et al., 2023). Pengguna Instagram yang melakukan *flexing* menganggap bahwa Instagram merupakan tempat arsip terhadap berbagai aktivitas, sebagai sarana untuk apresiasi diri dan diapresiasi pengikut, serta sebagai sarana untuk membangun *personal branding* (Adinda, 2023). Kesan yang ditimbulkan dari perilaku *flexing* tersebut terlihat seperti memamerkan terhadap sesuatu yang dimiliki, di mana hal-hal yang ditampilkan seringkali tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi (Putri et al., 2022).

Mayoritas pengguna media sosial Instagram adalah kalangan remaja. Menurut survei, pengguna aktif Instagram paling banyak didominasi oleh kalangan remaja berumur 13 sampai 17 tahun sebanyak 8,1%, dan remaja berumur 18-24 tahun sebanyak 32% (Kemp, 2024). Adanya fenomena *flexing* di era disrupsi ini perlu disikapi dengan bijak, sebab era disrupsi menimbulkan ancaman, tantangan dan peluang (Handayani, 2020). Pemanfaatan media sosial

perlu disikapi dengan bijak oleh semua kalangan khususnya bagi remaja. Sebab media sosial dapat memberikan berbagai pengaruh secara tidak langsung terhadap diri sendiri maupun setiap pengguna media sosial lainnya (Hardiani, 2019).

Banyaknya terpaan konten *flexing* di media sosial seperti Instagram mungkin secara tidak langsung dapat menimbulkan perubahan pola perilaku pada remaja. Dikarenakan pada masa remaja terjadi perubahan emosi dan perubahan sosial yang berdampak pada kondisi seseorang. Perilaku remaja salah satunya dipengaruhi oleh media sosial. Sebab media sosial dapat mengubungkan pikiran antar individu bahkan dapat mengubah pikiran hingga perilaku individu (Puspitasari, 2018). Salah satu dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial yaitu perilaku imitasi. Imitasi merupakan suatu tindakan dalam meniru terhadap sesuatu yang diamati. Perilaku imitasi merujuk pada proses pembelajaran yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu agar dapat beradaptasi dengan tingkah laku yang telah disesuaikan terhadap peran sosial yang telah dipelajari (Astuti & Andrini, 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yosi Hardiani (2019) dengan judul “Pengaruh Terpaan Video Instagram Stories Selebgram Reza Oktovian Terhadap Imitasi Gaya Bahasa (Studi Pada Siswa-Siswi SMA N 3 Bandar Lampung Periode 2019)”, menurut hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terpaan instagram stories memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi gaya bahasa. Kemudian penelitian oleh Dinda Puspitasari (2018) dengan judul “Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi

Merias Wajah (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)” juga menunjukkan bahwa terpaan video beauty vlogger di Youtube memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi mahasiswi dalam merias wajah. Selanjutnya penelitian oleh Yakobus Prismawan Jati Pamungkas (2023) dengan judul Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends juga menunjukkan hasil bahwa terpaan media memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti kepada beberapa remaja di Kabupaten Klaten menunjukkan bahwa remaja dalam menunjukkan eksistensi diri mereka di media sosial salah satunya dengan cara *flexing* seperti memamerkan pencapaian, prestasi, dan gaya hidup mewah melalui postingan yang mereka unggah di Instagram. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui lebih dalam terkait dengan fenomena *flexing* di media sosial seperti Instagram untuk menjawab apakah dengan adanya terpaan konten *flexing* di Instagram berpengaruh terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi.

Berkaitan dengan fenomena yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Terpaan Konten *Flexing* di Intagram Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Era Disrupsi.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka peneliti merumuskan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu “Apakah terdapat pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah peneliti paparkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi terkait dengan pengaruh terpaan konten di media sosial terhadap perilaku imitasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi peneliti terkait dengan adanya fenomena *flexing* di media sosial dan pengaruhnya terhadap remaja di era disrupsi.

b. Bagi Remaja

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi remaja dalam menambah pengetahuan yang positif dan bermanfaat terkait dengan pengaruh media sosial.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan dan memberikan kontribusi yang positif terhadap penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

E. Batasan Penelitian

Supaya penelitian ini terfokus dan tidak melebar dari pembahasan, maka peneliti melakukan pembatasan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada konten *flexing* di media sosial Instagram dan pengaruhnya terhadap perilaku imitasi remaja. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja di Kabupaten Klaten berumur 15-24 tahun yang memiliki Instagram dan aktif menggunakannya.

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Untuk mendukung penelitian yang dilakukan, peneliti mengkaji beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi penelitian. Dari beberapa sumber referensi didapatkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Dari tinjauan pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa referensi yang memiliki topik yang sama-sama

membahas pengaruh terpaan media terhadap perilaku imitasi. Beberapa penelitian yang dijadikan referensi peneliti antara lain sebagai berikut:

Penelitian pertama oleh Yosi Hardiani (2019), Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul “Pengaruh Terpaan Video Instagram Stories Selebgram Reza Oktovian Terhadap Imitasi Gaya Bahasa Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi Sman3 Bandar Lampung, Periode 2019)”. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa terpaan instagram stories memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi pada remaja. Dari penelitian tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,041 artinya terdapat pengaruh terpaan instagram stories terhadap perilaku imitasi gaya bahasa sebesar 4,1% dan sisanya 95,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian tersebut. Perbedaan dengan penelitian ini adalah mengenai objek yang diteliti. Pada penelitian tersebut objek yang diteliti adalah pengaruh terpaan video instagram stories terhadap imitasi gaya bahasa, sedangkan pada penelitian ini objek yang diteliti adalah terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi.

Penelitian kedua oleh Dinda Puspitasari (2018), Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan

judul “Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)” Diperoleh nilai t hitung $5,744 > t$ tabel $1,998$ dengan taraf signifikansi sebesar 5% , koefisien determinasi sebesar $0,346$ artinya terpaan video beauty vlogger di youtube memberikan pengaruh terhadap perilaku imitasi mahasiswa dalam merias wajah sebesar $34,6\%$. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada objek dan subjek yang diteliti. Pada penelitian tersebut objek dan subjek yang diteliti adalah pengaruh terpaan *video beauty vlogger* terhadap perilaku imitasi mahasiswi sedangkan penelitian ini objek dan subjek yang diteliti adalah pengaruh terpaan konten *flexing* terhadap perilaku imitasi remaja.

Penelitian ketiga oleh Pamungkas (2023), jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia dengan judul “Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends“. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan channel Youtube Oura Gaming terhadap perilaku imitasi bermain game Mobile Legends sebesar $67,6\%$ dan diperoleh r -hitung sebesar

0,822. Perbedaan dengan penelitian ini adalah subjek dan objek yang diteliti.

Tabel 1. Komparasi Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Yosi Hardiani (2019). Pengaruh Terpaan Video Instagram Stories Selebgram Reza Oktovian Terhadap Imitasi Gaya Bahasa (Studi Terhadap Siswa-Siswi SMA N 3 Bandar Lampung, Periode 2019)	Pendekatan penelitian kuantitatif, topik penelitian sama- sama membahas pengaruh terpaan konten di media sosial terhadap perilaku imitasi.	Objek penelitian tentang pengaruh terpaan video instagram stories, sedangkan pada penelitian ini terpaan konten <i>flexing</i> dan subjek penelitian.	Terpaan video instagram stories Reza Oktovias memberikan pengaruh terhadap imitasi gaya bahasa remaja. Diperoleh nilai t hitung 5,744 > t tabel 1,998 dengan taraf signifikansi sebesar 5 %. Koefisien determinasi sebesar 0,041
2.	Dinda Puspitasari (2018). Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013).	Pendekatan penelitian kuantitatif, metode survei, teori pembelajaran sosial, topik penelitian sama-sama membahas pengaruh terpaan konten di media sosial terhadap perilaku imitasi.	Objek penelitian tentang pengaruh terpaan video beauty vlogger, sedangkan penelitian ini tentang pengaruh terpaan konten <i>flexing</i> , media sosial yang digunakan.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel terpaan video beauty vlogger terhadap perilaku imitasi mahasiswi. Diperoleh nilai t hitung 5,744 > t tabel 1,998 dengan taraf signifikansi sebesar 5 %, koefisien determinasi sebesar 0,346
3.	Yakobus Prismawan Jati Pamungkas (2023). Pengaruh Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends.	Penelitian kuantitatif, teori pembelajaran sosial, topik penelitian sama-sama membahas pengaruh terpaan media terhadap perilaku imitasi.	Objek dan subjek yang diteliti, media sosial yang digunakan.	Terpaan channel Youtube Oura Gaming berpengaruh terhadap perilaku imitasi bermain game Mobile Legends. Nilai t-hitung sebesar 0,822, koefisien determinasi sebesar 0,676.

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

2. Kerangka Teori

2.1 Terpaan Konten

Terpaan konten dikaitkan pada kegiatan mendengar, membaca, dan melihat pesan atau informasi yang disebarkan melalui media (Rakhmat, 2019). Terpaan konten merujuk kepada aktifitas seseorang ketika menggunakan media memuat tentang banyaknya informasi yang diperoleh melalui media meliputi aspek frekuensi, durasi, dan atensi (Elvinaro, 2012). Terpaan diartikan sebagai suatu kondisi di mana seseorang atau khalayak diterpa oleh konten yang disebarkan melalui media. Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sebuah pesan atau informasi yang disajikan melalui media.

Mengukur terpaan konten dapat dilihat melalui beberapa faktor antara lain frekuensi, durasi, dan atensi (Elvinaro, 2012).

1. Frekuensi

Dapat diukur berdasarkan seberapa sering seseorang ketika melihat, membaca, dan mendengarkan konten yang terdapat di media. Semakin tinggi frekuensi maka semakin kuat ingatan seseorang sehingga menimbulkan perhatian.

2. Durasi

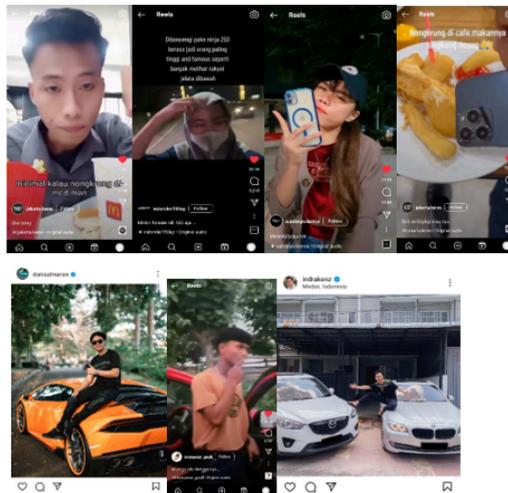
Dapat diukur berdasarkan lamanya konten menerpa seseorang. Semakin lama konten menerpa seseorang maka semakin panjang pula durasi terpaan media.

3. Atensi

Dapat diukur berdasarkan sejauh mana seseorang fokus atau memperhatikan konten di media. Semakin tinggi tingkat atensi yang diberikan seseorang mengenai suatu topik di media maka semakin besar pula dampak terpaan media.

2.2 Flexing

Flexing pada awalnya merupakan kata *slang* yang digunakan di Amerika Serikat untuk pamer dengan menunjukkan kemewahan, atau kekayaan yang dimiliki (Hardiansyah, 2023). *Flexing* merupakan tindakan untuk menunjukkan atau pamer terhadap sesuatu baik berupa kekayaan, prestasi, atau sesuatu yang dimiliki (Pohan et al., 2023).



Gambar 2. Konten Flexing di Instagram (Sumber :instagram.com)

Flexing di media sosial ditunjukkan dengan memamerkan sesuatu melalui konten-konten yang diunggah seperti yang ditunjukkan pada *Gambar1.2*. Hal-hal yang dipamerkan di media sosial beragam seperti gaya hidup mewah,

barang-barang mewah, prestasi, atau hal-hal yang dianggap unggul. Perilaku *flexing* di media sosial didorong oleh adanya persepsi yang ada di masyarakat bahwa kekayaan, gaya hidup mewah, atau pencapaian terhadap sesuatu dapat meningkatkan status sosial di masyarakat (Susanto et al., 2023).

Tujuan dari seseorang melakukan *flexing* di media sosial beragam seperti untuk menunjukkan status sosial atau citra diri (Khayati et al., n.d.). *Flexing* di media sosial juga digunakan sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan popularitas, menaikkan *engagement*, dan mempersuasi audiens (Susanto et al., 2023). *Flexing* juga bertujuan untuk memperoleh kepercayaan dan simpati orang lain sehingga orang lain menjadi terpengaruh terhadap pelaku *flexing* (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Perilaku *flexing* di media sosial menimbulkan perilaku konsumtif karena seseorang hanya ingin mendapatkan kesan dari orang lain untuk menjadi terlihat “kaya” atau lebih dari orang lain sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif untuk memenuhi ekspektasi tersebut (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023). *Flexing* juga dapat berdampak positif apabila perilaku tersebut dilakukan dengan cara yang baik, tidak menimbulkan kerugian, dan tidak melanggar norma dan hukum yang berlaku di masyarakat sehingga perilaku *flexing* tersebut dapat dijadikan motivasi bagi masyarakat (Arsyad, 2022).

2.3 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu produk media baru. Kemunculan media sosial dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yaitu internet. Media sosial merupakan suatu tempat atau wadah yang dapat digunakan sebagai alat penyampaian informasi, komunikasi dan interaksi antar sesama pengguna yang terhubung secara virtual melalui jaringan internet. Definisi media sosial menurut Van Dijk (2013), yaitu sebuah media yang terfokus kepada keberadaan pengguna dalam memberikan fasilitas untuk aktivitas maupun kolaborasi. Media sosial dipandang sebagai tempat untuk menguatkan hubungan diantara pengguna dan sebagai ikatan sosial secara *online*.

Media sosial memiliki beberapa ciri khas yang menjadi pembeda dengan media lain yaitu **jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten pengguna** (Nashrullah, 2015). Karakteristik jaringan pada media sosial menunjukkan hubungan beberapa perangkat komputer atau perangkat keras lainnya yang terhubung dengan jaringan internet. Sebagai arsip media sosial menyediakan ruang bagi setiap individu untuk saling bertukar informasi satu sama lain. Media sosial menyediakan ruang sebagai tempat penyimpanan atau pengarsipan terhadap segala informasi yang dapat diakses kapan saja melalui perangkat yang terhubung jaringan internet. Karakteristik interaksi menunjukkan bahwa media sosial membentuk interaksi antar pengguna satu sama lain. Karakteristik media sosial simulasi sosial menunjukkan bahwa media sosial dijadikan tempat untuk melakukan interaksi, komunikasi, dan berbagi informasi

dalam ruang virtual. Karakteristik konten pengguna menunjukkan bahwa pengguna media sosial memiliki hak terhadap konten di media sosial.

Instagram merupakan salah satu dari berbagai aplikasi media sosial. Instagram pada awalnya diciptakan oleh Kevin Systorm dan Mike Krieger pada tahun 2010 yang kemudian kepemilikannya diambil alih oleh Meta Facebook pada 9 April 2012. Instagram memungkinkan penggunanya untuk dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan basis kontennya berupa foto dan video.

Terdapat beberapa fitur di Instagram antara lain:

1. **Halaman utama** atau *home page* menampilkan konten-konten terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
2. **Instagram Stories**, berisi halaman yang menampilkan konten foto atau video yang dibagikan kepada oleh orang yang telah diikuti atau di *follow* dan berlangsung selama 24 jam.
3. **Komentor**, instagram memiliki kolom yang disediakan untuk berkomentar mengenai suatu postingan yang telah diunggah oleh pengguna Instagram.
4. **Profil**, berisi konten yang telah diunggah, informasi pengguna, jumlah pengikut dan akun yang diikuti.
5. **Jelajah** atau *explore* di Instagram menampilkan berbagai konten berupa foto atau video yang direkomendasikan berdasarkan algoritma yang telah dibentuk oleh pengguna. Dapat digunakan untuk mencari konten atau mencari akun pengguna lain.

6. **News Feed**, berisi kumpulan notifikasi dari segala aktifitas pengguna di Instagram. Baik notifikasi komentar, orang yang menyukai postingan, dan orang yang menandai di suatu postingan.
7. **Reels**, memuat konten berupa kumpulan video pendek yang diunggah pengguna Instagram.
8. **Pesan Langsung** atau *direct message* digunakan untuk pengiriman pesan secara pribadi antar pengguna Instagram.
9. **Catatan** atau notes digunakan oleh pengguna untuk berbagi catatan pendek maksimal 60 karakter yang dapat ditanggapi oleh pengikut dan berlangsung selama 24 jam.
10. **Profil Grup**, fitur profil grup yang dapat digunakan untuk berinteraksi antar pengguna yang tergabung dalam sebuah grup

2.4 Remaja

Remaja merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan masa transisi atau perpindahan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Remaja (*adolesence*) berarti tumbuh menuju kematangan. Remaja merupakan fase perkembangan perpindahan dari anak-anak menuju dewasa meliputi perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional (Fatmawaty, 2017).

Masa remaja ditandai dengan adanya perubahan fisik, emosional, dan sosial yang signifikan. Remaja mengalami pertumbuhan tubuh yang pesat, perkembangan pada organ reproduksi, dan perubahan pada hormon tubuh. Remaja mengalami perubahan kondisi secara emosional dan perubahan pada hubungan

dengan sesama. Dalam kehidupan sosial, remaja mulai mengembangkan kemandirian, eksplorasi nilai-nilai dan tujuan hidup serta membangun relasi antar sesama

Menurut World Health Organization (WHO), remaja merupakan penduduk yang berada pada rentang usia antara 10-19 tahun. Menurut Sarwono (2004), perkembangan remaja yaitu melalui tiga tahap yaitu tahap remaja awal usia 11-14 tahun, remaja pertengahan usia 15-17 tahun, dan remaja akhir usia 18-21 tahun. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), remaja yakni individu yang berada di usia 10-24 dan belum menikah. Definisi mengenai umur remaja dapat berbeda-beda di setiap negara atau budaya. Menurut Sarwono bahwa untuk menjelaskan definisi tentang remaja harus disesuaikan dengan budaya setempat.

Menurut Putro, (2017), terdapat beberapa ciri perubahan pada masa remaja sebagai berikut:

1. Pada masa remaja terjadi perubahan emosi yang disebabkan oleh perubahan fisik dan perubahan hormon.
2. Terjadinya perubahan fisik juga disertai dengan kematangan seksual.
3. Perubahan pada ketertarikan dalam hubungan sosial baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.
4. Pada masa remaja terjadi perubahan pada nilai terhadap sesuatu yang dianggap penting.
5. Remaja kebanyakan bersikap labil terhadap perubahan yang terjadi.

2.5 Era Disrupsi

Istilah disrupsi sudah dikenal beberapa puluh tahun yang lalu, dan dipopulerkan oleh Clayton Christensen melalui bukunya yang berjudul *The Innovator's Dilemma*. Dalam bukunya ia menggambarkan persaingan dalam dunia bisnis antara perusahaan besar yang dikalahkan oleh perusahaan kecil dikarenakan adanya inovasi yang mengakibatkan terjadinya disrupsi (Eriyanto, 2018). Pada awalnya istilah disrupsi hanya dikaitkan pada konteks ekonomi saja, seperti pada perubahan model bisnis, keuangan dan investasi. Namun seiring dengan perkembangan dan inovasi teknologi mengakibatkan terjadinya disrupsi pada berbagai aspek kehidupan, seperti bisnis, sosial, budaya, dan politik (Handayani, 2020).

Era disrupsi merujuk pada kondisi di mana terjadi perubahan secara mendasar pada berbagai bidang akibat adanya perkembangan teknologi dan inovasi. Istilah disrupsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti hal yang tercabut dari akarnya. Era disrupsi menunjukkan fenomena di mana terjadi pergeseran aktivitas yang dilakukan masyarakat yang pada awalnya dilakukan di dunia nyata ke dunia maya (Lasmawan, 2019). Era disrupsi seringkali dikaitkan dengan adanya perubahan antara pola atau sistem yang lama menuju pola atau sistem yang baru. Adanya era disrupsi perlu disikapi dengan bijak, sebab era disrupsi menimbulkan ancaman, tantangan dan peluang (Handayani, 2020).

2.6 Teori Pembelajaran Sosial

Pembelajaran sosial adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura (1977). Pembelajaran sosial merupakan pengembangan dari teori belajar perilaku tradisional. Teori pembelajaran sosial memberikan penekanan pada pesan, isyarat pada perubahan perilaku, dan proses mental internal untuk memahami bagaimana belajar sosial. Teori pembelajaran sosial ini menjelaskan bahwa tindakan peniruan yang dilakukan khalayak dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat melalui proses pembelajaran hasil pengamatan (Rakhmat, 2019).

Teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) menyimpulkan bahwa banyak sekali pembelajaran sosial yang dilakukan manusia karena mereka menunjukkan berbagai perilaku yang berbeda-beda. Teori pembelajaran sosial ini menjelaskan bahwa media dapat memberikan pengaruh terhadap tindakan belajar seseorang dan menghasilkan perilaku imitasi (Rakhmat, 2019). Perilaku meniru atau imitasi tersebut muncul karena ada model yang menjadi objek untuk ditiru.

Perilaku imitasi merujuk pada proses pembelajaran yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu agar dapat beradaptasi dengan tingkah laku yang telah disesuaikan terhadap peran sosial yang telah dipelajari (Astuti & Andriani, 2021). Perilaku imitasi merupakan suatu tindakan meniru terhadap sesuatu yang diamati.

Terdapat beberapa asumsi dalam teori pembelajaran sosial menurut Albert Bandura, antara lain:

1. Pembelajaran merupakan suatu tindakan meniru terhadap hal-hal yang terjadi di lingkungan dan berhubungan dengan perbuatan orang lain.
2. Terdapat hubungan yang erat antara proses belajar dengan lingkungan yang berkaitan dengan perilaku, faktor-faktor pribadi, dan lingkungan itu sendiri.
3. Pembelajaran sosial menghasilkan perilaku visual dan verbal yang diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari.

Albert Bandura menjelaskan mengenai proses pembelajaran melalui beberapa tahap, antara lain (Rakhmat, 2019):

1. Tahap Perhatian

Tahapan pertama dalam proses pembelajaran yaitu memberikan perhatian terhadap sesuatu yang ditiru. Secara umum orang akan memberikan perhatiannya terhadap sesuatu yang menarik, unik, dan populer. Pemberian perhatian ini tergantung terhadap objek kegiatan dan orang yang menjadi model untuk diamati.

2. Tahap Pengingatan

Tahapan kedua yaitu pengingatan terhadap sesuatu yang ditiru. Supaya mendapatkan manfaat dari objek yang diamati, seseorang harus mampu mengingat terhadap sesuatu yang telah diamati. Seseorang harus dapat

menjadikan informasi yang telah diamati dan mengubah informasi tersebut menjadi suatu perilaku yang dapat diingat.

3. Tahap Reproduksi

Ingatan-ingatan terhadap sesuatu yang diamati selanjutnya menjadi tindakan. Tanggapan terhadap objek yang diamati sangat penting dalam tahap reproduksi ini. Tanggapan tersebut dapat dilakukan melalui observasi diri.

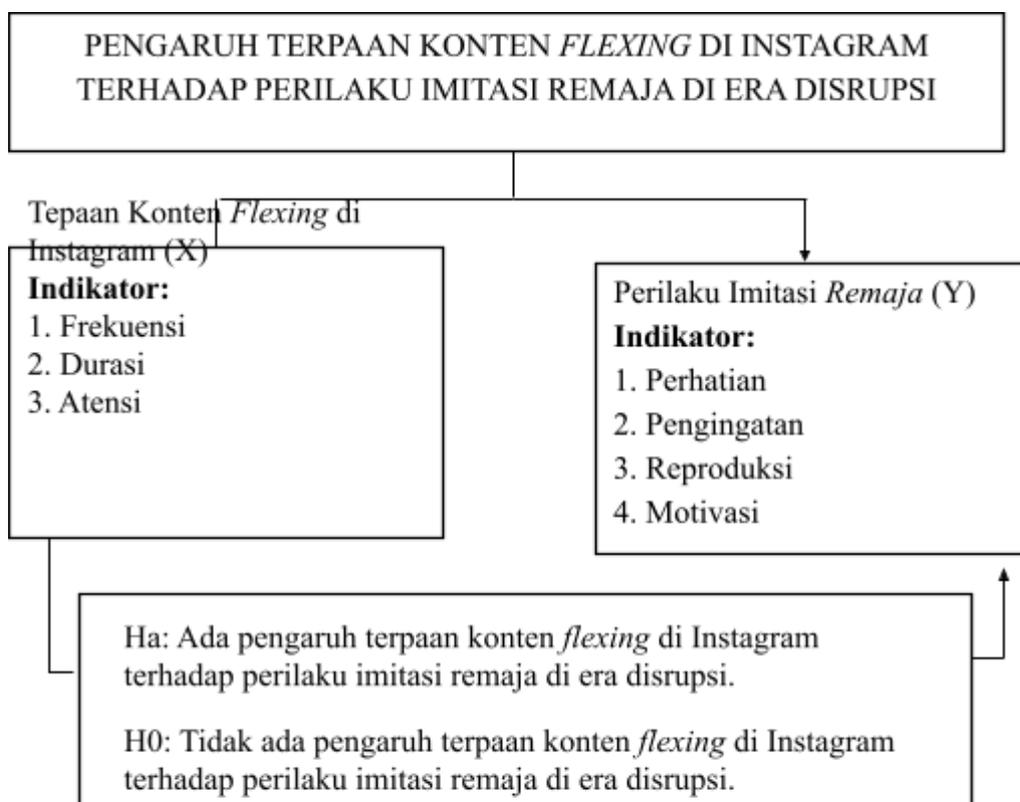
4. Tahap Motivasi

Seseorang tidak akan melakukan suatu perilaku jika hal tersebut tidak diinginkan dan menghasilkan sesuatu yang berharga sehingga objek yang diamati harus mempunyai motivasi.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan teoritis antar variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini variabel terpaan konten *flexing* di instagram sebagai variabel independen (X) dengan indikator frekuensi, durasi, dan atensi mempengaruhi perilaku imitasi remaja yang dijelaskan melalui teori pembelajaran sosial sebagai variabel dependen (Y) melalui indikator perhatian, pengingatan, motivasi, dan reproduksi.

Tabel 2. Kerangka Berpikir



(Olahan Peneliti, 2023)

H. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pengertian atau pemahaman yang menjelaskan konsep dalam penelitian berdasarkan teori dan literatur yang relevan.

1. Terpaan Konten *Flexing*

Terpaan konten diartikan sebagai suatu kondisi di mana seseorang atau khalayak diterpa oleh konten yang disebarkan melalui media. Terpaan konten merujuk kepada aktifitas seseorang ketika menggunakan media memuat tentang banyaknya informasi yang diperoleh melalui media meliputi aspek frekuensi, durasi, dan atensi (Elvinaro, 2017). Frekuensi merujuk kepada seberapa sering konten *flexing* menerpa seseorang. Durasi merujuk kepada seberapa lama konten *flexing* menerpa seseorang. Atensi mengacu pada sejauh mana seseorang fokus memperhatikan konten *flexing*.

2. Perilaku Imitasi

Perilaku imitasi merujuk pada proses pembelajaran yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu agar dapat beradaptasi dengan tingkah laku yang telah disesuaikan terhadap peran sosial yang telah dipelajari (Astuti & Andriani, 2021). Perilaku imitasi melalui beberapa tahapan yang dijelaskan dalam teori pembelajaran sosial antara lain tahap perhatian, tahap pengingatan, tahap reproduksi dan tahap motivasi (Rakhmat, 2019). Perilaku imitasi merupakan suatu tindakan meniru terhadap sesuatu yang diamati.

I. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi berdasarkan karakteristik yang dapat diobservasi melalui instrumen pengukuran (Kurniawan, 2016). Definisi operasional berkaitan dengan bagaimana cara suatu variabel dalam penelitian dapat diukur.

1. Terpaan Konten *Flexing*

Terpaan konten *flexing* adalah kondisi di mana seseorang atau khalayak diterpa oleh konten-konten *flexing* yang disebarakan melalui media. Indikator yang digunakan untuk mengukur terpaan konten *flexing* antara lain frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi dapat diukur berdasarkan seberapa sering seseorang diterpa konten *flexing* di Instagram. Durasi dapat diukur berdasarkan lamanya konten *flexing* di Instagram menerpa seseorang. Atensi dapat diukur berdasarkan tingkat fokus atau perhatian yang diberikan seseorang terhadap konten *flexing* di Instagram.

2. Perilaku Imitasi

Perilaku imitasi merupakan suatu tindakan meniru terhadap sesuatu yang diamati. Indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku imitasi antara lain tahap perhatian, tahap pengingatan, tahap tahap reproduksi, dan motivasi. Perhatian dapat diukur dari seberapa besar perhatian terhadap sesuatu yang diamati. Pengingatan diukur dari seberapa besar ingatan terhadap sesuatu yang diamati. Reproduksi dapat diukur dari tindakan yang dilakukan akibat dari sesuatu yang diamati. Motivasi dapat diukur dari seberapa besar motivasi yang diberikan terhadap sesuatu yang diamati.

Tabel 3. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Terpaan konten <i>flexing</i> di	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di beranda Instagram. 2. Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di <i>story</i> Instagram.

Instagram (X)	Durasi	<p>3. Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di <i>explore</i> Instagram.</p> <p>1. Saya melihat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya dalam waktu yang lama.</p> <p>2. Saya melihat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh <i>public figure</i> dalam waktu yang lama.</p> <p>3. Saya melihat konten <i>flexing</i> di Instagram dalam waktu yang lama.</p>
	Atensi	<p>1. Saya memberikan perhatian khusus ketika melihat konten <i>flexing</i> di Instagram.</p> <p>2. Saya memberikan perhatian penuh saat melihat konten <i>flexing</i> di Instagram.</p> <p>3. Saya fokus memperhatikan konten <i>flexing</i> di Instagram.</p>
Perilaku Imitasi (Y)	Perhatian	<p>1. Saya memahami konten <i>flexing</i> yang saya lihat di Instagram.</p> <p>2. Saya mencermati konten <i>flexing</i> di Instagram.</p> <p>3. Saya memperhatikan konten <i>flexing</i> sebagai tren di Instagram.</p>
	Pengingatan	<p>1. Saya mengingat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya di Instagram.</p> <p>2. Saya mengingat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh <i>public figure</i> di Instagram.</p> <p>3. Saya mengingat konten <i>flexing</i> di Instagram setelah melihatnya.</p>
	Reproduksi	<p>1. Saya memposting tentang pencapaian saya di media sosial.</p> <p>2. Saya memposting tentang prestasi saya di media sosial.</p> <p>3. Saya memposting tentang gaya hidup mewah saya di media sosial.</p>
	Motivasi	<p>1. Konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya memberikan motivasi.</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Konten <i>flexing</i> yang diposting oleh <i>public figure</i> memberikan motivasi. 3. Konten <i>flexing</i> di Instagram memberikan saya motivasi.
--	--	---

(Olahan Peneliti, 2023)

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis merupakan jawaban teoritis dari rumusan masalah berdasarkan teori yang relevan, akan tetapi belum didasarkan dengan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2015). Hipotesis masih berupa pernyataan atau pendapat yang bersifat sementara dan dugaan awal sehingga perlu diuji terlebih dahulu.

Merujuk pada kerangka berpikir, maka hipotesis peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha: Ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi.
- H0: Tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi.

K. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.. Menurut Sugiyono (2015), metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan

dengan menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data dan analisis datanya bersifat statistik. Penelitian kuantitatif secara umum dilakukan pada sampel yang diambil secara acak sehingga kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dapat digeneralisir pada populasi di mana sampel tersebut diperoleh (Sugiyono, 2015). Hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat, di mana variabel terpaan konten *flexing* (x) mempengaruhi variabel perilaku imitasi (y).

Penelitian ini menggunakan metode survei di mana menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat sistematis dan hasil jawaban yang diperoleh akan dicatat, diolah kemudian dianalisis. Pertanyaan-pertanyaan tersebut disusun melalui kuesioner yang dibuat dengan *google form* dan kemudian disebarakan secara online.

2. Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Klaten.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3 bulan yakni pada bulan Desember 2023 – Februari 2024.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terkait dengan subjek dan objek dengan ciri-ciri tertentu untuk dipelajari dan memperoleh kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di

Kabupaten Klaten yang berjumlah 271.250 (BPS Kabupaten Klaten, 2022). Umur remaja 10-14 tahun berjumlah 91.484, umur 15-19 tahun berjumlah 92.202, umur 20-24 berjumlah 87.564.

b. Sampel

Sampel yaitu sebagian kecil atau representatif dari populasi yang diteliti (Sugiyono, 2015). Sampel dalam penelitian digunakan sebagai alternatif untuk mengumpulkan data dari keseluruhan populasi yang terlalu besar atau terlalu sulit dijangkau.

Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menghitung besarnya sampel yang diperlukan dalam penelitian.

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

- n adalah jumlah sampel yang dibutuhkan.
- N adalah jumlah populasi.
- e adalah jumlah tingkat kesalahan

$$n = \frac{271250}{1+271250(0,05)^2}$$

$$n = \frac{271250}{1+271250(0,0025)}$$

$$n = \frac{271250}{1+678,125}$$

$$n = \frac{271250}{679,125}$$

$n = 399,5$ dibulatkan menjadi 400.

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan dengan populasi sebesar 271.250 dengan tingkat kesalahan 5% menggunakan rumus Slovin adalah 400 sampel.

5. Teknik Sampling

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama terhadap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015).

Menurut Sugiyono (2015), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* adalah untuk memudahkan peneliti dalam mengelompokkan responden yang akan diteliti, sebab tidak semua responden mempunyai karakteristik yang dibutuhkan oleh peneliti. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini antara lain:

- a. Memiliki akun Instagram;
- b. Aktif menggunakan Instagram;
- c. Remaja berumur 15-24 tahun;
- d. Berdomisili di Klaten.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015), mendapatkan data merupakan tujuan utama dari dilakukannya suatu penelitian. Tanpa mengetahui bagaimana teknik dalam pengumpulan data maka peneliti tidak bisa mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data kepada responden melalui pertanyaan-pertanyaan tertulis (Sugiyono, 2015). Kuesioner dibuat melalui *google form* kemudian disebarakan secara *online*. Skala pengukuran dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert dipergunakan untuk mengukur terkait dengan persepsi, pendapat, dan sikap terhadap responden mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Jawaban dari setiap item pertanyaan diberi bobot nilai sebesar 5-1.

Tabel 4. Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Olahan Peneliti, 2023)

7. Teknik Validasi Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015), validitas adalah derajat ketepatan antara data pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan peneliti. Data dikatakan valid

apabila data tidak menunjukkan perbedaan antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Untuk menguji validitas dapat menggunakan rumus *correlation product moment*.

Rumus *correlation product moment*:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sumber: Yusup, 2018)

r_{xy} = koefisien *korelasi product moment*

n = jumlah responden

x_i = skor item percobaan pertama

y_i = skor item percobaan setelahnya

Ketentuan:

1. Apabila nilai R-hitung $>$ R-tabel = valid
2. Apabila nilai R-hitung $<$ R-tabel = tidak valid
3. Apabila nilai signifikansi $<$ 0,05 = valid
4. Apabila nilai signifikansi $>$ 0,05 = tidak valid

Pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk memudahkan perhitungan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015), reliabilitas berhubungan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Data dikatakan reliabel apabila ketika dilakukan penelitian ulang pada objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

Rumus *Cronbach Alpha*:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

(Yusup, 2018)

r_i = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = jumlah item pertanyaan

$\sum s_i^2$ = jumlah varian skor tiap pertanyaan

S_t^2 = varian total

Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

8. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data yang telah terkumpul berdasarkan nilai minimum, nilai maksimal, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Analisis deskriptif pada penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai mean atau rata-rata jawaban pada indikator masing-masing variabel. Pembagian mean pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Pembagian Mean

Interval	Kategori
1 - 1,49	Sangat Rendah
1,5 - 2,49	Rendah
2,5 - 3,49	Sedang
3,5 - 4,49	Tinggi
4,5 - 5	Sangat Tinggi

(Olahan Peneliti, 2023)

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data dilakukan setelah instrumen terbukti valid dan reliabel. Pada penelitian ini analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Syarat untuk melakukan analisis regresi yaitu data berdistribusi normal, dan hubungan antar dua variabel bersifat linier.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengukuran untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel penelitian berdistribusi normal (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini uji normalitas digunakan untuk melihat distribusi data pada variabel pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja. Uji normalitas dengan melihat grafik *Probability Plots (P-Plot)* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila titik-titik mengikuti garis diagonal dan tidak melebar terlalu jauh dari garis diagonal, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- b. Apabila titik-titik tidak mengikuti garis diagonal dan melebar terlalu jauh dari garis diagonal, maka dikatakan data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas berfungsi untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dan variabel dependen apakah bersifat linier. Dasar pengambilan kesimpulan pada uji linieritas menggunakan program SPSS versi 25 dengan melihat nilai signifikansi linierity (Widhiarso, 2010) pada tabel Anova dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi *linierity* kurang dari 0,05 maka hubungan variabel independen dan variabel dependen bersifat linier.
- b. Apabila nilai signifikansi *linierity* lebih dari 0,05 maka hubungan variabel independen dan variabel dependen non linier.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan variasi dari nilai residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila variasi dari nilai residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Apabila variasi dari nilai residual suatu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap maka dikatan

homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan kesimpulan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.
- b. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2015). Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap variabel dependen yaitu perilaku imitasi remaja. Pengujian regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 25.

BAB II DESKRIPSI UMUM

A. Sejarah Instagram

Instagram (IG) merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer. Media sosial Instagram memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi satu sama lain dengan konten berbasis foto dan video. Pengguna Instagram dapat membagikan konten berupa foto atau video dan dapat ditanggapi oleh pengguna lain seperti memberikan komentar, menyukai, dan membagikan postingan yang telah diunggah.

Instagram merupakan hasil pengembangan dari aplikasi yang sebelumnya bernama Burbn yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada awalnya Burbn merupakan aplikasi yang berbasis *check-in mobile*, di mana penggunanya dapat berbagi foto dan melakukan *check-in* di tempat atau lokasi yang didatangi. Dikarenakan Burbn dinilai mempunyai kemiripan dengan aplikasi Foursquare, maka Burbn kemudian fokus mengembangkan aplikasinya hanya untuk berbagi foto dan video, hingga pada tanggal 6 Oktober 2010 tercipta aplikasi Instagram yang diambil dari kata "*instan camera*" dan "*telegram*" (Wikipedia, 2013).

Penamaan Instagram tersebut terinspirasi dari sebuah kamera polaroid yang dapat mengambil gambar secara langsung atau instan dan telegram yang dapat membagikan informasi. Makna dari penamaan Instagram tersebut bahwa

dengan menggunakan Instagram, pengguna dapat berbagi foto dan video secara instan dan dapat berbagi informasi dengan cepat memanfaatkan jaringan internet (Armayani et al., 2021).

B. Perkembangan Instagram

Saat awal perilisannya pada tahun 2010, Instagram hanya diperuntukkan untuk ponsel yang berbasis sistem operasi iOS (produk Apple) yang dirilis secara resmi pada aplikasi App Store. Seiring dengan ketenaran Instagram, pada 3 April 2012 Instagram memperluas jangkauannya dengan merilis versi yang berbasis Android, hingga akhirnya pada 9 April 2012 Instagram dibeli oleh Meta (Facebook) senilai 1 miliar dollar (Wikipedia, 2013).

Instagram terus melakukan berbagai pengembangan dan inovasi dengan memberikan fitur-fitur baru dalam aplikasinya. Pada November 2012, Instagram merilis profil situs web, di mana pengguna dapat melihat feed dari pengguna Instagram lain melalui peramban web dengan tambahan pilihan lencana, dan tombol *widget web* yang dapat ditautkan ke profil. Kemudian pada tahun 2016, Instagram merilis versinya untuk Windows dengan menambahkan fitur untuk video, postingan album, dan *direct message*. Instagram juga menghadirkan fitur *Instagram Stories* yang dapat digunakan pengguna untuk memposting foto dan video singkat selama 24 jam. Selanjutnya pada tahun 2018, Instagram merilis fitur untuk pengguna dapat mengunduh arsip data, IGTV, penghapusan jumlah suka pada postingan, penghapusan tab mengikuti. Kevin Systorm dan Mike Krieger mengundurkan diri sebagai CEO Instagram pada tanggal 24 September 2018, dan

kemudian digantikan oleh Adam Mosseri pada tanggal 1 Oktober 2018 (Wikipedia, 2013).

Munculnya berbagai *platform* media sosial yang menampilkan konten-konten video pendek seperti TikTok, SnackVideo, Likee, dan sebagainya viral di kalangan pengguna media sosial, membuat Instagram memberikan inovasi dengan menghadirkan fitur baru yang serupa diberi nama Reels pada 5 Agustus 2020. Fitur Reels tersebut menampilkan konten-konten video berdurasi 15-30 detik (Instagram, 2022).

Pada bulan Desember 2022, Instagram merilis fitur *notes* yang dapat digunakan oleh pengguna untuk berbagi catatan pendek maksimal 60 karakter yang dapat ditanggapi oleh pengikut dan berlangsung selama 24 jam. Kemudian Instagram juga merilis fitur profil grup yang dapat digunakan untuk berinteraksi antar pengguna yang tergabung dalam sebuah grup (Meta, 2022)

Jumlah pengguna Instagram terus menerus mengalami peningkatan. Semenjak dua bulan setelah perilisannya, Instagram telah memiliki satu juta pengguna, kemudian pada Juni 2011 jumlah penggunanya mencapai 5 juta, kemudian pada September 2011 telah mencapai 10 juta pengguna, selanjutnya pada 30 April 2012 Instagram memiliki 50 juta pengguna aktif (Wikipedia, 2013), hingga pada April 2023 Instagram telah memiliki 1,628 miliar pengguna (Kemp, 2023a).



Gambar 3. Perkembangan Logo Instagram (Sumber: logo.com)

Instagram telah melakukan perubahan pada logo yang pada awalnya menampilkan sebuah gambar kamera polaroid hingga saat ini telah memiliki logo terbaru berupa sebuah siluet kamera polaroid dengan gradasi warna.

C. Fitur-fitur Instagram

Terdapat beberapa fitur di media sosial Instagram, antara lain:

1. **Halaman utama** atau *home page* menampilkan konten-konten terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
2. **Instagram Stories**, berisi halaman yang menampilkan konten foto atau video yang dibagikan kepada oleh orang yang telah diikuti atau di *follow* dan berlangsung selama 24 jam.
3. **Komentar**, instagram memiliki kolom yang disediakan untuk berkomentar mengenai suatu postingan yang telah diunggah oleh pengguna Instagram.
4. **Profil**, berisi konten yang telah diunggah, informasi pengguna, jumlah pengikut dan akun yang diikuti.
5. **Jelajah** atau *explore* di Instagram menampilkan berbagai konten berupa foto atau video yang direkomendasikan berdasarkan algoritma

yang telah dibentuk oleh pengguna. Dapat digunakan untuk mencari konten atau mencari akun pengguna lain.

6. **News Feed**, berisi kumpulan notifikasi dari segala aktifitas pengguna di Instagram. Baik notifikasi komentar, orang yang menyukai postingan, dan orang yang menandai di suatu postingan.
7. **Reels**, memuat konten berupa kumpulan video pendek berdurasi 15-30 detik yang diunggah pengguna Instagram.
8. **Pesan Langsung** atau *direct message* digunakan untuk pengiriman pesan secara pribadi antar pengguna Instagram.
9. **Catatan** atau notes digunakan oleh pengguna untuk berbagi catatan pendek maksimal 60 karakter yang dapat ditanggapi oleh pengikut dan berlangsung selama 24 jam.
10. **Profil Grup**, fitur profil grup yang dapat digunakan untuk berinteraksi antar pengguna yang tergabung dalam sebuah grup

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini mengampil sampel dari populasi remaja di Kabupaten Klaten yang berumur 15-24 tahun. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebesar 400 responden. Dari hasil kuesioner yang telah disebarkan diperoleh data-data sebagai berikut.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil pengumpulan data pada penelitian ini menunjukkan responden laki-laki dan perempuan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	185	46.3	46.3	46.3
	Perempuan	215	53.8	53.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

(Olahan Peneliti, 2024)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 215 responden sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 185.

b. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	24	6.0	6.0	6.0
	16	25	6.3	6.3	12.3
	17	41	10.3	10.3	22.5
	18	46	11.5	11.5	34.0
	19	46	11.5	11.5	45.5
	20	57	14.2	14.2	59.8
	21	51	12.8	12.8	72.5
	22	68	17.0	17.0	89.5
	23	25	6.3	6.3	95.8
	24	17	4.3	4.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel di atas responden paling banyak berada di usia 22 tahun yakni sebanyak 68 responden dan paling sedikit berada di usia 24 tahun sebanyak 17 responden.

c. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	29	7.2	7.2	7.2
	SMA/SMK	166	41.5	41.5	48.8
	Perguruan Tinggi	205	51.2	51.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil kuesioner didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan pada Perguruan Tinggi yakni sebanyak 205 responden, sedangkan dari tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 166 responden, dan paling sedikit dari responden yang berada pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 29 responden.

d. Berdasarkan Status Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan dilihat dari responden yang belum bekerja dan sudah bekerja. Adapun hasil kuesioner dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	270	67.5	67.5	67.5
	Sudah Bekerja	130	32.5	32.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil kuesioner yang telah disebarakan didominasi oleh responden yang belum bekerja sebanyak 270 responden dan responden yang sudah bekerja sebanyak 130 responden.

e. Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan uang saku/penghasilan dalam sebulan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500.000	64	16.0	16.0	16.0
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	127	31.8	31.8	47.8
> Rp 1.000.000	209	52.3	52.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

(Olahan Peneliti, 2024)

Dilihat berdasarkan data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan lebih dari Rp 1.000.000 adalah sebanyak 209 responden, kemudian 127 responden memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000, dan yang paling sedikit adalah responden yang memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan kurang dari Rp 500.000 sebanyak 64 responden.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini variabel independen (X) yaitu terpaan konten *flexing* sedangkan variabel dependen (Y) yaitu perilaku imitasi. Sebelum melakukan analisis data, instrumen penelitian harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian. Kemudian setelah diuji validitasnya instrumen penelitian harus reliabel artinya instrumen penelitian akan menghasilkan data yang sama apabila digunakan untuk meneliti ulang pada objek yang sama. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 sampel responden.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Pengujian dilakukan menggunakan *correlation pearson product moment*. Adapun penentuan valid atau tidaknya suatu item pernyataan yaitu dengan melihat besaran R-hitung dan R-tabel, apabila nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel, maka item pernyataan dikatakan valid.

a. Uji Validitas Variabel Terpaan Konten *Flexing* (X)

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 25, uji validitas pada variabel terpaan konten *flexing* menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	No Item	R-hitung	R-tabel	Kesimpulan
Terpaan Konten <i>Flexing</i>	X1	0,742	0,361	Valid
	X2	0,755	0,361	Valid
	X3	0,827	0,361	Valid
	X4	0,876	0,361	Valid
	X5	0,727	0,361	Valid
	X6	0,702	0,361	Valid
	X7	0,753	0,361	Valid
	X8	0,781	0,361	Valid
	X9	0,758	0,361	Valid

(Olahan Peneliti, 2024)

Dapat disimpulkan berdasarkan data pada tabel di atas bahwa dari 9 item pernyataan pada variabel terpaan konten *flexing* menunjukkan nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa item pernyataan untuk variabel terpaan konten *flexing* dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi (Y)

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 25, hasil uji validitas variabel perilaku imitasi menunjukkan hasil berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi

Variabel	No Item	R-hitung	R-tabel	Kesimpulan
	Y1	0,768	0,361	Valid
	Y2	0,814	0,361	Valid
	Y3	0,856	0,361	Valid
	Y4	0,687	0,361	Valid
	Y5	0,714	0,361	Valid
	Y6	0,802	0,361	Valid
	Y7	0,675	0,361	Valid
	Y8	0,625	0,361	Valid
	Y9	0,629	0,361	Valid
	Y10	0,798	0,361	Valid
	Y11	0,762	0,361	Valid
	Y12	0,731	0,361	Valid

(Olahan Peneliti, 2024)

Dapat disimpulkan berdasarkan data pada tabel di atas bahwa dari 13 item pernyataan pada variabel perilaku imitasi menunjukkan nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel, maka dapat disimpulkan item pernyataan untuk variabel perilaku imitasi dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan SPSS versi 25. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

a. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten *Flexing* (X)

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	9

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 9 item pernyataan pada variabel terpaan konten *flexing* diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,912. Dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan konten *flexing* reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,912 lebih besar dari 0,60.

b. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Imitasi (Y)

Pengujian reliabilitas variabel perilaku imitasi menggunakan SPSS 25 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	12

(Olahan Peneliti, 2024)

Dari data pada tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,923 > 0,60 dan dapat disimpulkan dari 13 item pernyataan pada variabel perilaku imitasi yang telah diuji reliabilitasnya dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,923 lebih besar dari 0,60.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai data yang telah terkumpul berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Analisis deskriptif penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Terpaan Konten <i>Flexing</i>	400	21	45	34.94	5.466
Perilaku Imitasi	400	22	56	42.80	8.499
Valid N (listwise)	400				

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel diatas pada variabel terpaan konten *flexing* memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 34,94, dan standar deviasi 5,466, sedangkan pada variabel perilaku imitasi memiliki nilai skor minimum sebesar 22, nilai maksimum 56, nilai rata-rata 42,80 dan standar deviasi 8,499. Analisis deskriptif pada penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai mean atau rata-rata jawaban pada indikator masing-masing variabel.

A. Variabel Terpaan Konten *Flexing*

Pada variabel terpaan konten *flexing* memiliki indikator yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Berikut hasil perhitungan mean pada tiap indikator variabel terpaan konten *flexing*:

Tabel 16. Mean Variabel Terpaan Konten Flexing

Indikator	No Item	Mean	Mean Keseluruhan
Frekuensi	1 - 3	4,07	
Durasi	4 - 6	3,84	3,88 (Tinggi)
Atensi	7 -9	3,74	

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel di atas variabel terpaan konten *flexing* memiliki nilai mean sebesar 3,88 di mana berada pada kategori penilaian tinggi dengan masing-masing indikator memiliki mean sebagai berikut:

1. Pada indikator frekuensi memiliki nilai mean sebesar 4,07 dengan kategori tinggi.
2. Pada indikator durasi memiliki nilai mean sebesar 3,84 dengan kategori penilaian tinggi.
3. Pada indikator atensi memiliki nilai mean sebesar 3,74 dengan kategori penilaian tinggi.

B. Variabel Perilaku Imitasi

Pada variabel perilaku imitasi pada penelitian ini memiliki indikator perhatian, pengingatan, reproduksi, dan motivasi. Berikut perhitungan mean pada tiap indikator perilaku imitasi:

Tabel 17. Mean Variabel Perilaku Imitasi

Indikator	No Item	Mean	Mean Keseluruhan
Perhatian	10 -12	3.61	3.57 (Tinggi)
Pengingatan	13 - 15	3.55	
Reproduksi	16 - 18	3.44	
Motivasi	19 - 21	3.68	

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai mean keseluruhan pada variabel perilaku imitasi adalah sebesar 3,57 dengan kategori penilaian tinggi dengan nilai mean masing-masing indikator sebagai berikut:

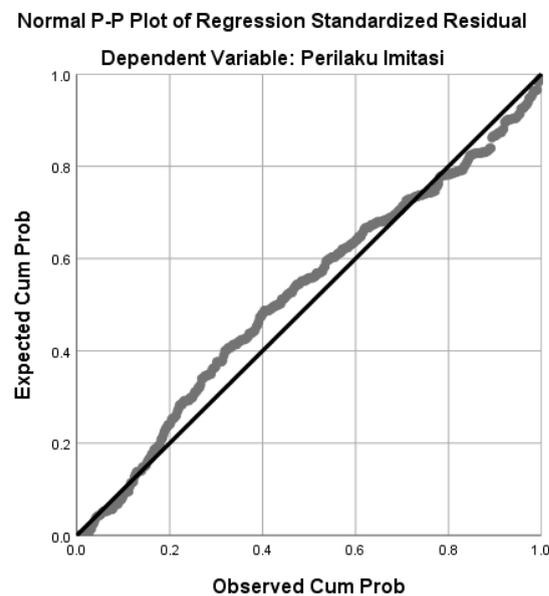
1. Indikator perhatian memiliki nilai mean sebesar 3,61 dengan kategori penilaian tinggi.
2. Indikator pengingatan memiliki nilai mean sebesar 3,55 dengan kategori penilaian tinggi.

3. Indikator reproduksi memiliki nilai mean sebesar 3,44 dengan kategori penilaian sedang.
4. Indikator motivasi memiliki nilai mean sebesar 3,68 dengan kategori penilaian tinggi.

4. Analisis Data

A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini uji dengan melihat grafik P-Plot. Hasil pengujian menggunakan uji P-Plot menunjukkan grafik sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Grafik P-Plot

Data dikatakan normal apabila titik-titik mengikuti arah diagonal dan tidak melebar terlalu jauh dari arah garis diagonal. Dilihat dari grafik P-Plot tersebut

data mengikuti garis diagonal dan tidak melebar terlalu jauh sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

B. Uji Linieritas

Uji linieritas berfungsi untuk mengetahui variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier. Hasil uji linieritas pada penelitian ini ditunjukkan melalui tabel berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	309.514	24	12.896	15.54	.000
		Linearity	228.284	1	228.284	275.102	.000
		Deviation from Linearity	81.231	23	3.532	4.256	.000
	Within Groups		311.181	375	.830		
	Total		620.695	399			

(Olahan Peneliti, 2024)

Data dikatakan linier apabila memiliki nilai signifikansi *linierity* kurang dari 0,05 (Widhiarso, 2010). Dilihat pada tabel diatas, data pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi *linierity* sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu terpaan konten *flexing* dan variabel dependen perilaku imitasi memiliki hubungan yang linier.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji adanya kesamaan varian dari nilai residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser. Hasil uji glejser pada penelitian ini ditunjukkan melalui tabel berikut:

Tabel 19. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.822	1.315		2.145	.033
	Terpaan Konten <i>Flexing</i>	.055	.037	.073	1.467	.143

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Olahan Peneliti, 2024)

Dasar pengambilan keputusan pada uji glejser yaitu apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Dari tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,143 > 0,5 sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap variabel dependen yaitu perilaku imitasi remaja. Hasil uji regresi linier sederhana pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 20. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.920	2.024		2.924	.004
	Terpaan Konten <i>Flexing</i>	1.056	.057	.679	18.444	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi

(Olahan Peneliti, 2024)

Dilihat dari output diatas diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 5,920 dan nilai konstanta (b) sebesar 1,056. Diperoleh nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel terpaan konten *flexing* berpengaruh terhadap perilaku imitasi. Persamaan regresi linier sederhana pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,920 + 1,056X$$

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut:

- a) Nilai konstant a adalah sebesar 5,920.
- b) Nilai koefisien regresi variabel terpaan konten *flexing* (X) adalah sebesar 1,056 bernilai positif, artinya hubungan antara variabel terpaan konten *flexing* dan variabel perilaku imitasi searah.
- c) Nilai koefisien regresi variabel terpaan konten *flexing* (X) terhadap perilaku imitasi adalah 1,056, artinya apabila terpaan konten *flexing* nilainya naik satu (1) satuan maka nilai perilaku imitasi juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,056.

E. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.459	6.248

a. Predictors: (Constant), Terpaan Konten *Flexing*
(Olahan Peneliti, 2024)

Dilihat dari tabel di atas, diperoleh nilai R-square sebesar 0,461 artinya variabel terpaan konten *flexing* memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi sebesar 46,1% dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel di luar variabel penelitian.

E. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada penelitian. Hipotesis penelitian ini adalah

Ha: Ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi

H0: Tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi.

Tabel 22. Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.920	2.024		2.924	.004
	Terpaan Konten <i>Flexing</i>	1.056	.057	.679	18.444	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi

(Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil output diatas diperoleh nilai T-hitung adalah sebesar 18,444 dan nilai T-tabel dengan taraf signifikansi 0,05% adalah sebesar 1,9659. Dapat disimpulkan bahwa nilai T-hitung $18,444 > T\text{-tabel } 1,9659$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis “Ada pengaruh terpaan konten *flexing* terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” diterima.

B. Pembahasan

Peneliti menyusun kuesioner penelitian yang kemudian disebar secara online menggunakan *Google Form* kepada 30 responden untuk diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel terpaan konten *flexing* sebagai variabel independen dan variabel perilaku imitasi sebagai variabel dependen. Pada variabel terpaan konten *flexing* (X) terdapat 9 item pernyataan dan variabel perilaku imitasi (Y) sejumlah 12 pernyataan. Dari masing-masing

pernyataan pada setiap variabel tersebut dinyatakan valid dan reliabel. Pada variabel terpaan konten *flexing* semua item pernyataan mempunyai nilai R-hitung lebih besar dari R-tabel (0,361) dan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,912 lebih besar dari 0,60. Pada variabel perilaku imitasi 12 item pernyataan memiliki nilai R-hitung lebih besar dari R-tabel (0,361) dan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,923 lebih besar dari 0,60.

Setelah kuesioner penelitian dinyatakan valid dan reliabel kemudian peneliti menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian sebanyak 400 responden dari populasi remaja di Kabupaten Klaten sebanyak 271.250 (BPS Kabupaten Klaten, 2022) dengan kriteria yaitu memiliki akun Instagram, aktif menggunakan Instagram, remaja berumur 15-24 tahun, dan berdomisili di Klaten.

Setelah kuesioner terkumpul peneliti menganalisis responden berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan uang saku/penghasilan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 185 responden dan perempuan sebanyak 215 responden. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh responden paling banyak berada di usia 22 tahun yakni sebanyak 68 responden dan paling sedikit berada di usia 24 tahun sebanyak 17 responden. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan hasil responden dengan tingkat pendidikan pada Perguruan Tinggi yakni sebanyak 205 responden, sedangkan dari tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 166 responden, dan paling sedikit dari responden yang berada pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 29 responden. Selanjutnya karakteristik

responden berdasarkan status pekerjaan yaitu belum dan sudah bekerja didominasi oleh responden yang belum bekerja sebanyak 270 responden dan responden yang sudah bekerja sebanyak 130 responden. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan uang saku/penghasilan dalam sebulan diperoleh responden yang memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan lebih dari Rp 1.000.000 adalah sebanyak 209 responden, kemudian 127 responden memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000, dan yang paling sedikit adalah responden yang memiliki uang saku/penghasilan dalam sebulan kurang dari Rp 500.000 sebanyak 64 responden.

Setelah dianalisis berdasarkan karakteristik responden selanjutnya peneliti menganalisis secara deskriptif dari jawaban responden dengan melihat total skor dari jawaban responden. Berdasarkan data pada variabel terpaan konten *flexing* memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 34,94, dan standar deviasi 5,466, sedangkan pada variabel perilaku imitasi memiliki nilai skor minimum sebesar 22, nilai maksimum 56, nilai rata-rata 42,80 dan standar deviasi 8,499.

Selanjutnya peneliti melakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran mengenai mean atau rata-rata pada indikator masing-masing variabel. Pembagian penilaian dilihat dari interval nilai rata-rata dengan kategori penilaian sangat rendah pada interval 1-1,49, kategori rendah pada interval 1,5-2,49, kategori sedang pada interval 2,5-3,49, kategori tinggi pada interval 3,5-4,49, dan kategori sangat tinggi pada interval 4,5-5.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, pada variabel terpaan konten *flexing* memiliki nilai mean keseluruhan sebesar 3,88 di mana berada pada kategori penilaian tinggi. Indikator frekuensi memiliki nilai mean sebesar 4,07, indikator durasi memiliki nilai mean sebesar 3,84 dan indikator atensi memiliki nilai mean sebesar 3,74. Pada variabel perilaku imitasi memiliki nilai mean keseluruhan sebesar 3,57 dengan kategori penilaian tinggi. Indikator perhatian memiliki nilai mean sebesar 3,61, indikator pengingatan memiliki nilai mean sebesar 3,55, indikator reproduksi memiliki nilai mean sebesar 3,44, indikator motivasi memiliki nilai mean sebesar 3,68.

Setelah dianalisis secara deskriptif peneliti selanjutnya melakukan analisis inferensial. Analisis inferensial dalam penelitian ini dengan melakukan uji-uji seperti uji normalitas, uji linieritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.

Pada uji normalitas menggunakan uji P-Plot untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan uji P-plot menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal dan tidak melebar terlalu jauh sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Selanjutnya uji linieritas berfungsi untuk mengetahui variabel terpaan konten *flexing* (X) dan variabel perilaku imitasi memiliki hubungan linier atau tidak.

Dari hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi *linierity* adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel terpaan konten *flexing* dan variabel perilaku imitasi memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya peneliti melakukan uji heteroskedastisitas untuk menguji adanya kesamaan varian dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya menggunakan uji glejser. Dari pengujian menggunakan uji glejser didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,143 lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji koefisien determinasi dilakukan peneliti untuk melihat besaran pengaruh variabel terpaan konten *flexing* terhadap variabel perilaku imitasi. Dari hasil pengujian didapatkan nilai *r-square* sebesar 0,461 artinya variabel terpaan konten *flexing* memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku imitasi sebesar 46,1% sedangkan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Pada uji regresi lineier sederhana diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 5,920, nilai koefisien regresi sebesar 1,056 dan bernilai positif artinya hubungan antara variabel terpaan konten *flexing* dan variabel perilaku imitasi remaja searah dan dapat disimpulkan bahwa apabila terpaan konten *flexing* nilainya naik satu (1) satuan maka nilai perilaku imitasi juga akan meningkat sebesar 1,056.

Pada pengujian hipotesis diperoleh nilai T-hitung sebesar 18,444 lebih besar dari nilai T-tabel sebesar 1,9659 dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis “Ada pengaruh terpaan konten

flexing di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” diterima dan hipotesis “tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” ditolak.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan munculnya internet telah mengakibatkan terjadinya disrupsi dalam berbagai bidang kehidupan. Internet telah mengubah pola dan sistem pada masyarakat yang semula dilakukan di dunia nyata berubah ke dunia maya (Lasmawan, 2019). Penggunaan media sosial di era disrupsi ini perlu dikontrol dengan tepat, sebab penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak tepat dapat menimbulkan hilangnya etika, norma, dan budaya yang berlaku di kehidupan masyarakat (Leobisa et al., 2023). Seperti munculnya perilaku *flexing* di media sosial Instagram. Banyaknya konten *flexing* tersebut perlu disikapi dengan bijak dan kritis khususnya bagi remaja sebab di masa remaja kondisi emosionalnya masih labil dan mudah terpengaruh (Putro, 2017).

Remaja harus dapat memahami dampak positif dan negatif dari perilaku *flexing* di media sosial. *Flexing* dapat berdampak positif seperti untuk meningkatkan popularitas, dan personal branding, akan tetapi perilaku *flexing* di media sosial cenderung memberikan dampak yang negatif seperti memunculkan perilaku hedon dan konsumtif (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023). Remaja juga harus dapat memahami ancaman, tantangan, dan peluang dari adanya konten *flexing* tersebut di era disrupsi ini, bukan hanya sekedar meniru perilaku *flexing* untuk mendapatkan perhatian dari orang lain.

Perilaku meniru atau imitasi terhadap *flexing* di media sosial tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Dalam teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) dijelaskan bahwa media dapat memberikan pengaruh terhadap tindakan belajar seseorang dan menghasilkan perilaku imitasi (Rakhmat, 2019). Konten-konten *flexing* yang menampilkan kemewahan, pencapaian, prestasi, atau sesuatu yang dianggap unggul bagi seseorang akan berpengaruh terhadap orang lain karena tindakan peniruan dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat melalui proses pembelajaran hasil pengamatan.

Teori pembelajaran sosial menjelaskan bahwa tindakan belajar seseorang melalui beberapa tahapan yaitu perhatian, pengingatan, reproduksi, dan motivasi. Pada tahap perhatian, remaja akan memperhatikan konten-konten *flexing* yang muncul saat menggunakan Instagram. Setelah remaja memberikan perhatian terhadap sesuatu yang diamati, maka mereka akan mengingat konten-konten *flexing* tersebut karena dianggap menarik, unik, dan populer. Setelah melalui tahap perhatian dan pengingatan, remaja akan melakukan tindakan atas apa yang telah mereka perhatikan dan ingat. Selanjutnya tahap motivasi, remaja tidak akan meniru perilaku *flexing* seperti yang dilakukan oleh orang lain di Instagram ketika hal tersebut tidak memberikan motivasi bagi dirinya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan konten *flexing* di Instagram berpengaruh terhadap perilaku imitasi remaja. Terpaan konten *flexing* dalam konteks penelitian ini merujuk kepada aktifitas seseorang ketika menggunakan media sosial Instagram memuat tentang banyaknya informasi terkait dengan konten *flexing* melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi.

Frekuensi merujuk pada seberapa sering seseorang melihat konten *flexing* di Instagram. Durasi merujuk pada lamanya konten *flexing* di Instagram diterima seseorang. Atensi merujuk pada tingkat fokus atau perhatian yang diberikan seseorang terhadap konten *flexing* di Instagram.

Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya oleh Hardiani (2019) yang membahas tentang pengaruh terpaan video Instagram stories Reza Oktovian terhadap imitasi gaya bahasa (studi terhadap siswa-siswi SMA N 3 Bandar Lampung, periode 2019). Dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa terpaan konten (video Instagram *stories* Reza Oktovian) memberikan pengaruh terhadap imitasi gaya bahasa remaja.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Puspitasari (2018) dengan judul pengaruh terpaan video *beauty vlogger* di Youtube terhadap perilaku imitasi mahasiswi dalam merias wajah (studi pada mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa terpaan konten (*video beauty vlogger*) berpengaruh terhadap perilaku imitasi mahasiswi dalam merias wajah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Pamungkas (2023) yang membahas tentang pengaruh *Channel* Youtube *Oura Gaming* terhadap perilaku imitasi bermain *Game Mobile Legends*. Dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa terpaan channel Youtube *Oura Gaming* berpengaruh terhadap perilaku imitasi bermain *Game Mobile Legends*. Hal ini menjelaskan bahwa

semakin tinggi tingkat terpaan konten maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap perilaku imitasi.

Dari hasil uji hipotesis diperoleh nilai T-hitung sebesar $18,444 > T\text{-tabel } 1,9659$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis “Ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” diterima, dan hipotesis “Tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” ditolak. Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi R-square sebesar $0,461$ atau $46,1\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan konten *flexing* memberikan pengaruh sebesar $46,1\%$ terhadap perilaku imitasi dan sisanya sebesar $53,9\%$ dipengaruhi oleh variabel di luar variabel penelitian.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi. Hal ini ditunjukkan dari uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung $18,444 > T\text{-tabel } 1,9659$, artinya H_a : “Ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” diterima, dan H_0 : “Tidak ada pengaruh terpaan konten *flexing* di Instagram terhadap perilaku imitasi remaja di era disrupsi” ditolak. Diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,461, artinya variabel terpaan konten *flexing* memberikan pengaruh sebesar 46,1% terhadap variabel perilaku imitasi dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel di luar variabel penelitian. Diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,056, artinya apabila nilai terpaan konten *flexing* meningkat satu satuan maka nilai perilaku imitasi akan mengalami peningkatan sebesar 1,056.

B. Saran

1. Di era disrupsi ini remaja diharapkan bersikap lebih bijak dan kritis terhadap fenomena *flexing* di media sosial. *Flexing* dapat berdampak positif dan cenderung berpengaruh negatif seperti menimbulkan perilaku konsumtif dan hedon. Hal tersebut perlu diperhatikan sebab di era disrupsi dapat membawa ancaman, tantangan, dan peluang yang perlu dihadapi oleh remaja.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk membahas lebih dalam mengenai pengaruh terpaan konten *flexing* terhadap perilaku imitasi menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, K. (2023). Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit. *EMIK: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 68–90.
- Adiprabowo, A. D., Fauziah, A. Z., Nurnayla, F., Loen, H. S. Z., & Humaira, J. A. (2023). Fenomena Flexing dan Fomo di Instagram: Persepsi Generasi Z terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @jeromepolin. *Jurnal Interaksi Sosiologi*, 2(2), 62–69.
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928.
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>
- Ardianto, E. (2012). Komunikasi massa: Suatu pengantar.
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 134–142.
- BPS Kabupaten Klaten. (2022, February 25). *Kabupaten Klaten Dalam Angka 2022*. <https://klatenkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/87d9e9c7356ad4ce4872b70f/kabupaten-klaten-dalam-angka-2022.html>
- Defianti, I. (2022, April 7). *Journal: Fenomena Flexing, Pamer Harta demi Eksistensi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/news/read/4928859/journal-fenomena-flexing-pamer-harta-demi-eksistensi?page=6>
- Eriyanto. (2018). Disrupsi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Fatmawaty, R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Jurnal Reforma*, VI(02), 55–65.
- Handayani, S. A. (2020). Humaniora dan Era Disrupsi. In N. A. T. M. Z. U. L. D. P. W. S. Heru S.P. Saputra (Ed.), *Humaniora dan Era Disrupsi Teknologi Dalam Konteks Historis* (Vol. 1, Issue 1, pp. 19–30). Jember University Press.
- Hardiani, Y. (2019). *Pengaruh Terpaan Video Instagram Stories Selebgram Reza Oktovian Terhadap Imitasi Gaya Bahasa Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi Sman3 Bandar Lampung, Periode 2019)*. <https://eprints.umm.ac.id/47727/>

- Hardiansyah, Z. (2023, March 11). *Arti Kata “Flexing” yang Ramai Dipakai di Twitter dan Medsos Lain*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2023/03/11/13450017/arti-kata-flexing-yang-ramai-dipakai-di-twitter-dan-medsos-lain>
- Instagram. (2022). *Introducing Instagram Reels*. Instagram.
<https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>
- Kemp, S. (2023). *Instagram Users, Stats, Data & Trends*. Datareportal.Com.
<https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal.Com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khayati, N., Apriliyanti, D., Sudiana, V. N., Setiawan, A., & Pramono, D. (n.d.). *Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural*.
- Lasmawan, W. (2019). Era Disrupsi dan Implikasinya Bagi Reposisi Makna dan Praktek Pendidikan. *Jurnal Media Komunikasi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* , 1, 54–65.
- Leobisa, J., Baun, S., Lopis, Y. S., & Saingo, Y. A. (2023). Tantangan Penggunaan Media Sosial di Era Disrupsi dan Peran Pendidikan Etika Kristen. *Aletheia Christian Educators Journal*, 4(1), 38–48.
<https://doi.org/10.9744/aletheia.4.1.38-48>
- Meta. (2022). *New Sharing Features on Instagram: Notes, Group Profiles and More*. Meta.
<https://about.fb.com/news/2022/12/sharing-features-on-instagram-notes-group-profiles-and-more/>
- Nasrullah, R (2015). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2015: Simbiosis Rekatama Media.
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analysis of The Influence of Flexing in Social Media on Community Life. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 7(1), 173–178.
<https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>

- Pamungkas, Y. P. J. (2023). Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, Vol 2 No 10, 2238–2253.
www.youtube.com/@OuraGaming
- Pohan, S., Munawwarah, P., Susanty, J., & Sinuraya, B. (2023). Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 490.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Purwaningrum, A. A. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Kesenjangan Sosial dan Pola Pikir Masyarakat Mengenai Paham Flexing di Indonesia. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Puspitasari, D. (2018). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)*.
<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/40601>
- Putri, N. K., Mumtazah, S. A., & Agustin, E. (2022). Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan. *The Influence of Social Media on Flexing Culture Phenomenon in Indonesian Society*, 603–610.
- Putro, K. Z. (2017). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25–32.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi* (T. Surjaman, Ed.; Edisi Revisi). Simbiosia Rekatama Media.
- Secsio, W., Putri, R., Nurwati, R. N., Meilanny, & Santoso, B. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Terhadap Remaja. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Susanto, A. E. H., Nadiroh, Abbas, H., & Purwanto, A. (2023). Lifestyle: Flexing Behavior in Social Media. *International Journal of Economics (IJEK)*, 2(1), 27–31. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i1.410>
- Widhiarso, W. (2010). Uji Linieritas Hubungan. *Fakultas Psikologi UGM*, 1–6.
- Wikipedia. (2013, May). *Instagram*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : 15 16 17 18 19

		20	21	22	23	24
Tingkat Pendidikan	:	SMP		SMA/SMK	Perguruan Tinggi	
Status Pekerjaan	:	Belum Bekerja		Sudah Bekerja		
Uang Saku/Penghasilan Dalam Sebulan	:	Dibawah Rp 500.000		Rp 500.000 - Rp 1.000.000		Lebih dari Rp 1.000.000
Saya menggunakan Instagram dalam beberapa menit/jam yang lalu	:	Ya		Tidak		

Kriteria Jawaban:

SS :Sangat Setuju
 S : Setuju
 N: Netral
 TS: Tidak Setuju
 STS: Sangat Tidak Setuju

Variabel Terpaan Konten *Flexing*

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Frekuensi						
1	Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di beranda Instagram.					
2	Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di story Instagram.					
3	Saya sering melihat konten <i>flexing</i> di explore Instagram.					
Durasi						
1	Saya melihat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya dalam waktu yang lama.					
2	Saya melihat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh public figure dalam waktu yang lama.					

3	Saya melihat konten <i>flexing</i> di Instagram dalam waktu yang lama.					
Atensi						
1	Saya memberikan perhatian khusus ketika melihat konten <i>flexing</i> di Instagram.					
2	Saya memberikan perhatian penuh saat melihat konten <i>flexing</i> di Instagram.					
3	Saya fokus memperhatikan konten <i>flexing</i> di Instagram.					

Variabel Perilaku Imitasi

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Perhatian						
1	Saya memahami konten <i>flexing</i> yang saya lihat di Instagram.					
2	Saya mencermati konten <i>flexing</i> di Instagram.					
3	Saya memperhatikan konten <i>flexing</i> sebagai tren di Instagram.					
Pengingatan						
4	Saya mengingat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya di Instagram.					
5	Saya mengingat konten <i>flexing</i> yang diposting oleh public figure di Instagram					
6	Saya mengingat konten <i>flexing</i> di Instagram setelah melihatnya.					
Reproduksi						
7	Saya memposting tentang pencapaian saya di media sosial.					
8	Saya memposting tentang prestasi saya di media sosial.					
9	Saya memposting tentang gaya hidup mewah saya di media sosial.					
Motivasi						
11	Konten <i>flexing</i> yang diposting oleh teman saya memberikan motivasi.					

12	Konten <i>flexing</i> yang diposting oleh public figure memberikan motivasi.					
13	Konten <i>flexing</i> di Instagram memberikan saya motivasi.					

2. Jumlah Populasi Penduduk Kabupaten Klaten

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4	43 866	41 435	85 301
5-9	43 236	41 285	84 521
10-14	46 779	44 705	91 484
15-19	47 989	44 213	92 202
20-24	45 107	42 457	87 564
25-29	44 955	43 386	88 341
30-34	45 813	45 538	91 351
35-39	49 309	47 773	97 082
40-44	48 881	47 644	96 525
45-49	46 405	46 659	93 064
50-54	43 609	45 580	89 189
55-59	37 874	41 633	79 507
60-64	31 476	34 839	66 315
65-69	24 935	28 575	53 510
70-74	16 620	20 345	36 965
75+	18 131	24 798	42 929
Kabupaten Klaten	634 985	640 865	1 275 850

3. Uji Validitas Variabel Terpaan Konten *Flexing*

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Terpaan Konten <i>Flexing</i>
X1	Pearson Correlation	1	.443*	.587**	.636**	.544**	.448*	.504**	.479**	.484**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.014	.001	.000	.002	.013	.005	.007	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.443*	1	.741**	.499**	.424*	.520**	.462*	.546**	.622**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.005	.019	.003	.010	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.587**	.741**	1	.601**	.428*	.451*	.609**	.639**	.719**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.018	.012	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.636**	.499**	.601**	1	.740**	.606**	.687**	.697**	.565**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.544**	.424*	.428*	.740**	1	.478**	.444*	.344	.556**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.002	.019	.018	.000		.008	.014	.063	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.448*	.520**	.451*	.606**	.478**	1	.597**	.467**	.299	.702**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.012	.000	.008		.000	.009	.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.504**	.462*	.609**	.687**	.444*	.597**	1	.564**	.324	.753**
	Sig. (2-tailed)	.005	.010	.000	.000	.014	.000		.001	.080	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.479**	.546**	.639**	.697**	.344	.467**	.564**	1	.697**	.781**		
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.000	.000	.063	.009	.001		.000	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.484**	.622**	.719**	.565**	.556**	.299	.324	.697**	1	.758**		
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.001	.001	.109	.080	.000		.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Terpaan Konten <i>Flexing</i>	Pearson Correlation	.742**	.755**	.827**	.876**	.727**	.702**	.753**	.781**	.758**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

4. Uji Validitas Variabel Perilaku Imitasi

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y11	Y12	Y13	Perilaku Imitasi
Y1	Pearson Correlation	1	.642**	.577**	.396*	.611**	.758**	.423*	.292	.459*	.660**	.592**	.437*	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.031	.000	.000	.020	.117	.011	.000	.001	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y2	Pearson	.642**	1	.791**	.458*	.465**	.526**	.568**	.636**	.580**	.536**	.444*	.441*	.814**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.011	.010	.003	.001	.000	.001	.002	.014	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson	.577**	.791**	1	.712**	.626**	.635**	.510**	.609**	.361	.593**	.572**	.503**	.856**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.004	.000	.050	.001	.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson	.396*	.458*	.712**	1	.654**	.510**	.215	.374*	.126	.480**	.633**	.606**	.687**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.031	.011	.000		.000	.004	.255	.042	.508	.007	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson	.611**	.465**	.626**	.654**	1	.717**	.230	.159	.404*	.472**	.542**	.554**	.714**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000		.000	.222	.403	.027	.008	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson	.758**	.526**	.635**	.510**	.717**	1	.468**	.271	.420*	.665**	.664**	.518**	.802**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.004	.000		.009	.147	.021	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson	.423*	.568**	.510**	.215	.230	.468**	1	.596**	.614**	.509**	.364*	.384*	.675**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.020	.001	.004	.255	.222	.009		.001	.000	.004	.048	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson	.292	.636**	.609**	.374*	.159	.271	.596**	1	.441*	.436*	.260	.334	.625**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.117	.000	.000	.042	.403	.147	.001		.015	.016	.165	.071	.000

Y9	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.459*	.580**	.361	.126	.404*	.420*	.614**	.441*	1	.431*	.283	.418*	.629**
	Correlation Sig. (2-tailed)	.011	.001	.050	.508	.027	.021	.000	.015		.017	.130	.022	.000
Y11	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.660**	.536**	.593**	.480**	.472**	.665**	.509**	.436*	.431*	1	.737**	.636**	.798**
	Correlation Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.007	.008	.000	.004	.016	.017		.000	.000	.000
Y12	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.592**	.444*	.572**	.633**	.542**	.664**	.364*	.260	.283	.737**	1	.771**	.762**
	Correlation Sig. (2-tailed)	.001	.014	.001	.000	.002	.000	.048	.165	.130	.000		.000	.000
Y13	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.437*	.441*	.503**	.606**	.554**	.518**	.384*	.334	.418*	.636**	.771**	1	.731**
	Correlation Sig. (2-tailed)	.016	.015	.005	.000	.001	.003	.036	.071	.022	.000	.000		.000
Perilaku Imitasi	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.768**	.814**	.856**	.687**	.714**	.802**	.675**	.625**	.629**	.798**	.762**	.731**	1
	Correlation Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

5. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten *Flexing*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.912	9

6. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Imitasi

Case Processing Summary

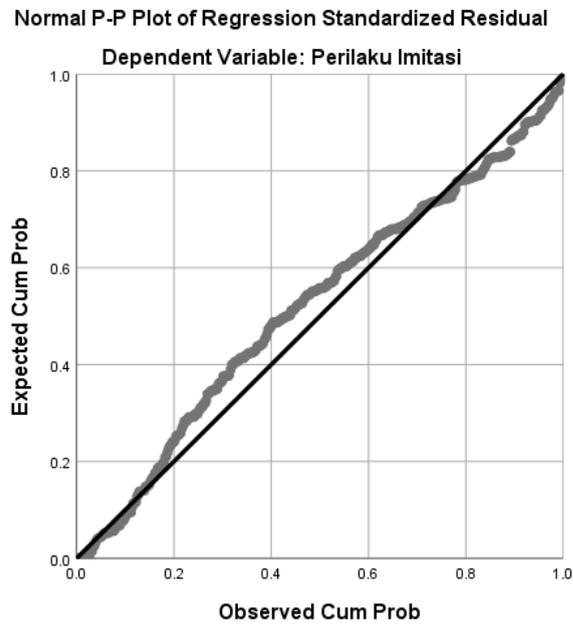
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.923	12

7. Uji Normalitas



8. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Imitasi *	Between Groups	(Combined)	15334.489	24	638.937	17.766	.000
Terpaan Konten Flexing		Linearity	13281.384	1	13281.384	369.302	.000
		Deviation from Linearity	2053.105	23	89.265	2.482	.000
	Within Groups		13486.301	375	35.963		
	Total		28820.790	399			

9. Tabulasi Data Penelitian

No	Terpaan Konten										Perilaku Imitasi													
	Frekuensi			Durasi			Atensi				Tota l	Perhatian			Pengingatan			Reproduksi			Motivasi			
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	Y 1		Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y1 0	Y1 1	Y1 2	Tota l	
1	3	4	4	2	2	3	2	2	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45	
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	33	
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	39	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	48	
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	40	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38	
6	4	5	4	3	3	4	4	4	4	35	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	45	
7	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	49	
8	4	5	5	4	4	4	5	4	4	39	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	48	
9	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39	3	4	5	5	4	4	3	3	2	4	5	4	46	
10	4	5	5	4	4	4	5	5	5	41	5	4	4	4	5	5	2	2	2	4	5	5	47	
11	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	53	
12	4	5	5	4	4	4	5	4	4	39	4	5	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	49	
13	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	53	
14	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54	
15	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	39	
16	5	4	4	3	4	3	3	3	4	33	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	40	
17	4	5	5	4	4	4	5	4	4	39	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	50	
18	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	53	
19	3	4	4	3	3	3	3	4	4	31	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	50	

20	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	48
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	28
22	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
23	3	4	4	3	3	2	3	4	4	30	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
24	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	51
25	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	44
26	4	3	4	3	4	3	4	3	3	31	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	41
27	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	52
28	5	5	5	4	3	4	4	5	4	39	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	51
29	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	53
30	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	49
31	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	52
32	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	43
33	5	4	4	4	4	5	3	4	4	37	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	44
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	44
35	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	48
36	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	44
37	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	49
39	5	5	5	5	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	45
40	5	4	5	5	4	3	4	5	4	39	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	53
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55
42	4	5	5	3	3	3	3	2	2	30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
43	4	5	5	4	4	3	3	4	3	35	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56

44	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42	5	5	5	3	3	5	4	4	4	5	5	5	53
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	51
46	2	2	2	3	3	4	3	3	3	25	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	33
47	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	48
48	5	4	4	4	4	3	4	4	3	35	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	44
49	3	3	3	5	3	3	3	3	3	29	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	29
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	45
52	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	54
53	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	53
54	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	55
55	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	48
56	5	5	4	5	5	4	4	4	5	41	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5	50
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	53
58	5	4	4	3	3	3	4	3	3	32	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	49
59	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	54
60	4	3	3	3	4	4	3	3	4	31	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	42
61	3	4	4	4	3	3	4	3	3	31	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	41
62	2	2	3	2	2	2	3	3	3	22	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	23
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
64	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	3	47
65	3	4	4	3	3	3	3	4	4	31	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	42
66	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	41
67	2	3	3	3	2	3	2	3	2	23	1	2	2	1	2	2	4	4	3	4	4	4	33

68	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	52
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	52
71	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	53
72	4	4	5	5	4	4	3	4	3	36	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	3	48
73	4	5	5	4	5	4	4	3	4	38	4	4	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	42
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	52
75	4	5	5	4	5	5	4	4	5	41	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54
76	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	52
77	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	51
78	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
79	4	4	4	3	3	2	3	3	3	29	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	22
81	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	27
82	3	5	3	3	3	2	2	2	2	25	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	34
83	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	52
84	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32	4	3	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	48
85	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	37
86	3	4	5	3	3	3	2	2	2	27	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	36
87	5	5	5	4	4	4	2	2	2	33	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	25
88	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48
89	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	46
90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	47

92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	
93	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	4	5	4	4	2	2	2	4	4	4	43
94	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
96	4	4	4	5	5	5	5	4	4	40	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	51
97	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	50
98	4	3	4	3	4	4	4	3	4	33	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
99	4	4	3	3	3	2	2	2	2	25	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	23
100	4	4	4	4	5	4	5	4	5	39	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	5	47
101	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5	48
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	48
103	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	52
104	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	50
105	4	4	4	3	3	4	3	4	3	32	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	51
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
107	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	46
108	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	5	49
110	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38	4	4	4	5	5	4	4	5	2	5	4	4	50

11 1	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	50
11 2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	48
11 3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	54
11 4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	48
11 5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	34	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	48
11 6	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46
11 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	5	4	47
11 8	4	3	4	5	4	4	4	5	4	37	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	45
11 9	4	4	5	4	4	3	4	4	5	37	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	2	2	43
12 0	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	39
12 1	4	4	5	4	5	4	4	4	3	37	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	52
12 2	5	4	4	5	4	4	3	4	4	37	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	49
12 3	5	4	4	3	2	2	2	2	2	26	2	2	2	2	1	1	4	4	3	3	4	4	32
12 4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	23
12 5	4	3	4	3	5	3	3	3	3	31	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	41
12 6	4	5	4	3	3	2	3	3	3	30	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34

127	4	4	5	4	3	4	4	5	4	37	3	3	4	3	2	3	5	4	3	4	4	5	43
128	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	49
129	3	3	3	4	3	3	3	4	2	28	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	34
130	4	3	4	5	4	4	5	4	4	37	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	47
131	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
132	5	5	4	4	4	3	4	4	5	38	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	49
133	4	4	3	4	4	3	4	5	4	35	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	50
134	4	4	5	4	5	4	4	3	4	37	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	48
135	4	4	4	4	3	5	4	4	4	36	3	4	4	5	4	4	3	3	2	4	5	4	45
136	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	50
137	4	5	4	5	5	4	4	4	3	38	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	3	3	46
138	4	4	5	5	4	4	3	4	4	37	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	38
139	5	4	4	5	5	4	4	4	5	40	4	4	3	4	4	4	3	3	1	3	3	2	38
140	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	49
141	5	5	4	5	5	4	4	3	4	39	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	48
142	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39	4	3	4	2	2	2	5	4	3	4	5	4	42

14 3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	37	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
14 4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	37	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	50
14 5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	38	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	40
14 6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	43	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	51
14 7	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	50
14 8	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	49
14 9	2	4	4	4	4	3	3	2	3	29	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	25
15 0	4	3	3	3	3	2	3	2	3	26	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	28
15 1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43	3	4	4	4	4	5	3	3	1	4	4	3	42
15 2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	39	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	50
15 3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	39	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	5	5	51
15 4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	40	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	53
15 5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	52
15 6	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
15 7	5	4	4	4	5	4	5	3	4	38	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	51
15 8	5	5	4	4	5	4	3	3	3	36	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	52

15 9	4	4	4	4	4	5	5	4	5	39	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	54
16 0	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	52
16 1	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	54
16 2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	42
16 3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	40	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	53
16 4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	41	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	52
16 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	34
16 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16 7	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	49
16 8	5	5	4	4	5	4	4	5	5	41	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	41
16 9	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	43
17 0	5	5	4	4	5	4	4	4	5	40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
17 1	4	4	4	4	5	4	3	5	4	37	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	54
17 2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	52
17 3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	54
17 4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	49

175	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	53
176	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	53
177	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	44
178	5	4	5	4	3	4	3	5	3	36	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	41
179	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	2	37
180	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	38
181	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	39
182	4	3	3	4	4	3	3	3	4	31	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	43
183	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	37
184	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	41
185	1	2	2	2	3	3	3	3	3	22	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	27
186	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
187	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
188	4	4	3	4	4	3	2	2	3	29	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	45
189	4	4	5	4	3	3	2	2	3	30	2	3	3	3	3	4	2	2	1	4	5	3	35
190	3	4	3	2	3	3	2	2	3	25	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	35

19 1	4	4	4	3	2	2	3	3	2	27	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	31
19 2	4	4	5	3	2	3	3	2	3	29	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	31
19 3	4	5	2	4	4	4	3	2	2	30	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	38
19 4	5	5	5	4	4	3	3	2	3	34	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	42
19 5	4	4	4	3	2	4	2	2	1	26	5	4	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	39
19 6	4	4	4	2	3	2	2	2	3	26	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	43
19 7	4	4	4	3	3	4	2	2	2	28	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	34
19 8	4	3	4	3	2	2	2	3	2	25	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	29
19 9	4	4	3	4	4	4	3	2	2	30	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	38
20 0	4	4	3	4	4	3	2	2	2	28	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	44
20 1	4	4	3	4	4	3	2	2	1	27	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	33
20 2	3	4	4	2	3	2	2	3	2	25	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	35
20 3	4	4	3	3	2	2	3	3	2	26	2	3	3	4	3	3	2	2	1	3	3	3	32
20 4	4	4	3	4	4	4	2	1	2	28	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	37
20 5	3	4	4	2	3	2	2	3	2	25	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	43
20 6	4	4	3	4	4	4	2	1	1	27	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	34

207	5	4	4	4	2	2	3	3	2	29	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2	32
208	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	54
209	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	48
210	4	4	4	5	4	4	3	5	5	38	4	4	4	5	3	3	5	4	3	4	5	4	48
211	5	4	4	3	2	3	2	3	2	28	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	32
212	4	4	3	4	4	2	3	2	2	28	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	33
213	4	4	5	3	3	2	2	2	2	27	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	31
214	5	4	4	4	4	4	3	2	2	32	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
215	3	4	4	3	2	3	2	2	3	26	2	2	3	3	2	2	4	2	3	4	4	4	35
216	4	3	4	2	3	2	3	2	2	25	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	31
217	4	4	4	3	4	3	2	2	2	28	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	33
218	5	4	4	3	3	2	3	2	3	29	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	29
219	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	3	4	4	5	3	2	4	4	4	45
220	4	4	4	4	5	4	4	3	3	35	4	4	4	4	4	4	5	4	1	4	4	5	47
221	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	32
222	3	2	2	3	3	2	3	3	3	24	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	29

22 3	4	4	4	3	4	2	2	2	2	27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35	
22 4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	51
22 5	4	4	4	3	4	2	2	2	2	27	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	31
22 6	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	29
22 7	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	44
22 8	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	41
22 9	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	54
23 0	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
23 1	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	54
23 2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	56
23 3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	39	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	52
23 4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	34
23 5	4	4	4	4	2	4	4	3	3	32	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4	29
23 6	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	44
23 7	4	5	4	4	3	4	4	4	3	35	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	53
23 8	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35

23 9	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	32
24 0	4	4	4	3	5	5	5	4	4	38	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	47
24 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
24 2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	23	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	22
24 3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	53
24 4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	27	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	38
24 5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	39	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	48
24 6	4	4	4	4	5	3	3	4	4	35	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	54
24 7	4	5	4	3	3	4	4	5	4	36	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	47
24 8	5	4	4	5	4	4	3	4	4	37	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
24 9	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	53
25 0	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	26
25 1	4	5	5	4	4	5	4	5	4	40	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	54
25 2	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	4	4	49
25 3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	28
25 4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	38

25 5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	36	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
25 6	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38	2	2	1	1	1	2	4	4	3	4	4	4	32
25 7	4	5	4	3	5	5	4	4	5	39	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	51
25 8	3	4	4	2	4	4	4	4	4	33	4	4	5	2	3	3	4	4	4	3	4	4	44
25 9	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	52
26 0	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	49
26 1	4	4	5	4	4	3	4	4	5	37	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	51
26 2	5	4	5	4	5	5	5	3	4	40	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	36
26 3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	3	3	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	47
26 4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	46
26 5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	34	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
26 6	4	4	5	4	5	4	3	3	3	35	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	50
26 7	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	51
26 8	3	3	2	3	3	3	4	3	4	28	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	39
26 9	4	4	3	3	4	3	4	4	3	32	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
27 0	4	4	4	3	5	5	4	4	3	36	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	43

27 1	4	5	3	4	4	3	4	4	4	35	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	47
27 2	5	4	4	3	3	3	2	2	2	28	4	5	5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	37
27 3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34	5	3	4	5	4	3	3	4	5	4	5	5	50
27 4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	36	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	47
27 5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	50
27 6	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	4	3	4	5	1	5	3	4	4	4	4	4	45
27 7	4	4	5	5	5	5	4	3	3	38	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	49
27 8	4	5	4	4	4	4	5	3	4	37	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	50
27 9	4	3	3	2	2	1	4	3	3	25	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	47
28 0	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	51
28 1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	42
28 2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
28 3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	40	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	41
28 4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	47
28 5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42	1	2	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	31
28 6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34

28 7	4	4	3	3	2	2	3	3	4	28	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	38
28 8	4	4	5	4	5	4	4	3	3	36	4	3	5	5	4	3	3	4	4	3	4	4	46
28 9	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	52
29 0	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56
29 1	4	5	5	5	4	5	4	5	5	42	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
29 2	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	50
29 3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	52
29 4	5	4	4	3	3	3	2	2	2	28	3	3	3	3	2	3	4	5	2	3	4	4	39
29 5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	51
29 6	5	5	5	4	4	4	5	4	5	41	4	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	5	50
29 7	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	51
29 8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
29 9	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	39
30 0	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	53
30 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	45
30 2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	41

30 3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	40	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	53
30 4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	53
30 5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	51
30 6	4	4	3	3	4	3	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	44
30 7	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
30 8	5	5	4	4	5	4	4	5	4	40	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	32
30 9	4	5	4	5	4	4	4	5	4	39	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	50
31 0	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	55
31 1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	41	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	53
31 2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	30	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	36
31 3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
31 4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	55
31 5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	43
31 6	4	3	3	2	3	3	3	3	4	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
31 7	5	4	4	5	5	5	4	4	5	41	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	56
31 8	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	4	4	4	3	4	3	3	1	4	4	4	42

31 9	5	5	4	5	4	5	4	4	5	41	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	55
32 0	3	4	4	4	5	3	3	3	4	33	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	41
32 1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	30
32 2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	28	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	33
32 3	5	5	5	3	4	5	5	4	2	38	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	40
32 4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28	2	3	2	3	2	2	3	3	1	1	3	3	28
32 5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	3	3	3	4	3	3	2	2	2	5	5	5	40
32 6	5	5	5	5	3	5	2	2	1	33	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	30
32 7	3	4	4	2	5	3	2	2	2	27	4	4	4	4	3	3	1	1	1	2	2	3	32
32 8	4	4	3	4	4	3	3	2	2	29	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	30
32 9	4	3	3	4	3	5	1	1	1	25	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	29
33 0	4	4	5	3	3	3	2	2	1	27	4	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	31
33 1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	22	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	28
33 2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	29	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	31
33 3	4	4	5	4	5	4	2	2	2	32	5	5	5	2	5	3	4	4	1	3	4	4	45
33 4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	36

335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	31
336	2	3	3	3	3	3	3	2	2	24	3	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	30
337	5	5	1	5	5	1	3	3	1	29	5	4	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	35
338	5	5	4	3	3	4	2	2	2	30	4	4	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	32
339	5	5	5	3	3	3	3	3	2	32	5	5	5	3	3	3	1	1	1	1	1	1	30
340	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29	4	4	4	2	2	2	4	4	2	1	1	1	31
341	4	4	4	4	3	3	3	3	2	30	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	38
342	3	2	3	3	2	4	4	3	3	27	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	30
343	5	5	5	5	5	5	3	3	2	38	4	3	3	4	3	3	2	2	1	3	4	3	35
344	2	2	2	2	3	3	3	2	2	21	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
345	5	5	5	3	4	3	3	3	2	33	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	34
346	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3	32
347	4	3	5	4	4	5	3	4	5	37	3	3	3	5	4	5	3	2	3	4	5	4	44
348	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	4	4	3	2	4	2	2	2	1	4	4	4	36
349	5	5	5	3	3	3	3	3	3	33	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	46
350	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	46

35 1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	43
35 2	2	4	5	4	4	5	4	4	5	37	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	51
35 3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	42
35 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	41
35 5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	30	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	47
35 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	45
35 7	5	5	5	5	4	4	4	5	4	41	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	48
35 8	4	4	3	2	3	3	3	3	3	28	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	29
35 9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	48
36 0	2	2	3	3	3	2	2	2	2	21	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
36 1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	43
36 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
36 3	4	4	5	5	3	4	4	5	3	37	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	5	4	43
36 4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	31	4	2	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	39
36 5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	41	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	41
36 6	4	5	5	5	4	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	51

367	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	49
368	4	4	4	3	4	4	5	5	4	37	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	3	45
369	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	41
370	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	44
371	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	55
372	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	42
373	4	3	4	3	4	4	5	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
374	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	51
375	4	3	3	3	2	2	3	3	3	26	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	23
376	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	26
377	4	4	5	5	3	3	4	5	5	38	4	3	4	5	5	3	4	5	3	4	4	5	49
378	3	4	4	4	4	2	3	3	3	30	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
379	4	2	3	4	3	3	3	3	3	28	2	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	34
380	4	3	4	4	5	4	4	4	3	35	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	44
381	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	47
382	4	4	5	4	5	4	3	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	43

38 3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	34
38 4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	37	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
38 5	3	4	5	5	3	3	3	4	5	35	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	38
38 6	5	4	5	5	5	4	4	4	5	41	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	32
38 7	2	4	4	4	4	3	3	2	4	30	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	27
38 8	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	36
38 9	4	3	3	3	3	2	4	4	4	30	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	41
39 0	4	4	4	3	3	3	5	5	3	34	3	2	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	35
39 1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	2	1	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	32
39 2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	39
39 3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	43
39 4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	3	3	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	29
39 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	27
39 6	3	4	4	3	4	4	5	3	4	34	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	45
39 7	4	5	4	3	3	3	3	4	5	34	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
39 8	3	3	3	3	4	5	4	4	5	34	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	39

39																							
9	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	30
40																							
0	3	3	5	5	3	3	4	5	4	35	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	39