

Dampak Adiksi Media Sosial terhadap Penerimaan Diri dan Kelekatan dalam Relasi Sosial (Adult Attachment)

Dian Misrawati¹, Rizqi Ria Mariyam², Dina Deviana³

Universitas Mercu Buana

dian.misrawati@mercubuana.ac.id, rizqiria.rr@gmail.com, dinnarchio@gmail.com

Abstrak. Penggunaan sosial media menjadi trend yang semakin marak di kalangan generasi millennial. Penggunaan yang normal dapat memberi banyak manfaat bagi penggunanya, namun pada penggunaan yang berlebihan hingga pada tahap adiksi dapat berdampak negatif terhadap aspek kehidupan penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri dampak adiksi media sosial terhadap penerimaan diri dan kelekatan nya (*attachment*) dalam berelasi di lingkungan sosial, yang dilakukan dalam dua studi. Pengambilan data dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui tiga kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada studi pertama, diketahui bahwa adiksi media sosial berkorelasi negatif dengan penerimaan diri dan berkontribusi memberikan dampak negatif sebesar terhadap penerimaan diri. Hasil analisis data pada studi kedua menunjukkan bahwa adiksi media sosial berdampak pada gaya kelekatan yang dimiliki subjek terhadap *figure attachment*-nya. Analisis lanjutan dengan perbandingan antar mean, menunjukkan bahwa gaya kelekatan *fearful* memiliki signifikansi kecenderungan adiksi media sosial yang lebih tinggi dibanding gaya kelekatan *secure*, *preoccupied* dan *dismissing*.

Kata kunci: adiksi media sosial, penerimaan diri, kelekatan di masa dewasa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan pada aktivitas kehidupan manusia, terutama perkembangan internet dan *smartphone* yang menjadi pemicu berkembangnya media sosial dengan sangat cepat. Media sosial yang saat ini mulai berkembang dan diminati oleh anak muda seperti facebook, twitter, instagram, blogger dan sebagainya dapat dikatakan sebagai fasilitas untuk melakukan berbagai hal di dunia maya. Pada dasarnya pengguna media sosial yang bijaksana dapat memperoleh banyak manfaat dari aktivitasnya dalam media sosial tersebut. Hal ini didukung oleh hasil survey Wearesosial Hootsuite yang dirilis pada Januari 2019, menyebutkan bahwa 37% pengguna memanfaatkan media sosial untuk tujuan

pekerjaan, dan sisa lainnya untuk keperluan pribadi (Pertwi, 2019). Artinya, sudah ada pengguna media sosial yang dapat menjadikan media sosial sebagai sarana yang dapat menunjang produktivitasnya, meskipun sebagian besar lainnya masih menggunakan media sosial untuk keperluan lain.

Penggunaan sosial media yang dapat dikategorikan sebagai penggunaan yang normal, berlebihan hingga adiksi atau kecanduan. Adiksi terhadap media sosial merupakan adiksi non-medis, yaitu adiksi yang tidak disebabkan karena penggunaan narkotika dan zat-zat adiktif lainnya, melainkan oleh hal lain yang biasanya berkaitan dengan kemajuan teknologi, seperti internet, game, *smartphone* dan media sosial (Young & de Abreu, 2011). Young & de Abreu (2011) menjelaskan bahwa adiksi media sosial diklasifikasikan ke dalam salah satu bentuk dari 5 jenis adiksi internet yang ada, yaitu computer addiction, information overload, net compulsions, cybersexual addiction, dan cyber-relationship addiction. Adiksi media sosial merupakan bentuk dari jenis *cyber-relationship* addiction, yaitu keterlibatan berlebih dalam hubungan dengan orang lain secara online.

Media sosial seakan menjadi dunia baru bagi pengguna internet untuk menunjukkan dirinya kepada orang lain dengan kegiatan seperti update status, mengunggah foto maupun video, membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, mencurahkan perasaan dan interaksi lainnya (Kusuma & Hidayati, 2014). Media sosial juga berfungsi sebagai media yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dengan teman-teman yang sudah lama tidak dapat ditemui, sehingga membantu seseorang untuk tetap dapat menjalin komunikasi tanpa harus bertatap muka (Majorsy dkk, 2013). Pada dasarnya penggunaan pada batas normal untuk aktivitas tersebut dapat memberikan manfaat, namun penggunaan yang adiktif dapat menimbulkan dampak negatif terhadap berbagai aspek kehidupan, seperti kondisi fisik, psikologis dan kemampuan sosialnya (Kwon, et al., 2013).

Pengguna media sosial biasanya menggunakan jejaring sosial untuk mengunggah status, foto pengalaman dan aspek kehidupan pribadi lainnya. Menurut Eidenbenz (dalam Young & Abreu, 2017) bermain dan mengembangkan identitas di dunia maya mengakomodasi pencarian identitas pribadi. Peluang untuk

menggunakan topeng juga memiliki daya pesona tertentu bagi seseorang. Figur anonim di dunia maya pada umumnya lebih muda, lebih rupawan, lebih cerdas dan juga lebih kaya dibanding realitasnya. Pada saat individu telah terpapar oleh adiksi media sosial yang cenderung menampilkan figur ideal di dunia maya, bisa membuat individu melihat ke cermin yang tidak lagi menggambarkan dirinya secara real dan tidak dapat berdampak pada penerimaan diri sendiri sebagaimana adanya. Padahal, seiring bertambahnya usia seseorang, terutama memasuki masa dewasa awal, ia diharapkan mampu mengoptimalkan, mengembangkan, memahami karakteristik diri sendiri hal tersebut dapat diperoleh dengan adanya pemahaman tentang penerimaan diri.

Penerimaan diri menurut Sheerer yang kemudian dimodifikasi oleh Berger (1963) dijelaskan sebagai nilai-nilai dan standar diri tidak dipengaruhi lingkungan luar, memiliki keyakinan dalam menjalani hidup, bertanggung jawab terhadap apa yang dilakukan, mampu menerima pujian dan kritik secara objektif, tidak mencoba menyangkal atau mendistorsi setiap perasaan, motif, keterbatasan, kemampuan atau kualifikasi yang disukai oleh diri sendiri tetapi menerima semuanya tanpa penghukuman terhadap diri sendiri, menganggap dirinya mempunyai posisi yang sama dengan orang lain, tidak ingin orang lain menolaknya dalam kondisi apapun, tidak menganggap dirinya berbeda dari orang lain, aneh atau umumnya tidak normal dalam bereaksi, serta tidak malu atau rendah diri. Aspek-aspek ini akan sulit dikembangkan oleh individu yang cenderung mengamati tampilan figur dirinya secara ideal di media sosial.

Seseorang yang telah terpapar oleh adiksi terhadap media sosial biasanya menghabiskan banyak waktu secara online di media sosial biasanya menyediakan waktu yang lebih sedikit untuk hubungan tatap muka di dunia nyata. Menurut (Peele & Brodsky, 1991), individu yang mengalami adiksi cenderung sulit untuk mengembangkan keintiman dan hubungan yang kuat dengan orang lain, merasa kurang puas dalam hidup mereka, kurang percaya diri atau tidak memiliki minat yang kuat, atau kehilangan harapan. Tidak adanya keintiman atau hubungan yang kuat dalam relasi sosial berkaitan dengan kemampuan individu untuk menjalin hubungan

akrab dengan orang lain. Hubungan akrab dalam berelasi ini dapat dipahami melalui konsep *attachment* (Hazan & Shaver, 1994). *Attachment* merupakan kebutuhan universal manusia untuk membentuk keterikatan afeksi dengan orang lain. Ikatan emosional terhadap orang-orang tertentu di dalam kehidupan akan memunculkan perilaku lekat kepada orang tersebut (*attachment figure*), yang bersifat relatif stabil seiring berjalannya waktu. Awalnya ikatan tersebut terbentuk dari ibu, anggota keluarga, dan pada akhirnya meluas pada kelompok lainnya dan menjadi faktor penting dalam pembentuk kepribadian (Bowlby, 1983).

Adult attachment style merupakan kecenderungan perilaku individu dewasa dalam berhubungan dengan orang-orang yang memiliki arti tertentu yang lebih bersifat emosional atau afektif (Bartholomew dan Horowitz, 1991). Pada usia dewasa, kualitas *attachment* didefinisikan sebagai keseimbangan antara mencari bantuan dari figur tertentu dan mengandalkan dirinya sendiri ketika menghadapi kesulitan, tantangan, atau krisis. Bartholomew dan Horowitz (1991) kemudian mengembangkan model teoritikal *adult attachment style* menjadi empat bentuk yaitu *secure*, *preoccupied*, *dismiss*, dan *fearful attachment style*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berasumsi bahwa adiksi individu pada media sosial dapat berdampak pada penerimaan dirinya dan gaya kekekatannya dalam berelasi di lingkungan sosial atau disebut dengan *adult attachment style*.

METODE

Peneliti menganalisis tiga konstruk yang terbagi menjadi dua jenis variabel, yaitu variabel satu variabel bebas dan dua variabel terikat. Penelitian akan dilakukan dalam dua studi yang berbeda.

Studi 1

Studi pertama merupakan penelitian yang berusaha untuk menganalisis dampak adiksi media sosial terhadap penerimaan diri penggunanya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis korelasional untuk menganalisis hubungan antar kedua variabel, regresi sederhana untuk menganalisis dampak adiksi sosial media sebagai variabel bebas terhadap penerimaan diri sebagai variabel terikat. Subjek yang menjadi generalisasi dalam studi pertama ini adalah

mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta yang diwakili oleh 273 orang. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Adiksi Media Sosial (SAMS) yang merupakan modifikasi dari *Internet Addiction Test* (IAT) oleh Young (2011) dan skala penerimaan diri yang diadaptasi dari *Berger's Self-Acceptance Scale* (1963).

Tabel 1.
Blue Print Skala Adiksi Media Sosial (SAMS)
modifikasi dari *Internet Addiction Test* (Young, 2011)

No	Aspek	Item	Total
1	Keasyikan dengan media sosial	3,15,2	3
2	Perlu waktu tambahan untuk mencapai kepuasan	7, 19	2
3	Gagal untuk mengontrol, mengurangi, atau menghentikan pemakaian media sosial	14, 5, 17	3
4	Gelisah, murung, depresi ketika mengurangi online	12, 13, 20	3
5	Mengakses media sosial lebih lama dari yang diniatkan	1, 16	2
6	Kehilangan orang dekat, karir, dan pendidikan	6, 8	2
7	Membohongi keluarga untuk menyembunyikan keterlibatan dengan media sosial	11, 18, 9	3
8	Menjadikan media sosial sebagai pelarian	10	1
Total			19

SAMS memiliki delapan aspek yang telah melalui prosedur pengembangan alat ukur yang terdiri dari pengumpulan bukti validitas, serta tahap uji coba alat ukur untuk mengetahui reliabilitas alat ukur dan melakukan seleksi terhadap item-item yang sesuai dengan konstruk adiksi media sosial. Pengumpulan bukti validitas dalam pengembangan alat ukur dilakukan dengan analisa *expert judgement* terhadap kesesuaian item-item tes terhadap blue print alat ukur. Tiga orang *expert* yang masing-masing memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman di bidang psikologi klinis, pendidikan dan sosial menyatakan bahwa item-item yang terkandung di dalam alat ukur telah sesuai dengan *blue print* dan karakteristik subjek penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa SAMS memiliki koefisien alpha cronbach sebesar 0,933. Sementara itu, hasil seleksi item meloloskan 19 item baik, dan menggugurkan satu item tidak baik, dengan rentang *corrected item-total correlation* sebesar 0,470 sampai dengan 0,743.

Berger's Self-Acceptance Scale dikembangkan ke dalam versi bahasa Indonesia melalui proses *forward* dan *backward translation* yang di validasi oleh ahli psikologi dan ahli bahasa, yang menyatakan bahwa hasil adaptasi alat ukur ke dalam versi bahasa Indonesia sesuai atau *compatible* dengan versi aslinya yang berbahasa Inggris. Alat ukur ini terdiri dari 9 aspek dan memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,918. Hasil seleksi item meloloskan 28 item baik, dan menggugurkan delapan item tidak baik, dengan rentang *corrected item-total correlation* sebesar 0,305 sampai dengan 0,683.

Tabel 2.
Blue Print *Berger's Self Acceptance Scale*

No	Aspek	Item	Total
1	Nilai-nilai standar diri tidak dipengaruhi lingkungan luar	24,26,7	3
2	Memiliki keyakinan dalam menjalani hidup	6,15	2
3	Bertanggung jawab terhadap apa yang dilakukan	12,25	2
4	Mampu menerima saran dan kritik seobjektif mungkin	3,5,23	3
5	Tidak menyalahkan diri atas perasaannya terhadap orang lain	8,20,16	3
6	Menganggap dirinya memiliki posisi sama dengan orang lain	1	1
7	Tidak ingin orang lain menolaknya dalam keadaan apapun	21,10,18,4	4
8	Tidak menganggap dirinya berbeda dari orang lain	19,9,14,17,28	5
9	Tidak malu akan diri sendiri	2,11,13,22,27	5
Total			28

Studi 2

Studi kedua merupakan penelitian yang berusaha untuk menganalisis dampak adiksi media sosial terhadap gaya kelekatan (*attachment style*) penggunaannya dalam berelasi di lingkungan sosial. Subjek penelitian terdiri dari 215 orang mahasiswa. Penelitian pada studi kedua ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis korelasi biserial yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel data interval dengan variabel data nominal. Analisis data juga dilanjutkan dengan teknik *analysis of varians* untuk membandingkan kecenderungan adiksi media sosial pada setiap gaya kelekatan (*secure, preoccupied, dismissing, fearful*). Alat ukur yang digunakan adalah Skala Adiksi Media Sosial (SAMS) yang dikembangkan dari hasil uji coba pengembangan alat ukur pada studi pertama dan *Trent Relationship Scales Questionnaire (T-RSQ)* yang digunakan untuk mengelompokkan gaya kelekatan subjek

dengan *figure attachment*-nya. *Trent Relationship Scales Questionnaire (T-RSQ)* merupakan modifikasi dari *Relationship Scale Questionnaire (RSQ)* yang disusun oleh Griffin dan Barthlomew berdasarkan pada konsep *attachment style* Barthlomew dan Horowitz (1991).

T-RSQ terdiri dari 40 item yang mewakili masing-masing 10 item pada empat dimensi sesuai dengan empat gaya kelekatan pada masa dewasa. Peneliti kemudian melakukan proses adaptasi *T-RSQ* ke dalam versi bahasa Indonesia melalui proses validasi *forward* dan *backward translation* oleh ahli psikologi dan ahli bahasa, yang menyatakan bahwa hasil adaptasi alat ukur ke dalam versi bahasa Indonesia sesuai atau *compatible* dengan versi aslinya yang berbahasa Inggris. Ada pun koefisien reliabilitas yang diperoleh pada uji coba alat ukur adalah $\alpha=0,863$ untuk dimensi *secure*, $\alpha=0,806$ untuk dimensi *preoccupied*, $\alpha=0,787$ untuk dimensi *dismissing* dan $\alpha=0,786$ untuk dimensi *fearful*. Hasil seleksi item meloloskan enam item baik untuk masing-masing gaya kelekatan, dengan rentang *corrected item-total correlation* sebesar 0,315 sampai dengan 0,630, dan menggugurkan 14 item tidak baik. Peneliti kemudian mengambil 6 item pada masing-masing dimensi agar setiap dimensi memiliki kesetaraan dalam menentukan gaya kelekatan subjek. Adapun sebaran item pada alat ukur *T-RSQ* dapat dilihat pada tabel di halaman berikut:

Tabel 3.
 Blue Print *Adult Attachment Scale*

Attachment Style	No. Item	Total Item
Secure	1, 7, 17, 24, 3, 10	6
Preoccupied	11, 15, 19, 8, 21, 6	6
Dismissing	2, 21, 5, 16, 13, 18	6
Fearful	20, 4, 23, 9, 12, 14	6
Total		24

H A S I L

Studi 1

1. Hasil Uji Korelasi Adiksi Media Sosial dengan Penerimaan Diri

Tabel 4.
 Hasil Uji Korelasi Adiksi Media Sosial dengan Penerimaan Diri

Korelasi	Nilai r	Signifikansi
----------	---------	--------------

Pearson product moment	-0,326	0,000
------------------------	--------	-------

Berdasarkan hasil uji statistik diatas, dapat dibuktikan bahwa adiksi media sosial berkorelasi negatif dengan penerimaan diri subjek ($r=-0,326$, $p<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi adiksi subjek terhadap media sosial, maka semakin rendah penerimaan dirinya.

2. Hasil Uji Regresi Sederhana Adiksi Media Sosial terhadap Penerimaan Diri

Tabel 5.
 Hasil Uji Regresi Adiksi Media Sosial dengan Penerimaan Diri

Regresi	R	R ²	Signifikansi
Regresi Linear Sederhana	-0,326	0,106	0,000

Berdasarkan pengujian regresi linear sederhana pada tabel 2 diketahui bahwa tingkat regresi adiksi media sosial terhadap penerimaan diri adalah 0,106, yang berarti adiksi media sosial mempengaruhi penerimaan diri sebesar 10,6%, sementara 89,4% lagi dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

3. Hasil Kategorisasi Adiksi Media Sosial

Tabel 6.
 Hasil Kategorisasi Adiksi Media Sosial

Kategori Adiksi Media Sosial	Nilai Rujukan	Nilai Empirik	Jumlah Subjek	Persentase (%)
Normal	$X_{min} < X \leq -1,5SD$	11-29	76	27,84
Ringan	$-1,5SD < X \leq -0,5SD$	30-48	162	59,34
Sedang	$-0,5SD < X \leq 1,5SD$	49-67	33	12,09
Berat	$1,5SD < X \leq X_{maks}$	68-83	2	0,73

Ket :
 n = 273 Mean = 33,76 SD = 13,991 $X_{min} = 11$ $X_{maks} = 83$

Berdasarkan hasil kategorisasi di atas dapat diketahui bahwa kondisi adiksi subjek paling banyak berada pada kategori adiksi ringan, yaitu 59,34% dan paling sedikit berada di kategori berat, yaitu 0,73%.

4. Hasil Kategorisasi Penerimaan Diri

Tabel 7.
Hasil Kategorisasi Penerimaan Diri

Kategori Penerimaan Diri	Nilai Rujukan	Nilai Empirik	Jumlah Subjek	Persentase (%)
Sangat Rendah	$X_{\min} < X \leq -2SD$	39-59	1	0,73
Rendah	$-2SD < X \leq -1SD$	60-80	21	7,69
Sedang	$-1SD < X \leq 1SD$	81-101	112	41,06
Tinggi	$1SD < X \leq 2SD$	102-122	116	42,49
Sangat Tinggi	$2 SD < X \leq X_{\max}$	123-138	23	8,42

Ket :
n = 273 Mean = 96,66 SD = 16,289 $X_{\min} = 39$ $X_{\max} = 138$

Berdasarkan hasil kategorisasi di atas dapat diketahui bahwa kondisi adiksi subjek banyak berada pada kategori penerimaan diri sedang dan tinggi, yaitu 41,06% dan 42,49% serta paling sedikit berada di kategori sangat rendah, yaitu 0,73%.

5. Hasil Pengelompokan Adiksi Media Sosial dan Penerimaan Diri

Tabel 8.
Hasil Pengelompokan Adiksi Media Sosial dan Penerimaan Diri

Penerimaan diri \ Adiksi Media Sosial	Adiksi Media Sosial			
	Normal	Ringan	Sedang	Tinggi
Sangat Rendah	-	-	-	1
Rendah	1	13	6	1
Sedang	23	71	18	-
Tinggi	42	65	9	-
Sangat Tinggi	10	13	-	-

Berdasarkan hasil pengelompokan di atas diketahui bahwa dari 76 subjek yang memiliki penggunaan media sosial pada kategori normal lebih cenderung memiliki penerimaan diri yang tinggi, yaitu 42 orang atau 55,26%. Sementara satu orang subjek yang memiliki tingkat adiksi media sosial yang berat, juga memiliki tingkat

penerimaan diri yang sangat rendah, meskipun kondisi adiksi berat ini tidak mewakili gambaran keseluruhan populasi dalam penelitian.

Studi 2

1. Hasil Uji Korelasi Adiksi Media Sosial dengan *Adult Attachment*

Tabel 9.
Hasil Uji Korelasi Adiksi Media Sosial dengan *Adult Attachment*

Korelasi	Nilai r	Signifikansi
<i>Biserial Correlation</i>	0,247	0,000

Berdasarkan hasil uji statistik diatas, dapat dibuktikan bahwa adiksi media sosial berkorelasi dengan *adult attachment* atau kelekatan subjek pada relasi sosial terdekatnya ($r=-0,247$, $p<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat adiksi media sosial subjek berhubungan dengan jenis kelekatan (*adult attachment style*) yang ia miliki pada relasi sosial terdekatnya.

2. Hasil Uji *Analysis of Varians* Adiksi Media Sosial terhadap *Adult Attachment*

Guna mengetahui jenis gaya kelekatan yang secara signifikan terkena dampak adiksi media sosial, peneliti melakukan uji analisis of varians terhadap rata-rata adiksi media sosial pada setiap jenis gaya kelekatan (*adult attachment*).

Tabel 10.
Hasil Uji Anova terhadap rata-rata Adiksi Media Sosial pada setiap *Adult Attachment Style*

Anova	(I) Style	(J) Style	Perbedaan Mean (I-J)	Sig.	Kesimpulan
Tukey HSD	Secure	<i>Preoccupied</i>	-3.238	.415	Tidak Signifikan
		<i>Dismissing</i>	.390	.998	Tidak Signifikan
		<i>Fearful</i>	-10.545*	.000	Signifikan
	Preoccupied	<i>Secure</i>	3.238	.415	Tidak Signifikan
		<i>Dismissing</i>	3.628	.425	Tidak Signifikan
		<i>Fearful</i>	-7.306*	.017	Signifikan
	Dismissing	<i>Secure</i>	-.390	.998	Tidak Signifikan
		<i>Preoccupied</i>	-3.628	.425	Tidak Signifikan
		<i>Fearful</i>	-10.934*	.000	Signifikan
	Fearful	<i>Secure</i>	10.545*	.000	Signifikan
		<i>Preoccupied</i>	7.306*	.017	Signifikan
		<i>Dismissing</i>	10.934*	.000	Signifikan

Berdasarkan hasil uji Tukey HSD diketahui bahwa individu pada gaya kelekatan *fearful* memiliki signifikansi rata-rata adiksi media sosial yang lebih tinggi

dibanding jenis gaya kelekatan yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki kecenderungan adiksi media sosial tinggi, memiliki pandangan yang lebih negatif terhadap dirinya maupun orang lain, sehingga berdampak pada gaya kelekatan *fearful* yang ia miliki dalam relasi sosialnya.

3. Hasil Kategorisasi Adiksi Media Sosial

Tabel 11.
 Hasil Uji Kategorisasi Adiksi Media Sosial Studi 2

Kategori Adiksi Media Sosial	Nilai Rujukan	Nilai Empirik	Jumlah Subjek	Persentase (%)
Normal	$X_{min} < X \leq -1,5SD$	5 – 13	13	6,05
Ringan	$-1,5SD < X \leq -0,5SD$	14 – 31	104	49,30
Sedang	$-0,5SD < X \leq 1,5SD$	32 – 49	83	38,60
Berat	$1,5SD < X \leq X_{maks}$	50 – 90	15	6,97

Ket :
 n = 215 Mean = 31,26 SD = 11,68 $X_{min} = 5$ $X_{maks} = 90$

Berdasarkan hasil kategorisasi di atas dapat diketahui bahwa kondisi adiksi subjek paling banyak berada pada kategori adiksi ringan, yaitu 49,30% dan paling sedikit berada di kategori berat, yaitu 6,05%.

4. Hasil Pengelompokan Gaya Kelekatan (*adult attachment Style*)

Tabel 12.
 Hasil Pengelompokan Gaya Kelekatan (*adult attachment Style*)

Gaya Kelekatan	Jumlah Subjek	Persentase (%)
<i>Secure</i>	83	38,60
<i>Preoccupied</i>	45	20,93
<i>Dismiss</i>	46	21,39
<i>Fearful</i>	41	19,06

Berdasarkan hasil pengelompokan di atas dapat diketahui bahwa Mayoritas subjek memiliki gaya kelekatan *secure* dengan *figure attachment* di lingkungan sosialnya. 0660786619

5. Hasil Pengelompokan Adiksi Media Sosial dengan Gaya Kelekatan

Tabel 1.
 Hasil Pengelompokan Gaya Kelekatan (*adult attachment Style*)

Adiksi	Normal	Ringan	Sedang	Berat
--------	--------	--------	--------	-------

Gaya Kelekatan	Media Sosial			
	<i>Secure</i>	9	40	30
<i>Preoccupied</i>	2	19	23	1
<i>Dismiss</i>	2	29	14	1
<i>Fearful</i>	-	16	16	9

Berdasarkan hasil pengelompokan di atas dapat diketahui bahwa subjek dengan penggunaan media yang normal lebih cenderung memiliki gaya kelekatan *secure* (9 orang dari 13 orang, atau 69,23%), sementara subjek yang memiliki adiksi media sosial yang berat cenderung memiliki gaya kelekatan *fearfull* (9 orang dari 15orang, atau 60%).

Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui dampak adiksi media sosial terhadap penerimaan diri dan gaya kelekatan (*adult attachment style*) para pengguna di kalangan mahasiswa. Pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana adiksi media sosial dapat berpengaruh terhadap aspek internal dalam diri individu, dalam hal ini penerimaan diri, dan aspek eksternal yang berkaitan dengan relasi sosial yang dimiliki individu tersebut di lingkungan sosialnya, dalam hal ini difokuskan pada konsep gaya kelekatan atau *adult attachment style*.

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat hubungan yang negatif antara adiksi media sosial terhadap penerimaan diri ($r = -0,326$, $p = 0,000$). Artinya, semakin tinggi adiksi media sosial yang dimiliki oleh subjek, maka semakin rendah penerimaan diri, begitupun sebaliknya semakin rendah adiksi media sosial subjek, maka semakin tinggi penerimaan dirinya. Berdasarkan analisis dengan regresi linear menunjukkan pengaruh dari adiksi media sosial berkontribusi sebesar 10,6% ($R^2=0,106$, $p=0,000$) terhadap penerimaan diri subjek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Young (2009) yang menyatakan bahwa adiksi internet (termasuk di dalamnya adiksi game, adiksi media sosial, dan adiksi lainnya yang berkenaan dengan penggunaan jaringan internet) dapat mengganggu aspek-aspek dalam kehidupan sehari hari dan kehidupan normal individu. Individu yang telah terpapar adiksi akan mengalami sejumlah

masalah emosional dan personal. Young (dalam Young & Abreu, 2017) juga mengungkapkan seseorang yang mengalami adiksi media sosial akan menggunakan media sosial sebagai cara untuk melepaskan diri dari berbagai permasalahan atau melepaskan diri dari perasaan yang tidak menyenangkan.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian Kuss & Griffiths (2017) yang mengungkapkan bahwa individu yang menghabiskan banyak waktu beraktivitas di laman *facebook* dapat menurunkan tingkat kepuasan hidupnya. Individu yang cenderung menggunakan *facebook* saat merasakan bosan, kesepian, cemas atau perasaan tertekan lainnya dapat menyebabkan penurunan akan pandangan individu terhadap diri mereka sendiri. Selanjutnya, penelitian Sundar (2013) juga menunjukkan hasil bahwa seseorang yang berperilaku di media sosial dapat mengungkapkan dan tujuan hidupnya. Gaya seseorang saat beraktivitas di media sosial juga menunjukkan perbedaan tingkat penerimaan diri, dimana subjek yang memiliki penerimaan diri yang rendah, akan sangat mengkhawatirkan pendapat orang lain tentang dirinya. Menurut Majorsy, dkk (2013), individu dengan rentang usia 20-25 tahun, memiliki kecenderungan untuk lebih rentan terhadap adiksi media sosial berat. Awal permulaan dewasa awal merupakan periode bermula dari 20-30 tahun, dimana individu mulai meninggalkan pendidikan formal dan terjunnya individu tersebut ke dalam pola kehidupan orang dewasa yang mandiri, yaitu berkarir, menikah dan berumah tangga menyebabkan hubungan dengan teman-teman semakin renggang. Keterlibatan dalam kegiatan sosial diluar rumah yang terus berkurang, membuat individu dewasa awal mulai memanfaatkan kehadiran media sosial sebagai sarana alternatif untuk tetap berkomunikasi dengan orang lain.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian pada studi ke dua, yaitu ingin mengetahui dampak adiksi media sosial terhadap kelekatan seseorang dengan relasi interpersonal yang dimiliki di lingkungan sosialnya. Berdasarkan hasil analisis data dengan teknik korelasi biserial yang telah dilakukan diketahui bahwa adiksi media sosial berhubungan dengan gaya kelekatan subjek dengan $r_{\text{biserial}} = 0,247$ dengan $p=0,000$. Artinya, tingkat adiksi media sosial berkaitan dengan kecenderungan kemunculan satu atau lebih gaya kelekatan. Berdasarkan analisis perbedaan mean

dengan Tukey HSD, diketahui bahwa gaya kelekatan yang paling signifikan dipengaruhi oleh tingkat adiksi media sosial adalah gaya kelekatan *fearfull*, dibanding gaya kelekatan yang lainnya, dimana rata-rata subjek yang memiliki gaya kelekatan *fearful*, memiliki signifikansi tingkat adiksi media yang lebih tinggi dibanding gaya kelekatan *secure*, *preoccupied* dan *dismis*.

Gaya kelekatan *fearful* terjadi ketika individu memiliki pandangan yang negatif tentang orang lain dan pandangan yang negatif pula terhadap orang lain. Individu ini merasa cemas dan khawatir bila berinteraksi dan berelasi dengan orang lain di lingkungan sosialnya, mereka tidak memiliki kepercayaan terhadap orang lain, dan tidak percaya pula bahwa dirinya dapat diterima oleh orang lain, sehingga lebih memilih untuk menghindari relasi sosial untuk menghindari kecemasan akan penolakan dari orang lain tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oldmeadow, Quin, & Kowert (2013) bahwa orang-orang yang cenderung mencari kenyamanan dalam aktivitas *on-line* melalui media *facebook* mengembangkan kecemasan dalam membangun relasi sosial yang hangat dan lekat dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya.

Hasil penelitian ini sejalan pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Milani, Osualdella, & Di Blasio (2009) bahwa individu yang mengalami permasalahan dalam penggunaan internetnya, termasuk permasalahan dalam penggunaan media sosial, game *on-line*, serta aplikasi lainnya yang memerlukan jaringan internet, cenderung memiliki kualitas hubungan interpersonal yang kurang baik dengan orang-orang yang ada di lingkungan sosialnya. Kualitas hubungan interpersonal yang kurang baik tersebut juga tergambar dalam karakteristik kelekatan *fearful* subjek dengan *figur attachment*-nya.

Berdasarkan data mengenai peringkat media sosial yang paling banyak diminati saat ini, diketahui bahwa Youtube berada di posisi pertama, serta facebook dan instagram di posisi ketiga dan keempat. Ketiga aplikasi media sosial tersebut memiliki tombol *like*, *dislike* atau lambang hati menimbulkan perasaan senang pada penggunaannya. Semakin banyak *likes* yang diperoleh, semakin senang pula individu tersebut. Griffiths (2018) menjelaskan bahwa mendapatkan like akan memicu rasa

senang meskipun perasaan tersebut hanya dirasakan sesaat. Akan tetapi perasaan sesaat itulah yang membuat pengguna merasa selalu ingin kembali membuka dan mengecek media sosialnya, dan pada akhirnya penggunaan media sosial yang normal dapat berkembang menjadi penggunaan yang adiktif, dan berdampak pada hubungan sosial di dunia nyata para penggunanya tersebut.

Bagiamanapun juga, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal & Nurdiani, 2016), bahwa individu yang mengalami adiksi terhadap *smartphone*, dengan aktivitas berselancar di sosial media yang paling banyak dilakukan dalam penggunaan *smartphone* tersebut, tidak merasa kesepian dalam kehidupannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesepian subjek tidak ada kaitannya dengan aktivitas subjek di dunia maya. Hal ini dapat dipahami bahwa, individu yang cenderung terikat dengan aktivitasnya di media sosial memang dapat mengembangkan hubungan atau relasi di dunia maya, namun demikian pada saat berhadapan dengan dunia nyata yang real, mereka mengalami kendala dalam menumbuhkan kepercayaan terhadap orang lain dan juga kepercayaan terhadap diri sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa adiksi media sosial berdampak pada tingkat penerimaan diri seseorang dan gaya kelekatan yang dimilikinya terhadap figur atau orang lain di lingkungan sosial. Analisis dengan teknik korelasi *pearson produk moment* menunjukkan bahwa adiksi media sosial berkorelasi sebesar -0,326 dengan signifikansi 0,000. Artinya, semakin tinggi adiksi media sosial yang dimiliki subjek, maka makin rendah penerimaannya terhadap diri sendiri. Analisis data dengan teknik regresi linear sederhana menunjukkan bahwa adiksi media sosial berpengaruh sebesar 10,6% terhadap penerimaan diri.

Selain berdampak pada aspek internal dalam kehidupan psikologis individu, adiksi media sosial terbukti juga berdampak pada gaya kelekatan individu dalam membina hubungan atau relasi interpersonal dengan orang-orang di lingkungan sosialnya. Analisis data dengan teknik korelasi biserial menunjukkan nilai $r = 0,247$ dan $p = 0,000$. Artinya, tingkat adiksi media sosial subjek dapat berdampak pada

kemunculan satu atau lebih gaya kelekatan dalam relasi interpersonal. Selanjutnya, hasil analisa perbandingan antar mean, menunjukkan bahwa subjek yang memiliki tingkat adiksi media sosial yang berat, cenderung berada pada kelompok gaya kelekatan *fearful*.

SARAN

Adiksi media sosial telah terbukti memberikan dampak yang negatif terhadap aspek-aspek psikologis, yaitu penerimaan diri individu dan gaya kelekatan individu dalam relasi interpersonal di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, kepada pengguna sosial media disarankan untuk memperhatikan waktu penggunaan sosial media yang wajar, dengan demikian dapat menghindari dampak-dampak negatif dari penggunaan yang berlebihan dan bahkan adiksi. Pada dasarnya rata-rata penggunaan sosial media subjek penelitian masih tergolong ringan, namun demikian penggunaan yang terus menerus tanpa memperhatikan tindakan pencegahan dapat mengembangkan tingkat adiksi menjadi lebih tinggi. Subjek penelitian maupun individu lainnya di lingkungan yang lebih luas disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor predictor yang dapat mempengaruhi kemunculan dan perkembangan adiksi media sosial dalam diri seseorang, seperti meningkatkan *self-esteem* (Wilson, Fornashier, & White, 2009), meningkatkan *locus of control* (Chak & Leung, 2004) dan faktor-faktor lainnya.

Ilmuan psikologi dan peneliti lainnya yang tertarik dengan topik penelitian adiksi sosial media, dapat mengembangkan riset lanjutan mengenai faktor-faktor prediktor yang dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada khalayak mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan agar dapat terhindar dari penggunaan sosial media yang adiktif. Penelitian mengenai dampak-dampak pada aspek fisik, psikologis dan sosial lainnya juga perlu dilakukan agar dapat memberikan kesadaran bagi masyarakat mengenai bahaya yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial yang tidak terkendali dan adiktif, dengan demikian keilmuan psikologi dapat berperan dalam membantu masyarakat untuk mengembangkan diri dengan lebih baik. Pengembangan lanjutan dari penelitian ini dapat dilakukan dengan memperhatikan implikasi metodologi pada riset selanjutnya. Penelitian ini yang terdiri dari dua studi dengan dua kelompok subjek yang berbeda, dapat direplikasi dengan menggunakan

satu kelompok subjek yang sama, melalui penelitian korelasi maupun regresi terhadap ketiga variabel secara bersama-sama, dengan memperhatikan analisis dan pemisahan antara variabel independen, dependen dan variabel yang berperan dapat berperan sebagai mediator.

DAFTAR PUSTAKA

- . (2019, Desembert 11). *Indonesia Digital 2019 : Media Sosial*. Retrieved from websindo.com: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>
- Berger, E. M. (1963). The Relation Between Expressed Acceptance of Self and Expressed Acceptance of others. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , 778-782.
- Bowlby, J. (1983). *Attachment and Loss*. New York: Basic Books.
- Chak, K., & Leung, L. (2004). Shyness and Locus of Control as Predictors of Internet Addiction and Internet Use. *CyberPsychology & Behavior* Vol. 7, No. 5, <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.559>.
- Durm, M., & Glaze, P. (2001). Construct Validity for Self-Acceptance and Fear of Negative Evaluation. *Sage Journal* Vol 89, Issue 2, <https://doi.org/10.2466/pr0.2001.89.2.386>.
- Griffiths, M. (2018). Adolescent Social Networking: How Do Social Media Operators Facilitate Habitual Use? *Educational dan Behavior Journal*. Vol. 36 No. 3, 66-69. ISSN 2049-3665.
- Hazan, C., & Shaver, P. (1994). Attachment as an Organizational Framework for Research on Close Relationships. *Journal Psychological Inquiry*, https://doi.org/10.1207/s15327965pli0501_1.
- Iqbal, M., & Nurdiani, G. (2016). Is Smartphone Addiction Related to Loneliness? *Science Arena Publications*, 1-6.
- Kusuma, H., & Hidayati, D. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, 91-105.
- Kwon, M., Lee, J., Wong, W., Park, J., Min, J., Hahn, C., Kim, D. (2013). Development and Validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS). *Plos One*, 1-8. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0056936>.
- Majorsy, U., Kinasih, D., Andriani, I., & Lisa, W. (2013). Hubungan Antara Keterampilan Sosial dan Kecanduan Situs Jejaring Sosial pada Masa Dewasa Awal. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur)*, (pp. 80-95).
- Oldmeadow, J., Quin, S., & Kowert, R. (2013). Attachment Style, Social Skills and Facebook Use Amongst Adults. *Computers in Human Behavior*. Volume 29, Issue 23, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.006>.
- Peele, S., & Brodsky, A. (1991). *Truth About Addiction and Recovery: Life Process for Outgrowing Destruction Habits*. New York: Simon & Schuste.
- Pertiwi, W. (2019, 02 04). *Separuh Penduduk Indonesia Sudah "Melek" Media Sosial*. Retrieved from [tekno.kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial](https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial)

- Wilson, K., Fornashier, S., & White, K. (2009). Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* Vol. 13, No. 2, <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>.
- Young, K. (2009). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology and Behavior*, <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>.
- Young, K., & de Abreu, C. (2011). *Internet Addiction : A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. New York: Willey & Sons.