

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian.

A. Latar Belakang

Fenomena penggunaan internet meningkat dari tahun ke tahun dengan rata-rata peningkatan 9,82% pertahun pada tahun 2015-2020 di dunia dan Indonesia merupakan peringkat ketiga dalam peningkatan pertumbuhan pengguna internet tertinggi di dunia setelah Cina dan Filipina (WeAreSocial, 2020). Hasil survei rutin APJII (2018) juga menunjukkan rata-rata peningkatan pengguna internet di Indonesia tahun 2015-2017 adalah 18.387 juta pengguna pertahun. Peningkatan tersebut terjadi karena internet berkembang dan menyediakan banyak sarana yang dapat mempermudah kehidupan manusia saat ini (Leung, Pakpour, Strong, Lin, Tsai, Griffiths, & Chen, 2020).

Sebagian besar pengguna internet sebetulnya mengakses internet untuk mengakses media sosial sebagai media komunikasi. Hasil penelitian Hawi (2012) menunjukkan 84,2% responden menggunakan internet untuk komunikasi. Hasil survei APJII (2018) juga menunjukkan 89,35% pengguna internet adalah pengguna aplikasi *chatting* dan 87,13% adalah pengguna media sosial. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet terbesar untuk komunikasi melalui media sosial.

Dewasa ini mudahnya mengakses internet dan media sosial membuat semua kalangan dapat melakukannya, dengan akses tertinggi merupakan anak muda. Pusat Data dan Informasi Ketenagakerjaan Kemnaker menyebutkan 90,61% anak muda menggunakan internet hanya untuk mengakses media sosial (Ariyanti, 2018). Generasi milenial merupakan pengguna media sosial tertinggi (Kominfo, 2017). Survei *we are social* (Hootsuite, 2019) juga menyebutkan pengguna terbesar media sosial berdasarkan usia berada pada rentang 18-24 tahun dan 25-34 tahun dengan

persentase yang sama yaitu sebesar 33%. Pengguna terbesar media sosial merupakan generasi muda yang berstatus pendidikan mahasiswa yaitu 89,7% dari total populasi pengguna media sosial (APJII, 2018). Hasil survei penggunaan media sosial pada mahasiswa oleh Saputra (2019) menyebutkan bahwa 98% dari subjek penelitiannya yaitu mahasiswa merupakan pengguna aktif internet dan 97%nya merupakan pengguna aktif media sosial.

Saputra (2019) menyebutkan 71% mahasiswa menggunakan media sosial sebagai media komunikasi berupa interaksi dan pertemanan. Mahasiswa sendiri merupakan individu yang berada pada tingkat pendidikan perguruan tinggi dengan usia berkisar 18-25 tahun (Ahmadi, Noerhidajati, & Maesaroh, 2019). Penggunaan media sosial dapat menjadi sebuah dukungan baik sosial maupun emosional bagi penggunanya (Rohman, 2019; Sosiawan, 2020). Hal ini menjadi penunjang bagi kebutuhan mahasiswa yang termasuk pada kelompok usia remaja akhir 18-21 tahun (Monks, Knoers, & Hadinoto, 2014) dan dewasa awal yaitu >22 tahun (Hurlock, 2003). Pada rentang remaja akhir ini, individu membutuhkan dukungan sosial yang besar karena banyaknya perubahan dan tantangan baru dalam kehidupannya (Sosiawan, 2020).

Goldner (2008) menyebutkan penggunaan media sosial pada remaja dapat digunakan untuk mendapatkan keeksistensian dan popularitas diantara teman sebayanya. Media sosial memiliki banyak fitur yang membuat penggunanya dapat menjadi "bintang" dalam akunnya sendiri, dengan pembuatan status, pembaharuan status, *memposting* gambar, *memposting* video dan berbagai fitur lainnya (Putri, Nurwati, & Budiarti, 2016). Hal ini sesuai dengan fase perkembangan remaja, dimana pengaruh lingkungan teman sebaya yang kuat dan pada tahap pencarian identitas (Sarwono dalam (Sari, Ilyas, & Ifdil, 2017; Soliha, 2015)).

Media sosial merupakan saluran atau media yang dapat menjadi wadah pergaulan sosial dengan interaksi daring atau tidak langsung bagi remaja (Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, 2017). Media sosial dapat dibentuk sesuai dengan harapan pandangan yang diinginkan penggunanya, hal itulah yang

menjadikan orang yang memiliki narsis cenderung lebih aktif dalam media sosial (Mehdizadeh, 2010). Orang dengan narsisme memiliki kebutuhan untuk menjadi pusat perhatian, disanjung dan diperlakukan secara istimewa (Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, 2017). Oleh sebab itu orang dengan narsisme akan membuat pencerminan diri dalam media sosial sesempurna mungkin, dengan tujuan mendapat perhatian dari *likes* atau komentar pada *postingannya* (Qorib, 2019). Narsisme sendiri merupakan sikap memuja diri secara berlebihan, merasa dirinya istimewa sehingga menuntut mendapat perlakuan istimewa dari orang disekitarnya (Raskin & Terry, 1988). Orang yang memiliki masalah psikologis seperti narsisme akan sensitif pada kritik atau kegagalan dikarenakan penghargaan diri yang rapuh dan menjadikan media sosial tempat untuk mendapatkan pengakuan (Hardika, 2019).

Twenge, Konrath, Foster, Campbell dan Bushman (2008) menyebutkan bahwa generasi mahasiswa setelah adanya SNS (media sosial) lebih narsis dibanding generasi sebelum adanya media sosial. Sejalan dengan penelitian sebelumnya penelitian dari Roberts, Edmonds dan Grijalva (2010) menyatakan mahasiswa sebagai generasi muda saat ini telah terpapar penggunaan media sosial yang membuat generasi muda lebih narsis dibandingkan orangtua dan generasi sebelumnya. Hal ini terjadi karena media sosial menawarkan kenyamanan untuk mempromosikan diri, menjalin pertemanan, bahkan menyombongkan diri (Buffardi & Campbell, 2008).

Media sosial dapat dijadikan media untuk memenuhi kebutuhan afiliasi juga pembentukan tampilan diri yang ideal menurut individu tersebut sehingga individu dengan narsisme tinggi akan menggunakan media sosial tersebut (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017; Setiasih & Puspitasari, 2015). Hal itu dibuktikan dalam penelitian Andreassen, Pallesen dan Griffiths (2017) orang dengan narsisme tinggi akan memiliki tingkat adiksi media sosial yang tinggi pula. Hasil penelitian Sakti & Bima (2015) juga menunjukkan hasil yang sejalan bahwa narsisme berhubungan positif dengan adiksi media sosial. Adiksi media sosial sendiri merupakan kecanduan pada media sosial yang

menyebabkan dampak negatif pada penggunaannya (Al-Menayes, 2015). Menurut Young dalam Hamdani (2020) pengguna yang menggunakan media sosial lebih dari 5jam perhari dikatakan masuk pada kategori adiksi media sosial.

Ditinjau dari keadaan *work from home* (WFH) atau kerja dari rumah dan sekolah dari rumah saat ini, sebagai pencegahan penyebaran wabah *corona virus disease* 2019 (covid-19), sulit membedakan adiksi media sosial hanya dengan durasi penggunaan media sosial. Hal ini dikarenakan adanya WFH ini membuat penggunaan internet naik hingga 10% (Wardi, 2020). Dikutip dari Ipotnews (2020) menyebutkan peningkatan tertinggi terjadi pada media *browsing* dan media sosial yang dapat mendukung WFH itu sendiri. Durasi peningkatan penggunaan media sosial yang meningkat karena kebutuhan WFH walaupun lebih dari 5jam perhari tidak akan menjadi kecanduan, selama penggunaan media sosial tersebut tidak memberikan dampak negatif yang mengganggu aktivitas penggunaannya baik dalam hubungan sosial, pekerjaan atau studinya (Andreassen & Pallesen, 2014) dan tidak memunculkan paksaan dari dalam diri untuk terus menerus mengakses media sosial (Griffiths, 2000).

Penggunaan media sosial secara intensif dapat mengurangi kesepian (Burke, Marlow, & Lento, 2010) juga meningkatkan kesejahteraan psikologis (Satici, 2019), namun hal tersebut dapat memicu munculnya kecanduan atau disebut juga dengan adiksi yang dalam hal ini adalah adiksi media sosial (Young dalam Hidayati (2017)). Hal itu dapat terjadi jika pengguna media sosial tidak bijak misalnya selalu menjadikan media sosial sebagai tempat pelarian untuk melepas stres, kesepian, depresi atau kecemasan secara terus-menerus (LaRose, Lin, & Eastin, 2003).

Saat ini media sosial menjadi media untuk mengatasi emosi negatif seperti kecemasan, kesedihan atau kesepian (Muñoz-Rivas, Fernández, & Gámez-Guadix, 2010), kesepian yang dirasakan individu dapat dihilangkan dengan membuat dirinya terkoneksi melalui pengungkapan diri pada media sosial (Buntaran & Helmi, 2015). Kesepian merupakan perasaan yang timbul

karena adanya ketidakpuasan relasi sosial (Peplau & Perlman dalam Satici (2019)), hal itu diakibatkan dari kualitas atau kuantitas keterlibatannya dalam hubungan sosial (Jin & Park, 2013). Bonetti, Campbell dan Gilmore (2010) mengatakan remaja yang kesepian menggunakan media komunikasi *online* lebih banyak dibanding dengan remaja yang tidak kesepian, remaja yang kesepian juga cenderung lebih banyak menjalin hubungan baru dengan orang asing dalam dunia maya. Eksperimen BBC menyatakan bahwa kesepian tertinggi berada pada usia 16-24, hal itu terjadi seiring dengan banyaknya keputusan besar yang harus diambil pada rentang usia tersebut (Hammond, 2018). Hal itu menjadi salah satu faktor tingginya penggunaan media sosial *instagram* pada usia 18-24 tahun (Mailanto, 2016).

Menurut Shettar, Karkal, & Kakunje (2017) orang yang ketergantungan media sosial memiliki kesepian yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak ketergantungan. Hal itu didukung hasil penelitian Mulyani, Rahardjo, Citra, Damariyanti, Saputra, Ayuningsih, Siahay (2018) kesepian berhubungan dengan adiksi media sosial. Tingginya kesepian pada rentang usia mahasiswa menyebabkan kecanduan media sosial pada kalangan mahasiswa menjadi hal umum yang biasa terjadi (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019).

Penelitian Darmastuti (2016) menunjukkan semakin tinggi tingkat kesepian, semakin tinggi tingkat kecanduan jejaring sosialnya. Hasil penelitian Błachnio, Przepiorka, Boruch, dan Bałakier (2016) juga menghasilkan tingginya kesepian pada individu dapat memprediksi adanya adiksi media sosial *facebook*. Hal tersebut terjadi karena orang yang tidak mendapatkan kepuasan hubungan dalam dunia nyata, beralih mencari dan menjalin hubungan agar mendapatkannya di media sosial (Lemieux, Lajoie, & Trainor, 2013).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mempelajari pengaruh kesepian dan narsisme terhadap adiksi media sosial dengan subjek penelitian mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung. Peneliti memutuskan mahasiswa dengan rentang usia 18-21 tahun yang merupakan fase remaja akhir

(Monks, Knoers, & Hadinoto, 2014), karena mahasiswa merupakan pengguna internet terbesar dari jumlah total pengguna internet (APJII, 2018), yang 97%nya menggunakan internet sebagai media untuk mengakses media sosial (Saputra, 2019). Peneliti juga memutuskan Bandung sebagai domisili subjek pengambilan data dalam penelitian ini karena Jawa Barat merupakan provinsi pengguna internet tertinggi dan Bandung merupakan kota dengan pengguna media sosial tertinggi (APJII, 2014).

Berdasarkan uraian diatas, uraian tersebut menjadi latar belakang peneliti untuk meneliti “apakah ada pengaruh kesepian dan narsisme terhadap adiksi media sosial pada mahasiswa di Kota Bandung?”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “apakah ada pengaruh kesepian dan narsisme terhadap adiksi media sosial pada mahasiswa di Kota Bandung?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data mengenai pengaruh kesepian dan narsisme terhadap adiksi media sosial pada mahasiswa di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian diharapkan menghasilkan manfaat bagi diri peneliti ataupun orang lain. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan informasi juga memperkaya bidang ilmu Psikologi khususnya perihal kesepian dan adiksi media sosial dikaitkan dengan narsisme.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam upaya mencegah adiksi pada media sosial untuk mencari keeksistensian diri dalam narsisme dan menghilangkan kesepian.

E. Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab yaitu, sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian.

2. BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kajian teoritis yang berisi tentang kesepian, narsisme dan adiksi media sosial serta pemaparan, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

3. BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan bab penjelasan rinci mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi, sampel, partisipan penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengambilan data, dan instrumen penelitian yang digunakan, serta analisis data penelitian.

4. BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab penjelasan rinci mengenai hasil pengolahan analisis data menggunakan aplikasi SPSS dan pembahasan dari hasil penelitian tersebut. Bab ini terdiri dari data demografis, gambaran umum variabel, uji hipotesis, pembahasan serta keterbatasan penelitian.

5. BAB 5 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, serta rekomendasi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya.