

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia meningkat pesat, pada bidang teknologi informasi dan komunikasi sudah ditemukan internet yang sangat membantu pekerjaan manusia pada jaman yang sangat moderen ini. Pengguna internet selalu meningkat setiap tahunnya mengingat kebutuhan manusia terhadap teknologi juga semakin meningkat. Indonesia sendiri menempati peringkat kelima dengan pengguna internet terbanyak di dunia. Di Asia pengguna internet hingga tanggal 30 Juni 2018 mencapai lebih dari 2 milyar jiwa, mengambil 49% pengguna internet dari seluruh dunia. Hasil ini diperoleh dari survei pada 35 negara di Asia. Survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) bersama Teknopreneur menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,7% dari jumlah total penduduk di Indonesia. Survei ini membagi pengguna internet berdasarkan karakter kota atau kabupaten, dimana pengguna di daerah Urban paling mendominasi dengan 72,41%, pada daerah Rural-Urban mencapai 49,49%, dan daerah Rural 48,25% (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia, 2018).

Internet tidak hanya bisa dinikmati oleh orang dewasa, saat ini remaja sudah sangat akrab dengan kecanggihan internet. Setidaknya ada 30 juta dari total jumlah 75 juta pengguna internet di Indonesia merupakan anak dan remaja (Gayatri, dkk, 2015). Gayatri (2015) menyatakan bahwa 98% remaja Indonesia mengetahui tentang internet dan 79,5% dari keseluruhan responden merupakan pengguna internet, 20% remaja tidak menggunakan internet karena keterbatasan peralatan seperti komputer dan larangan penggunaan internet oleh orang tua. Biasanya remaja mengakses internet melalui komputer pribadi, warung internet, dan paling banyak menggunakan ponsel pintar. Menurut Gayatri (2015) remaja memiliki tiga motivasi untuk mengakses internet, yaitu untuk mencari informasi baru yang didorong oleh tugas sekolah, untuk berhubungan dengan teman lama maupun baru, dan mendapatkan hiburan dengan membuka media sosial yang

didorong oleh preferensi pribadi. Hal ini juga diungkapkan oleh beberapa siswa SMP dan SMA yang di wawancara peneliti pada tanggal 30 Oktober 2018, yaitu A, N, dan M. A merupakan siswa SMP berjenis kelamin perempuan di SMP X Semarang, sedangkan N dan M merupakan siswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang saat ini berada di tingkat SMA.

“buat nambah wawasan kak, tugas sekolah juga butuh internet kan, aku juga punya grup di WA sama Line bareng teman-teman.” (A)

“aku pakai sosmed buat ngilangin stres dan nyari info soalnya aku liatnya video masak-masak karena aku suka masak, trus korea-korea gitu, sama akun horor di Instagram.” (N)

“kalo chat itu buat memudahkan aku komunikasi sama semua orang, kalo buat ig dan youtube buat update berita terbaru, selain itu buat hiburan aja sih” (M)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi menggunakan internet pada ketiga subjek pendahuluan adalah untuk menambah wawasan, mencari informasi, membaca berita terbaru, untuk mengerjakan tugas sekolah, mencari hiburan dengan menonton video tutorial memasak dan video *kpop*, *stalking* akun-akun horor, dan memudahkan komunikasi dengan keluarga dan teman.

Ada berbagai macam jenis media sosial yang tersedia saat ini, seperti media sosial berbasis teks, media sosial berbasis gambar, atau media sosial berbasis obrolan seperti yang disampaikan oleh subjek penelitian pendahuluan sebagai berikut:

“Media sosial yang biasa aku pake itu Facebook, Instagram, sama Whatsapp doang” (A)

“Aku biasa buka Instagram, Facebook, Twitter, sama Youtube sih, aku juga punya Whatsapp sama Line buat komunikasi” (N)

“Yang aku pake Instagram, Whatsapp, Line, sama Youtube” (M)

Akun media sosial yang dimiliki oleh subjek pendahuluan antara lain *Fabebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, *Line*, dan *Youtube*. Semua subjek

pendahuluan memiliki akun *Instagram* dan *Whatsapp*, dua diantaranya menggunakan *Youtube*, *Line*, dan *Facebook*.

Facebook merupakan media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia ini memiliki semakin banyak fitur membuatnya tidak tertinggal dengan aplikasi media sosial lain yang semakin canggih. Menurut *Internet World Stats*, 2018 Indonesia memiliki pengguna aktif *Facebook* sebanyak 130 juta jiwa hingga 31 Desember 2017. Rinjani & Firmanto (2013) menyatakan bahwa *Facebook* memiliki keunggulan dapat menghubungkan pengguna dengan keluarga, menemukan teman lama, bertemu teman baru atau orang yang tidak dikenal sama sekali yang berbeda negara, latar belakang, dan budaya. Remaja menggunakan *Facebook* karena memiliki orientasi secara personal untuk berhubungan dengan orang lain, yaitu teman-teman (Ayun, 2015). *Facebook* dapat dimanfaatkan sebagai penunjang kegiatan belajar-mengajar, dimana Guru dapat menyebarkan modul, membangun diskusi interaktif, adanya fasilitas notification juga memungkinkan siswa dapat mengikuti perkembangan kegiatan belajar-mengajar secara mobile dan dapat memanfaatkannya untuk pengayaan materi secara mandiri sesuai dengan waktu dan kesempatan yang tersedia bagi masing-masing siswa (Patria & Yulianto, 2011).

Twitter merupakan media sosial yang populer dimana penggunanya dapat menyatakan pendapat dilamannya dan menggunakan *hashtag* untuk mendukung suatu komunitas atau pendapat seseorang. Laporan “Digital 2019” (2019) yang diterbitkan *Hootsuite* pada Januari 2019 *Twitter* menempati peringkat keenam sebagai media sosial paling banyak digunakan penduduk Indonesia. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia hanya 52% yang menggunakan media sosial ini. Putra & Marhaeni (2015) menyatakan pada perkembangan media sosial ini awalnya dirancang untuk pengguna dewasa sebagai pendukung pekerjaan, namun sekarang pengguna *Twitter* didominasi oleh remaja. *Twitter* remaja biasanya berisi hal-hal tentang kehidupan pribadi remaja sehari-hari, hubungan percintaan, hubungan persahabatan, dan pemikiran-pemikiran tentang lingkungan sekitar. Menurut Putriny, Bidjuni, & Wowiling (2015) *Twitter* dapat menjadi sarana bersosialisasi dalam kepentingan di bidang akademik maupun non akademik,

sebagai sarana penunjang kegiatan belajar dan perkembangan intelektual, serta dimanfaatkan sebagai sarana hiburan untuk remaja.

Aplikasi media sosial lain seperti *Instagram* adalah media sosial dimana pengguna dapat mengunggah foto maupun video didalamnya, saat ini *Instagram* juga dijadikan media penyebar berita. *Instagram* dapat memenuhi kebutuhan remaja untuk memerhatikan dan diperhatikan orang lain dengan cara mengirim foto atau video lalu mendapatkan tanda suka (*like*) dan komentar (*comment*) dari pengguna lainnya (Sosiawan & Wibowo, 2018). Laporan “Digital 2019” (2019) yang diterbitkan *Hootsuite* pada Januari 2019, saat ini *Instagram* menempati peringkat keempat sebagai media sosial paling banyak digunakan di Indonesia. Pada bulan April 2018 bahkan *Instagram* sudah digunakan oleh 56 juta orang, Indonesia masuk dalam jajaran empat besar pengguna *Instagram* di dunia.

Media sosial yang berbasis *chatting* seperti *line* dan *whatsapp* digunakan oleh hampir segala usia pengguna internet, kedua media sosial ini dapat digunakan untuk saling bertukar informasi antar penggunanya melalui percakapan tertulis maupun pesan suara, bahkan saat ini ada fitur panggilan suara maupun video yang mempermudah komunikasi pengguna sekarang. Laporan “Digital 2019” (2019) yang diterbitkan *Hootsuite* pada Januari 2019 melaporkan bahwa *Whatsapp* menempati peringkat kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan 83% pengguna internet Indonesia merupakan pengguna *Whatsapp*, sedangkan *Line* menempati peringkat kelima dengan populasi 59% pengguna aktif internet menggunakan media sosial ini.

Youtube sudah sangat populer dan saat ini makin populer dengan meledaknya video-video para *vlogger* yang membuat banyak kalangan memiliki keinginan untuk membuka akun *vlog* mereka sendiri. Banyak macam *vlog* yang dibuat, bisa berupa *vlog* harian, opini para *vlogger*, *review* para *vlogger* mengenai suatu produk atau tempat, tutorial penggunaan sesuatu, dan banyak tema *vlog* lainnya. *Youtube* menempati peringkat pertama sebagai media sosial yang paling banyak digunakan pengguna internet Indonesia yaitu sebanyak 88% menurut laporan “Digital 2019” (2019) yang diterbitkan *Hootsuite* pada Januari 2019. Dewi, dkk., (2019) menyatakan bahwa salah satu dampak positif menonton *Youtube*

adalah meningkatkan sikap prososial, namun hal ini harus tetap berada dibawah peran orang tua untuk menjelaskan setiap konten yang ada. Fadhal & Nurhajati (2012) memberikan laporan bahwa remaja memaknai aktivitas di *Youtube* sebagai ekspresi, eksistensi diri, dan kebebasan untuk membuka jaringan seluas mungkin di lingkungan.

Media sosial yang banyak digunakan remaja saat ini tentu saja memiliki dampak yang baik dan buruk pada kehidupan dan kesehatan remaja itu sendiri. Dampak baik yang didapat dari penggunaan media sosial tentu saja dapat berkomunikasi lintas tempat dengan mudah, pencarian dan penyebaran informasi semakin cepat, bagi para pelajar media sosial tentu saja dapat digunakan untuk media belajar, sebagai tempat memperluas jaringan pertemanan dan juga media iklan bisnis (Chae, 2018). Ada dampak baik tentu saja ada dampak buruk dari media sosial, seperti remaja yang biasa menggunakan media sosial ternyata mengalami kesulitan untuk bersosialisasi secara langsung dengan orang lain di dunia nyata karena mereka lebih asyik dengan media sosial dan menjadi pendiam di dunia nyata, mereka menjadi tidak peduli dengan lingkungan dan mementingkan diri sendiri, waktu belajar yang berkurang, pornografi yang sudah sangat terbuka, dan kejahatan melalui media sosial yang saat ini marak terjadi, terutama dialami remaja (Radovic, dkk., 2017).

Penggunaan media sosial yang sangat intens hingga mengabaikan kehidupan sosial yang realistis mungkin akan menyebabkan kecanduan internet. Kecanduan internet didefinisikan sebagai perilaku yang kompulsif, tidak tertarik melakukan aktivitas selain membuka internet, serta ada *symptom* fisik dan psikologis yang diperlihatkan ketika aktivitas membuka internet hendak dihilangkan (Young & de Abreu, 2010). Kecanduan internet pada remaja akan menyebabkan berbagai masalah pada kesehatan fisik maupun psikologis seperti insomnia karena khawatir meninggalkan portal media sosial. Penelitian yang dilakukan pada siswa SMA 9 Manado menunjukkan 71% siswa mengalami insomnia ringan, sedangkan 29% sisanya mengalami insomnia berat karena mengerjakan tugas di malam hari, *chatting* dengan teman di media sosial, melakukan pencarian dan mengunduh hal-hal yang berkaitan dengan hobi dan

kesenangan, serta bermain *game online* (Putriny, dkk., 2015). Kecanduan internet akan menyebabkan remaja merasa takut, gelisah, cemas, bingung, bosan, waswas, panik, dan sedih ketika tidak bisa mengakses internet Hakim & Raj (2017). Penggunaan media sosial yang terlalu sering juga bisa mengganggu fungsi mata karena terlalu lama berhadapan dengan layar ponsel atau *laptop*.

Menurut WHO (*World Health Organization*) remaja merupakan penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun, sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014 remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun (Pusat Data dan Informasi Kementrian Kesehatan RI, 2014). Remaja menurut Sarwono (2005) dibagi kedalam tiga tahap perkembangan, yaitu: tahap remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir. Remaja awal biasanya ditandai dengan keheranan pada perubahan yang terjadi secara fisik maupun psikologis, mulai mengembangkan pemikiran baru, mudah tertarik terhadap lawan jenis, kepekaan terhadap lingkungan yang semakin cepat namun tidak diimbangi dengan kendali ego yang membuat remaja sulit mengerti dan dimengerti oleh orang dewasa. Remaja madya sangat memiliki karakteristik yang sangat membutuhkan teman dan sahabat, remaja berada dalam kondisi kebingungan membedakan apa yang dirasakan, dan mulai mempererat hubungan dengan lawan jenis. Pada tahap remaja akhir menuju dewasa remaja biasanya memiliki kemantapan minat pada bidang tertentu, mencari pengalaman baru dengan orang lain, identitas seksual terbentuk, mulai menyeimbangkan kepentingan pribadi dan orang lain, dan sudah dapat membedakan ranah umum dan pribadi.

Fase remaja merupakan fase dimana perkembangan kognitif, emosi, maupun fisik sangat potensial (Ali & Asrori, 2004). Perubahan sosio-emosional yang dialami remaja dari fase anak-anak meliputi tuntutan untuk mandiri, mengalami konflik dengan orang tua, dan keinginan remaja untuk menghabiskan waktu bersama teman sebaya (Santrock, 2007). Konflik dengan orang tua mengalami peningkatan pada masa remaja karena perubahan-perubahan yang dialami remaja baik secara biologis yaitu remaja mengalami pubertas, kognitif remaja mengalami perkembangan untuk berpikir logis dan peningkatan idealisme, perubahan sosial dimana remaja ingin mandiri dan memiliki identitas, perubahan

kebijaksanaan orang tua, dan harapan-harapan yang dilanggar oleh orang tua maupun remaja sendiri (Santrock, 2002). Remaja memiliki energi yang besar dan emosi yang membara namun pengendalian diri remaja cenderung masih belum sempurna sehingga membuat remaja sering mengalami perasaan tidak aman, tidak tenang, dan kesepian. (Hurlock, 1999).

Menurut Piaget (Crain, 2007) pada usia remaja perkembangan kognitif sudah mencapai tahap operasi berpikir formal. Pada tahap ini remaja bekerja dengan sistematis untuk melihat segala kemungkinan yang terjadi. Remaja mampu untuk berpikir abstrak, menguji hipotesis yang sudah ditentukan, dan mempertimbangkan peluang yang ada serta menarik kesimpulan dari penjelasan sebelumnya. Perubahan kognisi sosial juga sangat menonjol pada remaja, biasanya remaja mengembangkan egosentris khusus yang ditunjukkan dengan tanda-tanda seperti remaja ingin diperhatikan dan dilihat oleh orang lain, serta memiliki perasaan bahwa tidak ada seorangpun yang mengerti dirinya sehingga remaja membuat pertahanan diri untuk mengarang cerita berdasarkan fantasi yang jauh dari realitas yang ada (Santrock, 2002).

Menurut Erikson (Crain, 2007) pada usia 12 tahun hingga 18 tahun, individu mengalami fase *identity vs role confusion* (Identitas vs Kebingungan Peran) dimana remaja yang dapat mengatasi identitas-identitas yang saling bertentangan akan membentuk kepribadian yang aman dan dapat diterima, sedangkan remaja yang tidak dapat mengatasi krisis identitas akibat dari konflik serta tuntutan sosial yang baru maka akan menarik diri dari lingkungan pertemanan dan keluarga atau kehilangan identitas dalam kelompok. Remaja menunjukkan identitas sebagai individu yang memiliki citra diri positif seperti ingin terlihat cerdas, bahagia, dan berbagi tentang hobi serta kegiatan yang disukai di media sosial (Ayun, 2015). Beberapa cara remaja untuk menunjukkan identitas diri melalui pakaian yang dikenakan, melalui gaya foto yang unik dan ekspresif, melalui beberapa akun yang remaja punya, dan melalui video yang memuat tulisan tentang perasaan mereka karena remaja mementingkan mengungkapkan perasaan dan pikiran (Fadhil & Nurhajati, 2012).

Remaja dapat mengalami kesepian karena pada tahap ini terjadi transisi untuk membentuk hubungan sosial dengan orang lain selain keluarga (Coşan, 2014). Perubahan fisik yang menonjol pada fase remaja awal membuat remaja malu dan menjauhi lingkungan sehingga merasa kesepian (Ali & Asrori, 2004). Menurut Young (Lasgaard, dkk., 2011) penarikan sosial, penilaian negatif, dan kegagalan sosial yang dirasakan dapat meningkatkan resiko kesepian. Kesepian juga bisa terjadi akibat ketidakcocokan remaja dengan lingkungan (Lodder, dkk., 2016).

Menurut Perlman & Peplau (1998) kesepian adalah ketidaknyamanan psikologis yang dialami seseorang ketika hubungan sosial yang dijalani memiliki kualitas maupun kuantitas yang tidak sesuai harapan individu. Kesepian adalah perasaan kosong, merasa sendiri, dan tidak diinginkan walaupun berada di lingkungan yang ramai (Buntaran & Helmi, 2015). Seseorang dianggap kesepian ketika dukungan sosial dan kontak sosial yang diterima dan dilakukan dalam jumlah yang sedikit (Franklin & Tranter, 2011).

Saat remaja merasa tidak ada yang bisa diajak berinteraksi maka remaja akan membuka portal media sosial dan berinteraksi secara *online* dengan teman di dunia maya. Subjek penelitian pendahuluan memberikan keterangan bahwa penggunaan media sosial untuk hiburan dan mengurangi kesepian. Hal ini sesuai dengan pernyataan subjek pendahuluan berikut:

“iya sih biasanya kalo acara keluarga gitu aku kadang buka medsos kalo nggak lagi ngapa-ngapain. Kalo hari biasa sih aku buka medsos pas istirahat sekolah sama pulang sekolah mbak” (A)

“Aku buka medsos soalnya aku suwung mbak di rumah” (N)

“Aku buka sosmed itu sering banget, misal dari bangun udah buka, nanti pas disekolah juga buka, mau tidur juga buka medsos dulu, soalnya bingung mau ngapain lagi ya buka medsos jadinya.” (M)

Kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara diatas adalah bahwa subjek pendahuluan membuka media sosial ketika merasa *suwung*, tidak melakukan kegiatan apapun, ketika istirahat dan waktu pulang sekolah, bahkan salah satu subjek menyatakan seringnya membuka media sosial dari awal bangun tidur, saat

disekolah, hingga akan tidur karena subjek tidak tahu kegiatan apa lagi yang harus dilakukan.

Pada penelitian sebelumnya ditemukan bahwa media sosial *Facebook* mampu mengurangi perasaan kesepian (Teppers, dkk.,2014). Menurut (ul-Malik & Rafiq, 2016) berselancar di media sosial juga membuat remaja merasa senang hingga melupakan tugas mereka sebagai pelajar namun secara signifikan mengurangi kesepian yang dialami. *Instagram* yang merupakan media sosial dengan basis foto atau video ternyata lebih efektif mengurangi kesepian dibandingkan media sosial berbasis teks (Pittman & Reich, 2016). Bahkan penelitian (Bozoglan, 2013) membuktikan bahwa kesepian memberikan sumbangan paling signifikan untuk menjelaskan kecanduan internet. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kesepian pada remaja menjadi salah satu penyebab remaja membuka portal media sosial. Menurut beberapa penelitian, media sosial sebagai hiburan remaja ternyata dapat mengurangi kesepian yang dirasakan. Semakin besar kesepian remaja maka semakin sering dan banyak media sosial yang digunakan, sebaliknya semakin kecil kesepian yang dirasakan maka semakin sedikit remaja membuka portal media sosial.

Kesepian bisa terjadi akibat beberapa faktor, salah satunya kurang terpenuhinya hubungan sosial yang diterima (Perlman & Peplau, 1981). Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri dan memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain, saling membantu, membentuk kerjasama, melakukan jual beli, dan interaksi lain dalam kehidupan sosial manusia. Teori kebutuhan menurut Maslow (Siagian, 2004) menjelaskan bahwa kebutuhan manusia terdiri dari : kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan *esteem*, dan kebutuhan terakhir adalah aktualisasi diri. Salah satu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi adalah kebutuhan sosial, yaitu kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Didalam kebutuhan sosial terdapat kebutuhan afiliasi, menurut Maslow (Rinjani & Firmanto, 2013) adalah kebutuhan terhadap sosial teman, dicintai dan mencintai serta diterima dalam kelompok lingkungan karena manusia pada

dasarnya selalu ingin hidup berkelompok dan tidak ingin hidup menyendiri di tempat terpencil.

Menurut teori kebutuhan McClelland kebutuhan setiap individu ada 3 jenis, yaitu kebutuhan untuk berprestasi (*need of achievement/ nAch*), kebutuhan untuk berkuasa (*need of power/ nPo*), dan kebutuhan untuk berafiliasi (*need of affiliation/ nAff*) (Siagian, 2004). Kebutuhan afiliasi yaitu kebutuhan nyata setiap manusia, terlepas dari kedudukan, jabatan, atau pekerjaan yang ditunjukkan oleh keinginan berada pada situasi bersahabat dalam interaksi dengan orang lain. Kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan dasar manusia namun memiliki tingkat yang berbeda pada setiap orang tergantung situasi yang terjadi (Baron & Branscombe, 2012).

Menurut teori kebutuhan Maslow dan McClelland dapat dikatakan bahwa remaja memiliki kebutuhan untuk berkelompok, berteman, dan menjalin persahabatan dengan orang lain. Kebutuhan afiliasi ditengah kecanggihan teknologi ini dapat dipenuhi dengan penggunaan media sosial untuk mencari teman baru, membentuk forum diskusi mengenai suatu topik, bahkan remaja dapat bergabung dengan komunitas yang mereka inginkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiasih & Puspitasari (2015) ada beberapa faktor yang menyebabkan remaja membuka media sosial, yaitu kebutuhan menjelaskan diri, kebutuhan untuk memperhatikan dan diperhatikan orang lain, kebutuhan untuk tampil baik, dan kebutuhan untuk memperoleh dukungan, untuk mewujudkan kebutuhan dukungan manusia berafiliasi seperti membentuk pertemanan, bekerja sama dengan orang lain, membentuk interaksi, dan berkomunikasi. Tujuan menggunakan media sosial menurut hasil penelitian Fadhal & Nurhajati (2012) diantaranya: untuk berkomunikasi, kebutuhan sosial, untuk menunjukkan eksistensi diri, mendapat hiburan seperti melihat film serta mendengarkan musik, membentuk pertemanan, bermain *game*, mencari informasi, dan belanja *online*.

Remaja memiliki kebutuhan afiliasi yang berbeda-beda. Pada remaja dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi maka remaja akan lebih banyak membentuk pertemanan salah satunya dengan penggunaan media sosial yang lebih aktif. Terkadang remaja saat berinteraksi di dunia nyata dan dunia maya memiliki sikap

yang jauh berbeda. Remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi rendah cenderung meninggalkan hubungan sosial nyata dan membentuk interaksi di dunia maya, sedangkan remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi dapat menyeimbangkan interaksi pada dunia nyata dan dunia maya (Putra & Marhaeni, 2015). Hal tersebut sesuai dengan yang diaungkapkan subjek pendahuluan berikut:

“Aku banyak ngefollow orang yang nggak aku kenal sih soalnya pengen aja ketemu orang baru.” (A)

“Aku punya banyak grup chat sama teman buat sharing berita sama info, kadang buat ngobrol sama nggosip juga sih.” (M)

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas adalah subjek penelitian banyak mengikuti orang yang tidak dikenal di media sosial karena ingin mengenal orang-orang baru. *Grup* obrolan yang dimiliki oleh subjek penelitian biasanya berisi berbagi berita, untuk mengobrol, dan bergosip.

Hasil penelitian Putra & Marhaeni (2015) menyebutkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kebutuhan afiliasi pada remaja dengan penggunaan media sosial *Twitter* di Bali. Penelitian yang dilakukan Pribadi, Pratiwi, & Brotowidagdo (2011) mengungkapkan bahwa motif afiliasi terbesar pada remaja pengguna *Facebook* adalah memperluas pertemanan, sedangkan motif afiliasi yang terkecil adalah untuk mendapatkan perhatian orang lain. Rinjani & Firmanto (2013) menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan *Facebook*. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan afiliasi menjadi salah satu faktor remaja untuk membuka media sosial. semakin besar kebutuhan afiliasi yang dimiliki remaja maka semakin besar pula kemungkinan remaja tersebut membuka media sosial.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dimana penelitian ini menggunakan subjek remaja pada usia SMP dan SMA, subjek yang diambil berada pada kelas VIII dan IX SMP, serta kelas X SMA.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan maka dapat dirumuskan bahwa masalah dalam penelitian ini, yaitu: apakah ada hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi dengan intensi penggunaan media sosial pada remaja?"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menguji secara empiris apakah ada hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi dengan intensi penggunaan media sosial pada remaja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan pada ilmu psikologi serta mendukung kajian teori pada ilmu psikologi

2. Manfaat praktis

Peneliti berhadap masyarakat dapat meningkatkan kesadaran bahwa intensi penggunaan media sosial pada remaja dapat dikarenakan kesepian dan kebutuhan afiliasi yang kurang terpenuhi dan orang tua serta guru dapat mendampingi remaja dalam menggunakan media sosial dengan baik untuk menghindari dampak buruk dari penggunaan media sosial.