

**KETERKAITAN FLEKSIBILITAS KOGNITIF DALAM  
HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN *SCROLLING ADDICTION*  
DAN BIAS KONFIRMASI**

**Skripsi**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

**Ana Fitri Aulia  
(30702100033)**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2025**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**KETERKAITAN FLEKSIBILITAS KOGNITIF  
DALAM HUBUNGAN ANTARA  
KECENDERUNGAN *SCROLLING ADDICTION*  
DAN BIAS KONFIRMASI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Ana Fitri Aulia**

**30702100033**

Telah Disetujui untuk Diuji dan Dipertahankan di depan Dewan Penguji Guna  
Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog

6 Januari 2025

Semarang, 6 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung



**Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**  
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**Keterkaitan Fleksibilitas Kognitif dalam Hubungan antara  
Kecenderungan Scrolling Addiction dan Bias Konfirmasi**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ana Fitri Aulia

30702100033

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada 21 Januari 2025

**Dewan Penguji**

1. Ratna Supradewi, S. Psi, M. Si, Psikolog
2. Inhasuti Sugiasih, S.Psi, M.Psi, Psikolog
3. Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog

**Tanda Tangan**

.....  
.....  
.....

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 21 Januari 2025

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si  
NIDN. 210799001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya, Ana Fitri Aulia dengan penuh tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 6 Januari 2024

Yang menyatakan



**Ana Fitri Aulia**  
**30702100033**

## MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى . وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى . ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى

Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna,

(QS. An-Najm : 39-41)

فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Maka, bertanyalah kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui.

(Q.S. An-Nahl : 43)

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ  
أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

(Yaitu) mereka yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah dan mereka itulah ululalbab (orang-orang yang mempunyai akal sehat).

(Q.S. Az-Zumar : 18)

Tak ada kesuksesan yang sempurna. Pun, tak ada kegagalan yang tak memberi guna. Yang aku tahu, Allah, Dia Maha Bijaksana.

(Ana Fitri Aulia)

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اللَّهُمَّ تَقَبَّلْ مِنِّي هَذَا الْعَمَلِ وَاجْعَلْهُ طَيِّبًا مَبْرُوكًا

Karya ini dipersembahkan untuk:

Bapak, Ibu, dan Adik peneliti, yang tak pernah menyudahi do'a, tak pernah menamatkan dukungan, serta senantiasa mendermakan perhatian, pengorbanan, nasehat dan motivasi bagi peneliti setiap bilangan hari.

Dosen pembimbing peneliti, Ibu Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog, yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dengan lapang hati, menyokong dukungan, semangat, dan motivasi, serta mencurahkan kontribusi yang besar atas terselesaikannya penelitian ini.

Universitas Islam Sultan Agung Semarang, tempat peneliti menghimpun pelajaran, menyelami pengetahuan, dan menyerap wawasan terutama dalam bidang psikologi.

## KATA PENGANTAR

الحمد لله الذي أنزل على عبده الكتاب و لم يجعل له عوجا . وهو الذي جعل الأرض قرارا و السماء بناء .  
فإن الله وملائكته يصلون على النبي . اللهم صل وسلم وبارك وأنعم على سيدنا ونبينا وحبينا محمد وعلى اله  
وصحبه اجمعين . فتبارك الله رب العالمين

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang nikmat-Nya tiada terkira, pertolongan-Nya menyapa di setiap kedipan mata. *Alhamdulillah* *rabbil'alamin*, dengan segenap ridho dan pertolongan-Nya yang tercurahkan, karya sederhana ini dapat terselesaikan. Melalui karya ini, lengkap sudah salah satu syarat bagi peneliti untuk mencapai derajat S1 Sarjana Psikologi.

Proses penulisan karya ilmiah ini bukan merupakan proses yang mudah. Banyak ketidaksempurnaan, kesulitan, dan kendala yang dialami peneliti. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, proses yang tak mudah ini berhasil terlalui, dan karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segenap kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si., atas dukungan, kebijakan, dan arahan yang telah diberikan baik dalam proses akademik maupun penelitian.
2. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog, yang memberikan bimbingan dan dukungan penuh kepada peneliti dalam segenap proses penelitian.
3. Dosen pembimbing akademik, Ibu Dra. Rohmatun, S.Psi., M.Si. yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada peneliti selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, atas ilmu, bimbingan, motivasi, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan hingga penelitian ini terselesaikan.
5. Pihak yang memberikan beasiswa kepada peneliti, atas kesempatan dan dukungan finansial kepada peneliti dalam program beasiswa, sehingga

- memotivasi peneliti untuk terus belajar dan menyelesaikan pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung dengan sebaik-baiknya.
6. Seluruh staf administrasi dan karyawan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, atas bantuan administrasi, informasi, dan pelayanan yang mempermudah peneliti selama proses pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.
  7. Seluruh peneliti sebelumnya, atas karya, temuan, dan teori-teori yang menjadi referensi penting dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini.
  8. Staf *musyrif* dan *musyrifah* Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) yang telah membantu peneliti dalam proses pengambilan data penelitian, serta mahasiswa Pesanmasa gelombang kedua yang telah berpartisipasi dan bersedia menjadi subjek penelitian.
  9. Bapak, ibu dan adik peneliti, yang tak pernah menyudahi do'a, serta selalu mengalirkan derasnya dukungan, perhatian, dan motivasi baik moril maupun materil kepada peneliti.
  10. Pihak yang senantiasa menyemai harapan, mentransmisikan energi, melimpahkan bantuan dan dukungan kepada peneliti dalam segenap proses penelitian.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan karya tulis ini. Besar harapan peneliti agar karya tulis ini bermanfaat bagi masyarakat secara luas, terutama bagi pengembangan ilmu psikologi.

والله اسأل أن يوفق الجميع إلى ما فيه الخير والصلاح ، و أن ينفعنا بما علمنا ، و أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم. والحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا وحبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

Semarang, 6 Januari 2024



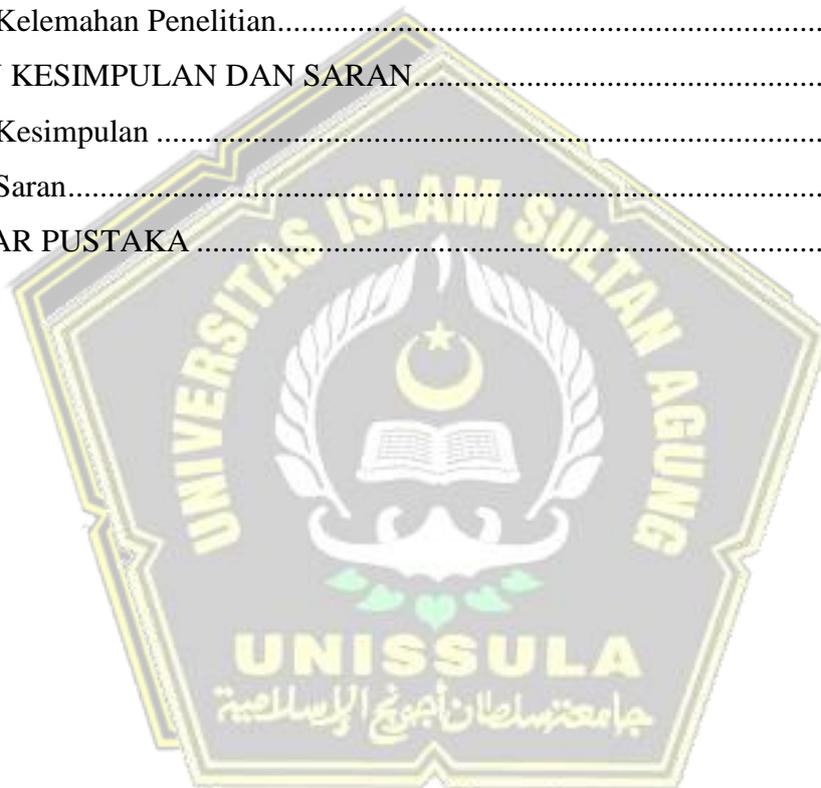
Ana Fitri Aulia

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Bias Konfirmasi .....	9
1. Pengertian Bias Konfirmasi.....	9
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bias Konfirmasi .....	10
3. Aspek-Aspek Bias Konfirmasi .....	12
4. Indikator Bias Konfirmasi .....	12
B. Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	13
1. Pengertian Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	13
2. Aspek-Aspek Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	15
C. Fleksibilitas Kognitif.....	17
1. Pengertian Fleksibilitas Kognitif.....	17

2.	Aspek-Aspek Fleksibilitas Kognitif .....	19
3.	Komponen Fleksibilitas Kognitif .....	20
D.	Hubungan antara Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> dan Bias Konfirmasi 21	
E.	Keterkaitan antara Fleksibilitas Kognitif dalam Hubungan antara Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> dan Bias Konfirmasi.....	22
F.	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
A.	Identifikasi Variabel.....	25
B.	Definisi Operasional.....	25
1.	Bias Konfirmasi.....	25
2.	Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	26
3.	Fleksibilitas Kognitif.....	26
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
1.	Populasi .....	27
2.	Sampel.....	27
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
D.	Metode Pengumpulan Data.....	28
1.	Skala Bias Konfirmasi.....	28
2.	Skala Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	29
3.	Skala Fleksibilitas Kognitif.....	30
E.	Teknik Analisis .....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
A.	Orientasi Kancan Penelitian.....	31
B.	Persiapan Penelitian .....	32
1.	Persiapan Perizinan .....	32
2.	Penyusunan Alat Ukur.....	32
3.	Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur.....	36
4.	Analisis Daya Beda Aitem .....	36
5.	Penomoran Ulang .....	39
C.	Pelaksanaan Penelitian .....	40

D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	41
1. Uji Asumsi.....	41
2. Uji Hipotesis.....	44
E. Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
1. Deskripsi Data Skor Bias Konfirmasi.....	48
2. Deskripsi Data Skor Kecenderungan <i>Scrolling Addiction</i> .....	49
3. Deskripsi Data Skor Fleksibilitas Kognitif.....	51
F. Pembahasan.....	52
G. Kelemahan Penelitian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Data Mahasiswa Pesanmasa Gelombang Kedua .....	27
Tabel 2. Blueprint Skala Bias Konfirmasi .....	29
Tabel 3. Blueprint Skala Kecenderungan Scrolling Addiction .....	29
Tabel 4. Blueprint Cognitive Flexibility Inventory (CFI) yang disusun oleh Dannis dan Wal (2010) .....	30
Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Bias Konfirmasi.....	33
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Kecenderungan Scrolling Addiction .....	34
Tabel 7. Sebaran Aitem Cognitive Flexibility Inventory (CFI).....	35
Tabel 8. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Bias Konfirmasi .....	38
Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Kecenderungan Scrolling Addiction .....	39
Tabel 10. Sebaran Nomor Aitem Baru Skala Bias Konfirmasi .....	39
Tabel 11. Sebaran Nomor Aitem Baru Skala Kecenderungan Scrolling Addiction .....	40
Tabel 12. Sebaran Nomor Aitem CFI Versi Bahasa Indonesia .....	40
Tabel 13. Data Demografi Subjek Penelitian.....	41
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 15. Norma Kategorisasi Skor.....	47
Tabel 16. Deskripsi Skor Bias Konfirmasi .....	48
Tabel 17. Kategorisasi Skor Bias Konfirmasi.....	48
Tabel 18. Deskripsi Skor Kecenderungan Scrolling Addiction .....	50
Tabel 19. Kategorisasi Skor Kecenderungan Scrolling Addiction .....	50
Tabel 20. Deskripsi Skor Fleksibilitas Kognitif.....	51
Tabel 21. Kategorisasi Skor Fleksibilitas Kognitif .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Norma Kategori Skala Bias Konfirmasi .....	49
Gambar 2. Norma Kategori Scrolling Addiction .....	50
Gambar 3. Norma Kategori Fleksibilitas Kognitif.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. Surat Izin Penelitian .....	65
LAMPIRAN B. Bunyi Aitem Skala Bias Konfirmasi .....	66
LAMPIRAN C. Bunyi Aitem Skala Kecenderungan Scrolling Addiction.....	69
LAMPIRAN D. Bunyi Aitem Cognitive Flexibility Inventory Versi Original (Bahasa Inggris) dan Versi Bahasa Indonesia.....	71
LAMPIRAN E. Hasil Uji Daya Beda Skala Bias Konfirmasi .....	73
LAMPIRAN F. Hasil Uji Reliabilitas Skala Bias Konfirmasi.....	74
LAMPIRAN G. Hasil Uji Daya Beda Skala Kecenderungan Scrolling Addition	75
LAMPIRAN H. Hasil Uji Reliabilitas Skala Kecenderungan Scrolling Addiction .....	76
LAMPIRAN I. Hasil Uji Normalitas .....	77
LAMPIRAN J. Hasil Uji Linearitas antara Variabel Bebas (Kecenderungan scrolling addiction) dan Variabel Terikat (Bias Konfirmasi) .....	77
LAMPIRAN K. Hasil Uji Linearitas antara Variabel Moderator (Fleksibilitas Kognitif) dan Variabel Terikat (Bias Konfirmasi).....	78
LAMPIRAN L. Hasil Uji Multikolinearitas .....	78
LAMPIRAN M. Hasil Uji Hipotesis Pertama: Korelasi Product Moment.....	79
LAMPIRAN N. Hasil Uji Hipotesis Kedua: Uji Koefisien Determinasi Sebelum Uji MRA .....	80
LAMPIRAN O. Hasil Uji Hipotesis Kedua: Uji Koefisien Determinasi Setelah Uji MRA.....	80
LAMPIRAN P. Hasil Uji Kipotesis Kedua: Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual .....	80
LAMPIRAN Q. Hasil Uji Korelasi antara Variabel Moderator dan Variabel Terikat .....	81
LAMPIRAN R. Skor Dan Kategorisasi Subjek Penelitian.....	82
LAMPIRAN S. Skala Bias Konfirmasi .....	94
LAMPIRAN T. Skala Kecenderungan Scrolling Addiction.....	96
LAMPIRAN U. Cognitive Flexibility Inventory versi Bahasa Indonesia .....	97

**KETERKAITAN FLEKSIBILITAS KOGNITIF  
DALAM HUBUNGAN ANTARA  
KECENDERUNGAN *SCROLLING ADDICTION*  
DAN BIAS KONFIRMASI**

**Ana Fitri Aulia**

**Fakultas Psikologi**

**Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

**Email: [anafitriaulia@std.unissula.ac.id](mailto:anafitriaulia@std.unissula.ac.id)**

**ABSTRAK**

Bias konfirmasi dapat menghambat kemampuan individu dalam berpikir kritis atau mendapatkan solusi baru untuk sebuah masalah. Bias konfirmasi merupakan salah satu dampak dari kecenderungan *scrolling addiction*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, serta peran fleksibilitas kognitif dalam memoderasi hubungan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah subjek sebanyak 154. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala bias konfirmasi, skala kecenderungan *scrolling addiction*, dan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) versi Bahasa Indonesia. Hasil analisis korelasi Pearson diperoleh koefisien korelasi  $r_{xy}$  sebesar 0,311 dengan skor signifikansi 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) yang menunjukkan terdapat hubungan positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Terdapat adanya peningkatan nilai *adjusted R square* pada hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu 0,091 sebelum pengujian MRA menjadi 0,253 setelah pengujian MRA, dan hasil uji signifikansi parameter individual sebesar 0,037 ( $\text{sig.} < 0,05$ ) menunjukkan bahwa fleksibilitas kognitif mampu memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

**THE ROLE OF COGNITIVE FLEXIBILITY  
IN THE RELATIONSHIP BETWEEN  
SCROLLING ADDICTION TENDENCY AND CONFIRMATION BIAS**

**Ana Fitri Aulia**

**Faculty of Psychology**

**Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

**Email: [anafitriaulia@std.unissula.ac.id](mailto:anafitriaulia@std.unissula.ac.id)**

**ABSTRACT**

*Confirmation bias can hinder an individual's ability to think critically or find new solutions for any problem. Confirmation bias is one of the impacts of scrolling addiction tendency. This study aims to examine the relationship between scrolling addiction tendency and confirmation bias, also the role of cognitive flexibility in moderating the relationship. The research method used is a quantitative method with a total of 154 subjects. The instruments used in this study are confirmation bias scale, scrolling addiction tendency scale, and Cognitive Flexibility Inventory (CFI) in the Indonesian version. The results of the Pearson correlation analysis obtained a correlation coefficient  $r_{xy}$  of 0.311 with a significance score of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) which indicates that there is a positive relationship between scrolling addiction tendency and confirmation bias. There is an increase in the adjusted R square value on the results of Moderated Regression Analysis (MRA) which is 0.091 before MRA testing to 0.253 after MRA testing, and the results of the individual parameter significance test is 0.037 (sig.  $< 0.05$ ) indicates that cognitive flexibility is able to moderate the relationship between scrolling addiction tendency and confirmation bias.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di media sosial telah mengubah cara individu dalam mengakses informasi dan berinteraksi. Tak dapat disangkal bahwa hadirnya media sosial semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk bersosialisasi, bisnis, pendidikan, dan sebagainya. Keberadaan media sosial memungkinkan setiap orang untuk terhubung dengan kejadian-kejadian baru di seluruh dunia dengan sangat cepat (Imran, 2020). Media sosial seakan telah menjadi sebuah kebutuhan.

Keberadaan media sosial juga memberikan manfaat bagi demokrasi. Hal ini karena media sosial memberikan otonomi bagi individu manapun dalam membuat dan menyebarkan konten, serta mengakses informasi tanpa batas yang diterima dari berbagai arah (Dahlberg, 2007). Informasi yang didapatkan dari media sosial tidak bersumber dari satu pihak, melainkan dari berbagai pihak. Hal inilah yang dapat menjadi salah satu penyebab yang melatarbelakangi dampak negatif dari media sosial.

Tidak bijaknya individu dalam memanfaatkan media sosial menjadi salah satu faktor penyebab munculnya dampak negatif dan bahaya yang seringkali tidak disadari oleh penggunanya, seperti ujaran kebencian, keamanan data pribadi, kejahatan di dunia maya, dan penyebaran *hoax* (berita bohong) (Paramitha, Al Faruqi, & Tyas, 2023).

Fenomena rentannya manusia terhadap opini, rumor, dan informasi menunjukkan bahwa manusia merupakan makhluk kognitif. Manusia memiliki kemampuan dalam menyimpan banyak informasi. Namun, meskipun begitu, otak manusia tetap memiliki keterbatasan dalam memproses banyaknya informasi yang diterima (Azzahra, Manalu, & Rakhmad, 2022).

Informasi yang disebarkan di media sosial diterima oleh panca indera, setelah itu pikiran melakukan pemrosesan informasi hingga selanjutnya diwujudkan dalam bentuk tindakan. Jika pemrosesan informasi dilakukan dengan

cara tidak tepat, maka akan mewujudkan perilaku yang tidak tepat pula. Contohnya pada penelitian yang dilakukan oleh Shin dan Thorson, (2017) bahwa seringkali pengguna media sosial didapatkan tidak melakukan pengecekan fakta terhadap konten dan informasi yang menyesatkan, provokatif, dan tidak terbukti kebenarannya. Pengguna-pengguna media sosial tersebut hanya membagikan konten yang berisi informasi yang mendukung pandangan yang diyakini, dan sebaliknya pengguna tersebut tidak membagikan konten yang bertentangan dengan pandangannya.

Pada konteks ini, banyaknya informasi yang terdapat dalam konten media sosial dapat mengganggu kontrol kognitif individu, sehingga individu cenderung sulit untuk memproses informasi secara efektif. Sebagai akibatnya, individu lebih rentan menerima informasi yang ditemui di media sosial tanpa melakukan evaluasi kritis, karena cenderung menganggap informasi tersebut valid dan relevan dengan kepercayaannya sendiri. Hal ini kemudian menjadi penyebab adanya bias konfirmasi pada individu.

Bias konfirmasi merupakan kecenderungan individu untuk mendukung informasi yang sejalan dengan asumsi dan prasangka awal individu dengan tidak mencari tahu lebih dalam informasi tersebut secara ilmiah dan netral (Ardi & Pradiri, 2021). Bias konfirmasi mencakup kecenderungan untuk melihat gagasan secara sepihak yang hanya berfokus pada satu kemungkinan dan mengabaikan kemungkinan lainnya sehingga akhirnya mengarah pada polarisasi dalam keyakinan. (Kassin, Dror, & Kukucka, 2013).

Bias konfirmasi di media sosial dilatarbelakangi oleh adanya algoritma media sosial yang mengarahkan penggunaannya untuk selalu menemukan konten-konten yang disukai sehingga lebih memperkuat keyakinan akan pandangannya terhadap suatu hal. Algoritma ini memanfaatkan hasil dari mesin pencari dan *newsfeed* media sosial yang didasarkan pada aktivitas-aktivitas pengguna seperti riwayat pencarian, riwayat berbagi, suka, dan komentar (Bessi, 2016). Media sosial menjadikan individu sebagai titik sentral dalam produksi dan konsumsi informasi. Algoritma media sosial ini menyebabkan individu cenderung tidak

kritis, berpikiran tidak terbuka, otoriter, dan terjebak dalam keyakinan yang bias (Ardi & Pradiri, 2021).

Dampak dari bias konfirmasi yaitu menyebabkan seseorang selalu mencari bukti-bukti yang dapat memvalidasi ekspektasi dan pandangan tanpa disadari (Kassin, Dror, & Kukucka, 2013). Dari sisi sosial, bias konfirmasi secara lebih luas berdampak pada polarisasi, opini publik, dan kesalahan persepsi (Shin & Thorson, 2017). Bias konfirmasi juga berdampak pada peningkatan kepercayaan yang tidak berdasar, dan akan berimplikasi pada pengambilan keputusan individu (Lehner, dkk., 2008).

Dikutip dari Naja dan Kholifah (2020), sebuah riset yang berjudul *The Spreading of Misinformation Online* menyatakan bahwa dampak negatif dari bias konfirmasi adalah mempersempit pikiran dan memicu penyebaran berita bohong (*hoax*). Sejalan dengan hal tersebut, sebuah survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia atau Mastel (2019) bahwa penyebaran *hoax* disebabkan oleh kurangnya refleksi terhadap informasi yang didapatkan sebelum menyebarkannya. Diantara penyebabnya adalah seseorang mendapatkan informasi *hoax* dari orang yang dipercaya (63,3% dari total 941 responden), kalimat yang meyakinkan (24,5%), terpengaruh ujaran kebencian (3,6%), dan terpengaruh pada penggiringan opini (20.1%). Lalu pada survei oleh DailySocial.id yang dikutip oleh Naja dan Kholifah (2020) bahwa sebanyak 44,19% dari 2.032 responden menyatakan tidak yakin memiliki kemampuan mendeteksi *hoax*.

Peneliti melakukan survei awal berupa mini survei terhadap 31 responden yang berada di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) yang disebarkan melalui *google form*, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan awal bias konfirmasi pada responden yang menjadi sasaran penelitian. Survei ini berisi beberapa pertanyaan sederhana yang dirancang untuk menggali informasi terkait penggunaan media sosial dan potensi paparan bias konfirmasi.

Berdasarkan hasil mini survei tersebut, sebanyak 71% responden memiliki ciri-ciri yang mengindikasikan adanya bias konfirmasi. Para responden mengaku bahwa jika menemukan konten di media sosial ketika melakukan aktivitas *scrolling*, responden akan lebih mempercayai konten pertama yang ditemui

(19,3%), lebih mempercayai konten kedua (25,8%), dan sisanya akan lebih mempercayai konten yang viral, atau mempercayai salah satu konten berdasarkan pada komentar pada masing-masing konten tersebut, dan mencari konten serta informasi lain yang sependapat dengan pandangan yang responden yakini.

Peneliti juga bertanya kepada beberapa responden mengenai apa yang akan responden lakukan jika menemukan konten di media sosial yang bertentangan dengan pandangan responden, responden K (20 tahun) mengatakan: “*Kalau menemukan konten yang bertentangan dengan pandangan saya, saya akan meninggalkan konten tersebut, apalagi jika memang kontennya tidak penting.*”

Sementara responden I (18 tahun) menjawab: “*Saya akan tetap pada pendirian sendiri, karena setiap orang itu punya keyakinannya masing-masing.*” Dan responden A (19 tahun) mengatakan: “*Saya akan mengabaikannya.*”

Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk keyakinan dan pengambilan keputusan individu. Dalam konteks media sosial, pengguna media sosial seringkali terjebak dalam algoritma *filter bubble*, yaitu algoritma yang dirancang sedemikian rupa agar penggunanya mendapatkan konten yang disukai (Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021). Hal ini tentu bertujuan agar pengguna media sosial terus-menerus mencari informasi yang disukai dan memperkuat pandangan terhadap informasi tersebut. Akibatnya, pengguna akan terus menggulirkan (*scrolling*) konten di media sosial. Hal inilah yang akhirnya memperkuat ketergantungan individu terhadap media sosial di mana individu akan terus melakukan *scrolling* media sosial dan berakibat pada kecenderungan *scrolling addiction*.

Sudah bukan hal yang asing jika melihat orang yang melakukan *scrolling* media sosial di mana saja dan kapan saja tak terkecuali di tempat umum sekalipun. Hal tersebut menggambarkan bahwa penggunaan media sosial yang tersedia di *smartphone* membuat individu enggan melepaskan diri dari perilaku tersebut (Fadilah, Pratitis, & Rini, 2022). Kecenderungan seseorang dalam melakukan *scrolling* media sosial secara terus menerus dan berlebihan bisa dikatakan sebagai kecenderungan *scrolling addiction*.

Zaman sekarang, jarang sekali orang melewatkan satu hari pun tanpa *scroll* konten di media sosial. *Scrolling* media sosial telah menjadi aktivitas populer terutama dalam satu dekade terakhir. Hampir di semua tempat, individu selalu terfokuskan pada ponselnya (Villacorta, 2020). Dan aktivitas *scrolling* tersebut memakan waktu yang lama tanpa disadari.

Dalam sebuah survei pada penelitian Villacorta (2020), didapatkan bahwa sebanyak 96,8% partisipan dari penelitian tersebut merasa terjebak dalam *scrolling* media sosial. Lebih lanjut, 77,4% partisipan tersebut merasa telah melakukan *scrolling* tiada henti tanpa disadari, dan 74,2% merasa “terjebak” pada klip/video di media sosial yang tidak perlu. Kemudian pada penelitian Saputra (2019), hanya sekitar 17% responden pada penelitian tersebut yang mengatur waktu terkait penggunaan media sosial. Sementara sisanya, yaitu sebesar 83% responden *men-scroll* media sosial kapan saja yang diinginkan. Durasi waktu responden dalam melakukan aktivitas *scrolling* media sosial rata-rata selama 1-3 jam perhari (39,39%); 4-6 jam perhari (32,32%); 7-12 jam perhari (20,20%); dan lebih dari 12 jam sehari (4,04%).

Indonesia menempati posisi ke-10 di dunia dalam hal durasi penggunaan media sosial, yaitu 191 menit atau sekitar 3 jam 11 menit per hari (Databoks, 2024). Sementara pada penelitian Irawati dan Nurmina (2020), sebanyak 51% subjek pada penelitian tersebut menggunakan *smartphone* selama 6-10 jam perhari. Kemudian, 17% subjek menggunakan *smartphone* selama 11-15 jam per hari. Lebih dari itu, sebanyak 9% subjek yang bisa menggunakan *smartphone* mencapai 16-20 jam.

Kecenderungan *scrolling addiction* secara luas mengacu pada kondisi yang menyebabkan pengguna *smartphone* yang tidak terkontrol dan menyebabkan dampak negatif pada kehidupan personal maupun sosial (Noe, dkk., 2019). Dalam sebuah penelitian, kecenderungan *scrolling addiction* dapat menyebabkan bahaya yang signifikan terhadap kesehatan dan kesejahteraan kesehatan mental (Marlesa & Wibowo, 2023). Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat dikaitkan dengan depresi dan kecemasan (Lemola, dkk., 2015). Lebih luas lagi,

akan berdampak pada kesejahteraan mental, kurangnya kesadaran, konflik tujuan, perasaan bersalah, dan kontrol diri yang rendah (Vicente, dkk., 2024).

Kecenderungan *scrolling addiction* juga dapat disebut sebagai kegagalan dalam mengatur diri sendiri (Marlesa & Wibowo, 2023). Disebutkan pula dalam Lai, dkk (2015) bahwa hasil dari penelitian secara konsisten menyatakan bahwa aktivitas menggunakan internet (dalam hal ini media sosial) secara berlebihan memiliki dampak negatif pada kinerja yang buruk, tidak maksimalnya fungsi keluarga dan fungsi psikososial, menurunnya *self-esteem*, kepuasan hidup, dan kesehatan mental.

Dalam konteks kecenderungan *scrolling addiction* pada pengguna media sosial, di mana algoritma media sosial cenderung menampilkan konten-konten yang disukai dan erat dengan preferensi pengguna, maka bias konfirmasi semakin diperkuat karena hal ini. Kecenderungan pengguna media sosial untuk berkumpul dengan suatu kelompok yang memiliki pandangan yang sama mendorong adanya bias konfirmasi, menguatkan polarisasi dan misinformasi, hingga memicu *misleading* atas informasi yang beredar di media sosial (Sugiono, 2021). Pengguna media sosial menjadi lebih rentan terhadap paparan informasi yang bias, hingga pada akhirnya dapat mengurangi kemampuan untuk berpikir kritis.

Dapat dikatakan fenomena bias konfirmasi ini muncul akibat kecenderungan *scrolling addiction*. Hal ini merujuk pada banyaknya informasi yang didapat individu dari kecenderungannya mengonsumsi media sosial secara berlebihan dan rentannya individu dalam memproses informasi yang diterima di media sosial secara kritis.

Pada sisi lain, fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai perubahan situasi dan berpikir. Kemampuan ini memiliki peran penting untuk menghadapi banyaknya informasi yang sangat bervariasi. Individu dengan fleksibilitas yang baik akan cenderung lebih efektif dalam mengelola informasi yang diterima di media sosial.

Penelitian tentang fleksibilitas kognitif menyatakan bahwa individu dengan fleksibilitas yang tinggi memiliki karakter dalam kemampuan proses berpikir yang meliputi kelancaran berpikir, orisinalitas berpikir, serta kemampuan dalam

*elaboration* (mengembangkan dan memperinci) suatu ide atau gagasan untuk memecahkan masalah (Santosa & Setyawan, 2014). Fleksibilitas kognitif juga mempertajam fokus dan wawasan (Li & Zhang, 2024). Fleksibilitas kognitif dalam konteks ini berfungsi sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

Fleksibilitas kognitif memungkinkan individu untuk memiliki kemampuan dalam berpikir secara lebih terbuka, serta mempertimbangkan sudut pandang yang berbeda dari suatu kondisi. Dikutip dari Sassenberg, dkk (2022), penelitian telah menunjukkan bahwa fleksibilitas kognitif yang baik dapat mengurangi bias konfirmasi dalam konteks pemilihan dan pemrosesan informasi, serta dalam pengambilan keputusan.

Kemampuan fleksibilitas kognitif sangat penting dalam menghadapi situasi yang kompleks dan dinamis, seperti halnya di media sosial, di mana banyaknya informasi yang ada di media sosial menyebabkan individu memerlukan kemampuan fleksibilitas kognitif dalam memproses setiap informasi yang ada, agar tidak terjadi bias dalam pemrosesan informasi.

Pada konteks yang lebih luas, kesadaran akan dampak negatif dari kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi serta kaitannya dengan fleksibilitas kognitif sangat penting bagi masyarakat secara keseluruhan. Hal ini mengundang pertanyaan yang mendalam tentang bagaimana penggunaan media sosial yang berlebihan tanpa diimbangi dengan fleksibilitas kognitif yang baik dapat memengaruhi persepsi realitas seseorang dan mendorong terbentuknya pemikiran yang tidak kritis sehingga memunculkan fenomena bias konfirmasi. Permasalahan ini memotivasi penelitian baru untuk memahami lebih mendetail tentang keterkaitan fleksibilitas kognitif dalam hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dapat memperdalam bias pada pengguna melalui algoritma personalisasi yang mengakibatkan menguatnya bias secara sistematis (Alsaad, Taamneh, & Al-Jedaiah, 2018). Beberapa riset mengungkapkan bahwa bias konfirmasi berkaitan dengan media sosial (Modgil, dkk., 2024; Ghani & Rahmat, 2023; Workman,

2018; Tiainen, 2023). Penelitian ini secara lebih spesifik menganalisis hubungan bias konfirmasi dengan kecenderungan *scrolling* yang merupakan bagian dari media sosial. Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa bias konfirmasi dapat dikurangi dengan fleksibilitas kognitif (Sassenberg, dkk., 2022) dan metakognisi yang baik (Rollwage & Fleming, 2020). Maka penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan memasukkan fleksibilitas kognitif sebagai variabel moderator. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam mekanisme psikologis di balik fenomena tersebut.

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana keterkaitan fleksibilitas kognitif dalam hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan fleksibilitas kognitif dalam hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

- a. Menambah pengetahuan mengenai hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi yang secara lebih luas dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana penggunaan media sosial yang mengarah pada perilaku kecenderungan *scrolling addiction* dapat mempengaruhi cara individu memproses informasi.
- b. Menambah wawasan mendalam tentang mekanisme psikologis di balik munculnya fenomena bias konfirmasi.
- c. Memahami bagaimana fleksibilitas kognitif dapat memoderasi efek kecenderungan *scrolling addiction* terhadap bias konfirmasi, agar dapat mengembangkan intervensi yang lebih efektif untuk mengurangi dampak negatif media sosial.
- d. Memberikan kontribusi dalam memahami dampak media sosial terhadap kesehatan mental dan perilaku individu.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Bias Konfirmasi**

##### **1. Pengertian Bias Konfirmasi**

Bias konfirmasi merupakan kecenderungan seseorang dalam mencari informasi yang mengkonfirmasi hipotesis atau keyakinan yang dipercayai sebelumnya tanpa mencari hal-hal yang mendukung keyakinan yang berlawanan (Lehner, dkk., 2008). Bias konfirmasi mencakup kecenderungan untuk memeriksa gagasan secara sepihak dan hanya berfokus pada satu kemungkinan dan pada akhirnya mengarah pada polarisasi keyakinan (Kassin, Dror, & Kukucka, 2013).

Dikutip dari Khusna (2021) bias konfirmasi disebut sebagai jenis perilaku bias kognitif yang memaksakan kemampuan pribadi untuk berusaha meyakinkan apa yang ingin dipercayai. Bias kognitif ini juga terwujud dalam pencarian informasi yang dapat memvalidasi keputusannya sekaligus mengabaikan hal-hal yang bertentangan. Pada beberapa situasi, apa yang dianggap sebagai kebenaran belum tentu benar secara realitas.

Bias konfirmasi dapat menghalangi seseorang untuk memperhitungkan informasi yang berbeda dengan pendapat dan keyakinan sebelumnya. Hal ini juga merupakan hambatan seseorang untuk menjadi pemikir kritis (Schwind & Buder, 2012).

Secara kesimpulan, bias konfirmasi adalah kecenderungan seseorang untuk mencari dan memfokuskan perhatian pada informasi yang mendukung hipotesis atau keyakinan yang sudah diyakini sebelumnya, dengan mengabaikan dan menolak informasi yang bertentangan. Bias konfirmasi menyebabkan perilaku memaksa gagasan atau keyakinan secara sepihak, hanya fokus pada satu kemungkinan dan mengarah pada polarisasi keyakinan. Bias konfirmasi juga dapat menghambat seseorang dalam mempertimbangkan informasi secara kritis dan menyebabkan seseorang

selalu berusaha meyakinkan diri sendiri terhadap apa yang dipercayai meskipun yang dipercayai belum pasti kebenarannya.

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bias Konfirmasi

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi bias konfirmasi menurut Klayman (1995) yaitu:

- a. Strategi Pencarian Informasi dan Proses Evaluasi  
Strategi pencarian dan pemrosesan informasi dapat mempengaruhi kecenderungan individu untuk mempertahankan hipotesis dan keyakinan yang disukai.
- b. Situasi, Informasi, dan Pengalaman  
Bias konfirmasi bergantung pada konteks situasi, informasi yang tersedia, dan pengalaman yang dimiliki seseorang.
- c. Motivasi dan Kognisi  
Terdapat hubungan yang kompleks antara motivasi dan kognisi dalam proses seseorang mengolah informasi. Hal ini mencakup bagaimana seseorang mungkin memilih informasi yang mendukung keyakinan dan mengabaikan informasi yang bertentangan.
- d. Pengaruh Sosial  
Mekanisme sosial berperan penting dalam mempengaruhi cara memproses informasi dan membentuk keyakinan seseorang.  
Dalam Nelson & McKenzie (2009), beberapa situasi yang mungkin mempengaruhi bias konfirmasi:
  - a. Informasi tidak berguna, namun tampaknya mendukung hipotesis.  
Bias konfirmasi dapat muncul ketika seseorang mendapatkan informasi yang sebenarnya informasi tersebut tidak begitu penting dan relevan, namun dianggap dapat mendukung keyakinannya
  - b. Adanya keinginan untuk mempertahankan keyakinan  
Bias konfirmasi dapat terjadi pada situasi di mana seseorang ingin mendapatkan kesimpulan atau mempertahankan keyakinan tertentu.

c. Penafsiran bukti yang ambigu

Bias konfirmasi dapat terjadi ketika seseorang menafsirkan bukti dan informasi yang ambigu demi menguatkan keyakinannya.

Bias konfirmasi dapat terjadi karena kecenderungan individu untuk mencari, menerima, serta mengonsumsi informasi yang sesuai dengan keyakinan atau pandangan yang sudah dimiliki. Pada konteks media sosial, kondisi ini dipicu dan diperkuat oleh adanya algoritma media sosial yang selalu menyajikan konten sesuai preferensi pengguna. Besarnya jumlah pengguna media sosial yang didukung oleh kemudahan akses, di mana secara tidak langsung, dari sekian banyak informasi yang diterima oleh pengguna media sosial setiap menggulir konten, tanpa disadari bahwa pengguna hanya terbiasa mengonsumsi informasi yang serupa secara terus menerus dan menghindarkannya dari informasi dengan sudut pandang yang berbeda (Hidayah, 2018). Hal inilah yang menyebabkan pengguna menjadi terbiasa dengan informasi yang serupa dan berpotensi terisolasi secara digital, dan memicu bias konfirmasi (Bozdog & Hoven, 2015)

Dikutip dari Sugiono (2021), pada konteks media sosial, pengguna media sosial cenderung akan berkumpul dalam suatu kelompok yang memiliki pandangan yang sama, sehingga menyebabkan bias konfirmasi, dan polarisasi serta memicu misinformasi.

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi bias konfirmasi yaitu strategi pencarian informasi, proses evaluasi, pengalaman, motivasi, kognisi, dan pengaruh sosial. Bias konfirmasi terjadi ketika individu mencari, menerima, dan mengonsumsi informasi yang sesuai dengan pandangannya sebelumnya. Dalam konteks aktivitas di media sosial, hal ini diperburuk oleh algoritma yang menyajikan konten sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga pengguna cenderung terisolasi secara digital dan semakin memperkuat bias konfirmasi.

### 3. Aspek-Aspek Bias Konfirmasi

Aspek-aspek bias konfirmasi menurut Gertner, dkk (2016) adalah:

- a. *Wason Selection*  
Kecenderungan untuk mengakses pengetahuan atau keyakinan sebelumnya yang telah dimiliki untuk menyusun/menghasilkan asumsi awal yang sesuai dengan hipotesis atau keyakinan yang dipercayai sebelumnya.
- b. *Information Search Decision Making*  
Kecenderungan untuk mencari bukti yang konsisten dengan keputusan/keyakinan yang telah dibuat sebelumnya, kecenderungan untuk mengabaikan, mengesampingkan, dan mengacuhkan bukti yang berlawanan dengan keputusan/keyakinannya.
- c. *Defocused Images*  
Kecenderungan untuk menyelahartikan atau membelokkan bukti yang tidak sesuai dengan asumsi yang telah diyakini sebelumnya
- d. *Evaluation/Weighting of Evidence*  
Kecenderungan untuk memberikan prioritas yang lebih besar kepada bukti yang sesuai dengan asumsi dan keyakinan sebelumnya daripada bukti yang berlawanan dengan asumsinya.
- e. *Evaluation/Weighting of Questions*  
Kecenderungan untuk tidak mengubah asumsi/keyakinan awalnya, meskipun terdapat bukti baru yang mendukung pendapat lain.

Secara kesimpulan, aspek-aspek bias konfirmasi, sebagaimana dikutip dari Gertner, dkk (2016) adalah *wason selection, information search decision making, defocused images, evaluation/weighting of evidence, dan evaluation/weighting of questions.*

### 4. Indikator Bias Konfirmasi

Dikutip dari Naja & Kholifah (2020), beberapa indikator dalam bias konfirmasi adalah:

- a. Tidak suka mendengarkan pendapat orang lain yang tidak sejalan dengan pemikirannya.

- b. Hanya menggunakan informasi yang sejalan dengan pemikirannya sebagai landasan untuk mempertimbangkan sesuatu.
- c. Lebih memperhatikan pendapat orang lain hanya jika pendapat tersebut sesuai dengan pendapatnya.
- d. Cenderung mengabaikan informasi yang bertentangan dengan pemahamannya.

Sedangkan indikator bias konfirmasi menurut Khusna (2021) yaitu:

- a. Berusaha menemukan informasi yang mendukung.
- b. Memperhatikan pandangan yang sejalan.
- c. Menggunakan informasi yang sesuai dengan pandangannya.
- d. Mengutamakan informasi yang sejalan dengan pemikirannya daripada informasi lainnya.
- e. Lebih mengedepankan keputusan awal tanpa memperhatikan pertimbangan lain.

Dapat disimpulkan bahwa indikator bias konfirmasi yaitu tidak suka mendengarkan pendapat yang tidak sejalan, hanya menggunakan informasi yang mendukung pemikirannya, lebih memperhatikan pendapat orang lain hanya jika pendapat tersebut sesuai dengan pendapatnya, dan cenderung mengabaikan informasi yang bertentangan. Indikator lainnya adalah berusaha menemukan informasi yang mendukung, memperhatikan pandangan yang sejalan dan mengabaikan informasi lainnya, dan lebih mengedepankan keputusan awal tanpa memperhatikan pertimbangan lain.

## **B. Kecenderungan *Scrolling Addiction***

### **1. Pengertian Kecenderungan *Scrolling Addiction***

Kecanduan merupakan suatu pola kebiasaan yang dilakukan secara berulang-ulang, akibatnya dapat meningkatkan resiko penyakit atau menyebabkan timbulnya masalah pribadi dan sosial (Marlesa & Wibowo, 2023). Kata *scroll* merupakan kata dalam bahasa Inggris yang memiliki arti menggulir. Pengertian *scroll* berhubungan dengan media sosial, menunjukkan sebuah kegiatan seseorang yang sedang menggulir layar

*handphone*, tablet, atau layar monitor (Sari, Salsabilah, Fadia, & Simarmata, 2022).

Kecenderungan *scrolling addiction* atau kecanduan *scrolling* adalah keadaan di mana seseorang kecanduan terhadap aktivitas menggulir pada perangkat elektronik terutama pada platform media sosial. Perilaku ini terkait dengan penggunaan berlebihan, sehingga menyebabkan penurunan produktivitas dan kesehatan mental (Imran, 2020). *Scrolling* media sosial juga merupakan sarana bagi individu yang mengalami kecanduan untuk menghindar dari sebuah permasalahan serta mencari kepuasan tersendiri yang melalaikan tanggung jawab dan kewajibannya.

Platform media sosial menyediakan berbagai fungsi yang dirancang untuk membuat individu tetap dalam situasi yang menjebak pengguna untuk menghabiskan waktu berjam-jam dengan hanya fokus menggulir pada layar *smartphone*, yang memungkinkan konten bergerak ke atas atau ke bawah dan layar akan menampilkan konten yang baru saat dimuat terus-menerus. Kebiasaan ini diterjemahkan menjadi perilaku *scrolling* tanpa sadar di mana pengguna menghabiskan waktu lebih lama dari yang dimaksudkan tanpa menyadarinya (Eid, 2022).

Penggunaan kata *scrolling addiction* memiliki cakupan yang lebih spesifik daripada *social media addiction* atau kecanduan media sosial. Kecenderungan *scrolling addiction* merupakan bagian dari *social media addiction*, namun memiliki beberapa fokus perilaku yang berbeda. *Social media addiction* lebih mengarah pada perilaku kompulsif individu terhadap penggunaan media sosial yang mencakup aktivitas berbagi dan berperan serta dalam pembuatan konten yang berupa blog, forum (Sugianto, 2017), membagikan berita dan konten berupa foto atau video, membagikan pesan (*chatting*) dan membangun jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang memanfaatkan teknologi multimedia (Atika, 2018). *Social media addiction* juga melibatkan aktivitas memperbarui status (di platform media sosial), memeriksa notifikasi, dan mencari validasi dari *like* dan komentar yang

mana aktivitas-aktivitas tersebut dilakukan secara berlebihan (Masriyudin, Fauzi, & Atiyah, 2024).

Berbeda dengan *social media addiction*, kecenderungan *scrolling addiction* merujuk pada perilaku kompulsif untuk menggulir konten secara terus-menerus. Kecanduan *scrolling* ini terletak pada tindakan yang secara terus menerus ingin menjelajahi konten di media sosial dan merasa sulit berhenti menggulir (Piya & Adhikari, 2023), meskipun tidak aktif melakukan interaksi seperti memberikan *like* atau komentar.

Secara keseluruhan, kecenderungan *scrolling addiction* dapat disimpulkan sebagai perilaku seseorang untuk menggulir konten di media sosial secara terus menerus. Perilaku ini ditandai dengan penggunaan waktu untuk menggulir media sosial secara berlebihan, sehingga menyebabkan resiko dalam penurunan produktivitas dan kesehatan mental. Berbeda dengan *social media addiction* yang melibatkan aktivitas di media sosial yang lebih luas, kecenderungan *scrolling addiction* lebih terfokus pada tindakan menggulir secara terus menerus meskipun tanpa interaksi aktif seperti berbagi, memberi *like*, atau komentar.

## 2. Aspek-Aspek Kecenderungan *Scrolling Addiction*

Penelitian terdahulu masih sangat terbatas dalam membahas secara spesifik mengenai kecenderungan *scrolling addiction*, dan umumnya hanya dilihat sebagai bagian dari kecanduan internet atau media sosial. Untuk menjabarkan aspek kecenderungan *scrolling addiction*, penelitian ini akan mengadaptasi aspek-aspek yang telah diidentifikasi dalam kecanduan internet atau media sosial.

Dikutip dari Lai, dkk (2015), aspek yang menjadi dimensi dari perilaku kecanduan dan kompulsif dalam penggunaan internet, yaitu:

### a. *Withdrawal and Social Problems*

Faktor ini mencakup gejala-gejala penarikan diri dan masalah sosial yang muncul akibat kecanduan internet. Individu yang mengalami penarikan diri mungkin merasa gelisah, cemas, atau depresi saat tidak dapat mengakses internet. Masalah sosial dapat meliputi kesulitan

dalam berinteraksi dengan orang lain, isolasi sosial, dan konflik dengan keluarga atau teman karena penggunaan internet yang berlebihan.

*b. Time Management and Performance*

Faktor ini berfokus pada bagaimana kecanduan internet mempengaruhi manajemen waktu dan kinerja individu. Orang yang kecanduan internet mungkin kesulitan mengatur waktu dengan baik, menghabiskan waktu berjam-jam online sehingga mengabaikan tugas-tugas penting lainnya.

*c. Reality Substitute*

Faktor ini berkaitan dengan penggunaan internet sebagai pengganti realitas. Individu mungkin menggunakan internet untuk melarikan diri dari masalah nyata atau untuk mendapatkan kepuasan yang tidak didapatkan dalam kehidupan nyata.

Sehubungan dengan penilaian kecanduan, dalam Andreassen (2012) disebutkan bahwa kecenderungan perilaku adiktif melibatkan enam komponen inti:

*a. Salience (Keterlibatan Dominan)*

Aktivitas tersebut menjadi pusat perhatian dan pemikiran individu sehingga mendominasi pemikiran dan perilaku individu.

*b. Mood Modification (Modifikasi Suasana Hati)*

Aktivitas tersebut digunakan sebagai cara untuk mengubah atau memperbaiki suasana hati.

*c. Tolerance (Toleransi)*

Seiring waktu, individu membutuhkan peningkatan jumlah waktu atau intensitas yang lebih banyak dalam suatu aktivitas tersebut untuk mencapai efek yang sama seperti sebelumnya.

*d. Withdrawal (Penarikan Diri)*

Individu mengalami perasaan tidak nyaman, cemas, atau emosional yang tidak menyenangkan ketika aktivitas tersebut dihentikan secara tiba-tiba.

e. *Conflict* (Konflik)

Aktivitas ini menyebabkan konflik dalam hubungan, pekerjaan, pendidikan, atau aktivitas lainnya.

f. *Relapse* (Kekambuhan)

Terdapat kecenderungan untuk kembali ke pola aktivitas sebelumnya setelah berusaha untuk mengontrol atau berhenti.

Masih terbatasnya penelitian terdahulu dalam membahas aspek kecenderungan *scrolling addiction* secara spesifik, melatarbelakangi alasan peneliti untuk menggunakan aspek-aspek dari perilaku kecanduan media sosial, karena kecenderungan *scrolling addiction* dilihat sebagai bagian dari kecanduan media sosial. Aspek-aspek perilaku kompulsif dalam penggunaan internet menurut Lai, dkk (2015) yaitu *reality substitute, time management and performance, dan withdrawal and social problems*. Sedangkan aspek-aspek kecenderungan perilaku adiktif menurut Andreassen (2012) yaitu *saliency, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, dan relapse*.

### C. Fleksibilitas Kognitif

#### 1. Pengertian Fleksibilitas Kognitif

Fleksibilitas kognitif adalah kemampuan individu untuk mencari solusi baru atas masalah dan kemampuan beradaptasi dengan berbagai situasi. Fleksibilitas kognitif memungkinkan individu untuk mengalihkan perhatian dan fokus kognitif yang lebih fleksibel. Fleksibilitas kognitif dapat digambarkan ketika individu dengan fleksibilitas kognitif yang tinggi menghadapi permasalahan yang kompleks, individu tersebut cenderung untuk lebih aktif mencari solusi atas masalah yang dihadapi daripada memilih jalan yang mudah dan berpaling dari masalah (Li & Zhang, 2024). Fleksibilitas kognitif memberikan kapasitas untuk menghadapi peluang dan perubahan yang merupakan bagian dari dunia yang kompleks (Ritter & Mostert, 2016).

Fleksibilitas kognitif adalah kemampuan untuk mempertimbangkan beberapa representasi yang saling bertentangan dari suatu objek atau peristiwa secara bersamaan. Untuk memperoleh perilaku yang fleksibel seperti memecahkan masalah dengan cara baru, dibutuhkan interaksi dari berbagai mekanisme, seperti perhatian, ketidaksetujuan, dan persepsi yang menanggapi tuntutan lingkungan tertentu. Proses ini terutama bergantung pada bagaimana proses perhatian dan representasi informasi. Individu harus secara teratur memperhatikan perubahan situasi dan memahami kondisi lingkungan (Kazu & Pullu, 2023).

Fleksibilitas kognitif juga dapat didefinisikan sebagai kapasitas individu untuk mengoordinasikan proses strategi kognitif dalam menanggapi peristiwa lingkungan baru yang tidak terduga (Hiller, Alexander, & Beversdorf, 2006). Lebih lanjut, fleksibilitas kognitif dapat dilihat sebagai kapasitas untuk mempertimbangkan sebelum bertindak (Siregar, dkk., 2022).

Dikutip dari Sassenberg dkk (2022), penelitian menunjukkan bahwa kemampuan fleksibilitas kognitif dapat mengurangi bias konfirmasi, terutama dalam pemilihan dan pemrosesan informasi. Ketika fleksibilitas kognitif diterapkan pada individu, maka akan mendorong pemrosesan informasi yang baik sehingga dapat menghindari bias dan berpengaruh pada pengambilan keputusan yang baik dan efisien.

Fleksibilitas kognitif menjadi konsep yang cukup populer pada abad kedua puluh (Erarslan, 2023). Fleksibilitas kognitif dianggap sebagai ciri kognisi dan perilaku cerdas manusia, dan diakui sebagai model awal kecerdasan dan kreativitas (Ionescu, 2012). Lebih lanjut, Ionescu (2012) merangkum berbagai pandangan mengenai fleksibilitas kognitif, dan mengkonseptualisasikannya sebagai:

- a. Kemampuan sistem kognitif yang dibatasi dengan baik.
- b. Kemampuan tingkat tinggi, seperti kontrol kognitif.
- c. Properti kognisi atau kondisi mental.
- d. Ukuran untuk berpikir divergen.

Fleksibilitas kognitif adalah suatu sifat kepribadian yang merupakan kunci keberhasilan dalam menyelesaikan tugas dan masalah-masalah yang kompleks, serta memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan situasi baru dan berubah. Hal ini juga populer dikenal dengan CFT (*Cognitive Flexibility Theory*), atau Teori Fleksibilitas Kognitif (Erarslan, 2023). CFT menunjukkan bahwa pengetahuan individu yang sudah ada sebelumnya perlu disusun kembali secara fleksibel untuk diterapkan dengan kasus-kasus baru.

Dapat disimpulkan bahwa fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan individu dalam beradaptasi dan mencari solusi baru. Individu dengan fleksibilitas yang tinggi cenderung aktif mencari solusi atas masalah yang dihadapi sehingga memiliki kemampuan dan kapasitas untuk menghadapi perubahan dunia yang kompleks. Fleksibilitas kognitif juga membantu mengkoordinasikan strategi kognitif ketika menghadapi kondisi tak terduga dan mengurangi bias konfirmasi dalam pemrosesan informasi dan pengambilan keputusan.

## **2. Aspek-Aspek Fleksibilitas Kognitif**

Penelitian yang dilakukan oleh Dennis dan Wal (2010) dalam pengembangan butir-butir soal *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) menyebutkan terdapat tiga aspek fleksibilitas kognitif yang dapat diukur:

- a. Kecenderungan untuk menganggap situasi sulit sebagai suatu yang dapat dikendalikan.

Individu yang memiliki fleksibilitas kognitif percaya bahwa akan selalu terdapat solusi dalam setiap permasalahan yang dihadapi. Individu tersebut tidak merasa putus asa, namun akan cenderung berpikir bahwa situasi sulit tersebut dapat diatasi.

- b. Kemampuan untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk kejadian dalam kehidupan dan perilaku manusia.

Individu dengan fleksibilitas tinggi tidak hanya terpaku pada satu penjelasan atau sudut pandang saja, melainkan melihat masalah dari

berbagai sudut pandang, sehingga lebih mampu memahami akar masalah dan faktor-faktor yang terlibat.

- c. Kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi alternatif untuk situasi sulit.

Individu dengan fleksibilitas kognitif selalu berpikir untuk mencari berbagai solusi, dan terbuka untuk mencoba beberapa pendekatan yang berbeda sehingga akan lebih mungkin menemukan solusi yang paling efektif untuk masalah yang dihadapi.

Dikutip dari Siregar, dkk (2022), aspek fleksibilitas kognitif menurut Chen, He, dan Fan (2019) yaitu:

- a. Terbiasa berpikir terbuka.
- b. Memiliki banyak ide dan gagasan tentang sesuatu.
- c. Terbiasa mengubah sudut pandang atau pemikiran ketika mendapatkan informasi baru.
- d. Terbiasa menggunakan berbagai cara untuk menyelesaikan masalah.

Dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek sebagaimana yang disebutkan oleh Dennis dan Wal (2010) adalah Kecenderungan untuk menganggap situasi sulit sebagai suatu yang dapat dikendalikan, Kemampuan untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk kejadian dalam kehidupan dan perilaku manusia, serta Kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi alternatif untuk situasi sulit. Sedangkan menurut Chen, He, & Fan (2019) aspek-aspek fleksibilitas kognitif yaitu terbiasa berpikir terbuka, memiliki banyak ide dan gagasan tentang sesuatu, terbiasa mengubah sudut pandang atau pemikiran ketika mendapatkan informasi baru, dan terbiasa menggunakan berbagai cara untuk menyelesaikan masalah.

### **3. Komponen Fleksibilitas Kognitif**

Crocker (2018) menyimpulkan dari beberapa pendapat para ahli bahwa setidaknya terdapat tiga komponen dari fleksibilitas kognitif, yaitu:

- a. Kesadaran

Pada komponen ini, sangat penting bagi individu untuk waspada terhadap berbagai kemungkinan dalam situasi tertentu. Melalui

kesadaran, individu mampu mempertimbangkan banyak variabel dari suatu kondisi secara bersamaan, mencakup di dalamnya variabel pengalaman, pikiran, informasi, dan objek yang saling berhubungan satu sama lain. Keterampilan ini sangat penting untuk menunjukkan kemampuan fleksibilitas kognitif individu.

b. Kepercayaan Diri

Istilah lain yang digunakan untuk mengungkapkan kepercayaan diri adalah efikasi diri. Kepercayaan diri dalam hal ini berupa kepercayaan individu pada kemampuan dirinya untuk mengambil kontrol atas perilaku, motivasi, dan lingkungannya.

c. Adaptabilitas

Kemampuan beradaptasi menggambarkan kemampuan individu untuk memberikan respon yang sesuai dengan situasi baru dan beragam. Adaptasi ini membutuhkan pemikiran dan perhatian untuk menanggapi perubahan kondisi, serta kemampuan untuk melihat situasi dari berbagai perspektif sekaligus.

Ketiga komponen tersebut, yaitu kesadaran, kepercayaan diri, dan adaptabilitas mendukung kemampuan kognitif dan mental sebagai dasar dari pemikiran kreatif dan menjadi bagian inti dari kemampuan berpikir tingkat tinggi.

**D. Hubungan antara Kecenderungan *Scrolling Addiction* dan Bias**

**Konfirmasi**

Media sosial, saat ini terdiri dari berbagai media online seperti situs dan aplikasi media jejaring sosial, *game*, dan media online lainnya, contohnya seperti YouTube, Whatsapp, Twitter, Tik Tok, Instagram, dan lain-lain (Junawan & Laugu, 2020). Pada umumnya, berita yang disampaikan dalam media tersebut terdiri dari berita politik, olahraga, ekonomi, layanan sosial, kecantikan, dan lain-lain (Mahardika, 2024) yang disajikan kepada pengguna dengan algoritma tertentu. Banyak platform media sosial menggunakan algoritma yang

mempersonalisasi konten berdasarkan aktivitas pengguna sebelumnya (Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021)

Pengguna media sosial seringkali mencari konfirmasi dan validasi atas perasaan dan pemikirannya. Konten yang secara luas relevan dapat memberikan perasaan validasi ini, membuat pengguna tersebut lebih cenderung untuk terus mencari dan mengonsumsi konten serupa (Ballara, 2023).

Algoritma media sosial dirancang untuk menampilkan konten yang relevan dengan preferensi pengguna, yang mana hal ini dapat memperkuat keyakinan pengguna media sosial bahwa informasi yang ditemukan merupakan informasi secara khusus dibuat untuk diri pengguna. Ini bisa menyebabkan pengguna merasa lebih terikat (Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021) dan terus melakukan aktivitas *scrolling* untuk menemukan lebih banyak konten serupa.

Tidak berhenti sampai di situ, akibat dari hal ini adalah pengguna media sosial akan cenderung berkumpul dengan orang-orang yang memiliki kesukaan dan minat yang sama terhadap konten di media sosial. Sementara dalam (Sugiono, 2021) disebutkan bahwa kecenderungan pengguna media sosial untuk berkumpul dengan pengguna lain yang memiliki pandangan yang sama memicu adanya bias konfirmasi.

Selain itu, konten yang memanfaatkan bias konfirmasi dapat memberikan kepuasan langsung melalui deskripsi yang tampak relevan dan akurat, mendorong pengguna untuk terus *scroll* lebih banyak guna mencari "kebenaran" atau informasi yang seakan relevan dengan diri.

#### **E. Keterkaitan antara Fleksibilitas Kognitif dalam Hubungan antara Kecenderungan *Scrolling Addiction* dan Bias Konfirmasi**

Fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan individu untuk mengadaptasi strategi pemrosesan kognitif terhadap kondisi-kondisi baru dan tak terduga. Fleksibilitas kognitif adalah kemampuan untuk melihat dan mempertimbangkan beberapa pandangan yang bertentangan tentang suatu objek atau peristiwa pada waktu yang bersamaan (Kazu & Pullu, 2023). Fleksibilitas ini mempengaruhi cara seseorang dalam memproses informasi dan mengambil keputusan, terutama dalam

lingkungan yang penuh dengan rangsangan informasi seperti media sosial. Ketika individu mampu melihat situasi dari berbagai sudut pandang, maka akan cenderung lebih terbuka terhadap informasi baru (Setyawan, 2020), sehingga mengurangi kemungkinan terjebak dalam bias konfirmasi (Sassenberg, dkk., 2022).

Kecenderungan *scrolling addiction* merupakan bentuk kecanduan yang ditandai dengan perilaku kompulsif dalam menggulir (*scroll*) media sosial tanpa henti, dan seringkali tanpa tujuan yang jelas. Perilaku *scrolling* tanpa henti ini menimbulkan potensi untuk mengurangi kemampuan kognitif (Tane, 2023) dan menyebabkan bias konfirmasi (Sugiono, 2021).

Bias konfirmasi merupakan kecenderungan seseorang untuk lebih memperhatikan informasi yang mendukung keyakinan atau asumsi awal yang telah dimiliki, dan mengabaikan informasi yang bertentangan (Lehner, dkk., 2008). Seringkali, bias konfirmasi ini diperkuat dengan algoritma media sosial yang selalu menyajikan konten-konten berdasarkan preferensi pengguna, sehingga pengguna media sosial akan lebih banyak menemukan konten yang memperkuat keyakinan. Tak hanya itu, algoritma media sosial ini juga dapat mempengaruhi banyaknya waktu yang dihabiskan individu dalam aktivitas *scrolling* media sosial (Andini & Yahfizham, 2024).

Individu dalam konteks kecenderungan *scrolling addiction* cenderung lebih rentan terpapar bias konfirmasi. Individu yang mengalami kecenderungan *scrolling addiction* akan lebih sering menemukan informasi yang sudah sesuai dengan keyakinan sebelumnya sehingga keyakinan tersebut semakin kuat, hingga akhirnya mengabaikan informasi yang bertentangan. Hal inilah yang akhirnya memperburuk bias konfirmasi.

Fleksibilitas dalam hal ini berperan sebagai faktor penting yang dapat memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Individu dengan fleksibilitas kognitif yang tinggi cenderung lebih mampu dalam menyesuaikan diri dengan informasi baru, lebih terbuka terhadap perspektif dan pandangan yang berbeda (Saputra, dkk., 2023) sehingga akan lebih

mampu mengelola bias konfirmasi (Sassenberg, dkk., 2022) sebagai dampak dari kecenderungan *scrolling addiction*.

Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah cenderung memiliki pola pikir yang kaku dan tertutup (Setyawan, 2020), sehingga rentan terhadap bias konfirmasi ketika individu tersebut mengalami kecenderungan *scrolling addiction*. Individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan lebih sulit mengubah pandangan dan cenderung mengabaikan pandangan yang tidak sesuai dengan keyakinan.

Keterkaitan fleksibilitas kognitif adalah sebagai moderator dalam hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, yang menunjukkan bahwa semakin rendah fleksibilitas kognitif individu, maka akan semakin kuat hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Sebaliknya, semakin tinggi fleksibilitas individu, akan lebih kritis dalam menilai suatu informasi sehingga mengurangi bias konfirmasi sebagai akibat dari kecenderungan *scrolling addiction*.

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

- H1. Terdapat hubungan yang positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.
- H2. Fleksibilitas kognitif memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel**

Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai. Suatu konsep dapat dikatakan sebagai variabel jika terdapat variasi nilai pada konsep tersebut. Sebaliknya, jika tidak mempunyai variasi nilai maka tidak dapat dikatakan sebagai variabel, yang mana otomatis tidak dapat dijadikan sebagai objek penelitian. Variabel dapat berupa kejadian, perilaku, ketegori, atau atribut yang mempresentasikan suatu konstruk dan memiliki nilai yang bervariasi, tergantung pada bagaimana variabel tersebut digunakan dalam penelitian (Purwanto, 2016).

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel moderator. Ketiga variabel dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Variabel bebas : Kecenderungan *scrolling addiction*
- 2) Variabel terikat : Bias konfirmasi
- 3) Variabel moderator : Fleksibilitas kognitif

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional diperlukan dalam penelitian karena berkaitan dengan observasi terhadap variabel. Observasi dalam hal ini merujuk pada metode pengumpulan data, di mana secara deduktif, penalaran peneliti dikaitkan dengan variabel yang dikaji. Pada penelitian kuantitatif, observasi merujuk pada instrumen penelitian atau alat yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Setiap variabel dalam penelitian kuantitatif harus didefinisikan secara operasional, untuk selanjutnya dikategorisasikan, diukur, atau dimanipulasi (Purwanto, 2016). Adapun definisi operasional dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bias Konfirmasi**

Bias konfirmasi adalah kecenderungan kognitif individu untuk mencari, menafsirkan, dan mengingat informasi yang mengonfirmasi keyakinan atau hipotesis yang sudah dimiliki sebelumnya, sambil mengabaikan atau meremehkan informasi yang bertentangan.

Bias konfirmasi akan diukur melalui beberapa aspek berikut berdasarkan aspek-aspek bias konfirmasi menurut Gertner, dkk (2016) adalah: *wason selection*, *information search decision making*, *defocused images*, *evaluation/weighting of evidence*, dan *evaluation/weighting of questions*. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat bias konfirmasi.

## 2. **Kecenderungan *Scrolling Addiction***

Kecenderungan *scrolling addiction* adalah keadaan di mana individu mengalami kecanduan terhadap aktivitas menggulir (*scrolling*) pada perangkat elektronik, terutama pada platform media sosial. Aktivitas ini dilakukan secara berlebihan dan berulang-ulang, yang dapat menyebabkan penurunan produktivitas, kesehatan mental, dan mengabaikan tanggung jawab sosial dan pribadi.

Kecenderungan *scrolling addiction* akan diukur melalui beberapa aspek berikut berdasarkan indikator dari Andreassen (2012) yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi kecenderungan *scrolling addiction*.

## 3. **Fleksibilitas Kognitif**

Fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan individu dalam mempertimbangkan beberapa sudut pandang yang saling bertentangan dan memproses informasi secara lebih kritis dan terbuka, serta kapasitas untuk mempertimbangkan sebelum bertindak, sehingga memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan berbagai situasi yang berubah-ubah.

Fleksibilitas kognitif akan diukur berdasarkan aspek-aspek fleksibilitas kognitif dalam *Cognitive Flexibility Inventory* oleh (Dennis & Wal, 2010). Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi tingkat fleksibilitas kognitif.

### C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari hingga selanjutnya ditarik suatu kesimpulan darinya (Sudaryana & Agusiady, 2022). Populasi adalah adalah sekelompok subjek yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian. Sekelompok subjek tersebut terdiri dari sejumlah individu yang setidaknya memiliki satu (atau lebih) ciri atau karakteristik yang sama (Azwar, 2004)

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang menjalani program wajib di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) gelombang kedua.

**Tabel 1. Rincian Data Mahasiswa Pesanmasa Gelombang Kedua**

Jurusan	Jumlah Mahasiswa		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Fakultas Farmasi	24	256	280
Fakultas Teknologi Industri	107	37	144
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>293</b>	<b>424</b>

#### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi. Jika suatu populasi berukuran besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap keseluruhan populasi tersebut, maka peneliti akan menggunakan sampel dari populasi untuk dijadikan objek/subjek penelitiannya (Sudaryana & Agusiady, 2022).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Farmasi Universitas Islam Sultan Agung yang tengah menjalani program wajib di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung yang berjumlah 280 mahasiswa.

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan metode untuk memilih dan mengambil sejumlah individu dari anggota populasi yang akan digunakan

sebagai sampel yang representatif (Azwar, 2004). Penentuan subjek menggunakan *cluster random sampling*. Teknik ini digunakan untuk menentukan sampel jika subjek yang akan diteliti bersumber dari data yang sangat luas. Pengambilan sampel dalam teknik ini didasarkan pada daerah populasi yang telah ditetapkan (Anshori & Iswati, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan populasi menjadi beberapa kelompok yang merujuk pada jurusan. Adapun kelompok yang terpilih menjadi subjek dalam penelitian penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Farmasi di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mendistribusikan skala kepada subjek penelitian. Pengisian skala dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi serta kaitannya dengan fleksibilitas kognitif pada individu. Skala yang dipakai pada penelitian ini adalah skala kecenderungan *scrolling addiction*, skala bias konfirmasi, dan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) versi Bahasa Indonesia.

##### **1. Skala Bias Konfirmasi**

Skala bias konfirmasi dalam penelitian ini disusun menjadi 30 aitem, yang terdiri dari 15 aitem *favorable* dan 15 aitem *unfavorable*. Konstruksi aitem didasarkan pada aspek-aspek bias konfirmasi menurut Gertner, dkk (2016) yaitu *wason selection, information search decision making, defocused images, evaluation/weighting of evidence, dan evaluation/weighting of questions*.

Skala ini berbentuk *likert* dengan empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pemberian skor untuk aitem *favorable* yaitu SS diberi skor 4, S diberi skor 3, TS diberi skor 2, dan STS diberi skor 1. Sedangkan untuk aitem *unfavorable*, skor diberikan secara terbalik, yaitu SS diberi skor 1, S diberi skor 2, TS diberi skor 3, dan STS diberi skor 4.

**Tabel 2. Blueprint Skala Bias Konfirmasi**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Wason Selection</i>	3	3	6
2	<i>Information Search Decision Making.</i>	3	3	6
3	<i>Defocused Images</i>	3	3	6
4	<i>Evaluation/Weighting of Evidence</i>	3	3	6
5	<i>Evaluation/Weighting of Questions</i>	3	3	6
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

## 2. Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction*

Skala kecenderungan *scrolling addiction* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kecenderungan *scrolling addiction* yang disusun oleh peneliti, yang disusun menjadi 36 aitem, yang terdiri dari 18 aitem *favorable* dan 18 aitem *unfavorable*. Konstruksi aitem mengacu pada 6 aspek kecanduan dari Andreassen (2012), yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*, di mana setiap aitem dalam skala ini akan disesuaikan untuk menggambarkan perilaku kecenderungan *scrolling addiction* secara spesifik.

Skala ini berbentuk *likert* dengan empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pemberian skor untuk aitem *favorable* yaitu SS diberi skor 4, S diberi skor 3, TS diberi skor 2, dan STS diberi skor 1. Sedangkan untuk aitem *unfavorable*, skor diberikan secara terbalik, yaitu SS diberi skor 1, S diberi skor 2, TS diberi skor 3, dan STS diberi skor 4.

**Tabel 3. Blueprint Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction***

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Salience</i>	3	3	6
2	<i>Mood Modification</i>	3	3	6
3	<i>Tolerance</i>	3	3	6
4	<i>Withdrawal</i>	3	3	6
5	<i>Conflict</i>	3	3	6
6	<i>Relapse</i>	3	3	6
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>

### 3. Skala Fleksibilitas Kognitif

Skala Fleksibilitas Kognitif dalam penelitian ini menggunakan *Cognitive Flexibility Inventory (CFI)* versi Bahasa Indonesia. CFI disusun oleh Dennis & Wal (2010) yang terdiri dari 20 aitem pernyataan. CFI telah diadaptasi ke berbagai bahasa di dunia, termasuk ke dalam Bahasa Indonesia, yaitu diadaptasi oleh Rahayu, Aprodita, & Rasyida (2022).

Skala CFI berbentuk *likert* dengan 7 alternatif jawaban, yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (netral), 5 (agak setuju), 6 (setuju), 7 (sangat setuju).

**Tabel 4. *Blueprint Cognitive Flexibility Inventory (CFI)* yang disusun oleh Dannis dan Wal (2010)**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	Kecenderungan untuk menganggap situasi sulit sebagai suatu yang dapat dikendalikan.	1	6	7
2	Kemampuan untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk kejadian dalam kehidupan dan perilaku manusia.	9	-	9
3	Kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi alternatif untuk situasi sulit.	4		4
<b>Jumlah</b>		<b>14</b>	<b>6</b>	<b>20</b>

#### E. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dari Pearson untuk menguji hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Uji analisis regresi MRA (*Moderated Regression Analysis*) (Liana, 2009) juga akan digunakan untuk melihat keterkaitan fleksibilitas kognitif terhadap hubungan antara bias konfirmasi kecenderungan *scrolling addiction*.

Sebelum melakukan analisis data, dilakukan juga uji asumsi yang termasuk di dalamnya adalah uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas (Moffan & Handoyo, 2020).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Orientasi Kancah Penelitian**

Orientasi kancah penelitian atau orientasi lapangan adalah langkah yang perlu diperhatikan agar suatu penelitian dapat berjalan dengan baik dan lancar. Peneliti harus mempersiapkan segala keperluan yang berkaitan dengan tahap penelitian agar tujuan dan alur penelitian yang sudah direncanakan dapat tercapai.

Penelitian ini dilaksanakan di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) Universitas Islam Sultan Agung dengan mengambil mahasiswa Fakultas Farmasi yang sedang menjalani program wajib di Pesanmasa sebagai subjek penelitian.

Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) merupakan bagian dari Universitas Islam Sultan Agung yang difungsikan sebagai asrama atau pesantren bagi mahasiswa baru Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menjalani program wajib tinggal di pesantren mahasiswa. Program ini mewajibkan setiap mahasiswa baru untuk tinggal di Pesanmasa selama dua bulan sesuai jadwal yang telah ditentukan, yaitu sesuai dengan gelombang, di mana setiap gelombang diikuti oleh mahasiswa dari dua fakultas.

Penelitian ini dilakukan di Pesanmasa Universitas Islam Sultan Agung dengan mempertimbangkan beberapa hal sebelumnya, yaitu:

1. Karakteristik subjek yang sesuai dengan topik penelitian.
2. Jumlah subjek mencukupi.
3. Belum pernah ada penelitian yang meneliti topik tersebut khususnya di Pesanmasa Universitas Islam Sultan Agung sebelumnya.
4. Mendapatkan izin dari Koordinator Pesanmasa Universitas Islam Sultan Agung untuk melakukan pengumpulan data penelitian di Pesanmasa.

## B. Persiapan Penelitian

### 1. Persiapan Perizinan

Langkah pertama yang dilakukan sebelum melakukan sebuah penelitian adalah perizinan penelitian. Proses perizinan diawali dengan mengajukan permohonan izin penelitian kepada pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung untuk dapat diterbitkan surat pengantar permohonan izin penelitian dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung. Selanjutnya, peneliti mengajukan surat izin yang diterbitkan oleh Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung dengan nomor 1900/C.1/Psi-SA/XI/2024 kepada Koordinator Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) Universitas Islam Sultan Agung. Surat izin penelitian dapat dilihat di lampiran A.

### 2. Penyusunan Alat Ukur

Sebelum melaksanakan penelitian, alat ukur dipersiapkan dan ditetapkan sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan tiga alat ukur, yaitu skala kecenderungan *scrolling addiction*, skala bias konfirmasi, dan *Cognitive Flexibility Inventory (CFI)*.

Skala bias konfirmasi dan skala kecenderungan *scrolling addiction* disusun oleh peneliti didasarkan pada definisi dan aspek-aspek dari variabel yang diukur. Sedangkan skala fleksibilitas kognitif menggunakan *Cognitive Flexibility Inventory* yang disusun oleh Dennis dan Wal (2010), yang telah diadaptasi versi Bahasa Indonesia oleh Rahayu, Aprodita dan Rasyida (2022).

Setiap alat ukur terdiri dari dua aitem yaitu aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Skala bias konfirmasi dan skala kecenderungan *scrolling addiction* berbentuk *likert* dengan empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pemberian skor untuk aitem *favorable* yaitu SS diberi skor 4, S diberi skor 3, TS diberi skor 2, dan STS diberi skor 1. Sedangkan untuk aitem *unfavorable*, skor diberikan secara terbalik, yaitu SS diberi skor 1, S diberi

skor 2, TS diberi skor 3, dan STS diberi skor 4. Sedangkan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) versi Bahasa Indonesia berbentuk *likert* dengan 7 alternatif jawaban, yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (netral), 5 (agak setuju), 6 (setuju), 7 (sangat setuju).

a. Skala Bias Konfirmasi

Bias konfirmasi diukur menggunakan Skala Bias Konfirmasi yang disusun oleh peneliti. Konstruksi aitem pada skala ini didasarkan pada aspek-aspek bias konfirmasi menurut Gertner, dkk (2016) yaitu *wason selection*, *information search decision making*, *defocused images*, *evaluation/weighting of evidence*, dan *evaluation/weighting of questions*. Skala ini terdiri dari 30 aitem, yang terdiri dari 15 aitem *favorable* dan 15 aitem *unfavorable*. Skala ini berbentuk *likert* dengan empat alternatif pilihan jawaban. Adapun sebaran aitem Skala Bias Konfirmasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Bias Konfirmasi**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Wason Selection</i>	1,2,23	9,17,21	6
2	<i>Information Search Decision Making</i>	10,20,18	4,5,24	6
3	<i>Defocused Images</i>	6,14,12	11,8,27	6
4	<i>Evaluation/Weighting of Evidence</i>	13,30,19	16,25,28	6
5	<i>Evaluation/Weighting of Questions</i>	22,26,7	15,29,3	6
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

Bunyi aitem skala bias konfirmasi terdapat pada lampiran B.

b. Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction*

Kecenderungan *Scrolling addiction* diukur menggunakan skala kecenderungan *scrolling addiction* yang disusun oleh peneliti, yang disusun menjadi 36 aitem. Konstruksi aitem didasarkan pada 6 aspek kecanduan dari Andreassen (2012), yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*, di mana setiap aitem dalam skala ini akan disesuaikan untuk menggambarkan perilaku kecenderungan *scrolling addiction* secara spesifik.

Adapun sebaran aitem skala kecenderungan *scrolling addiction* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction***

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Salience</i>	6,1,11	4, 23,31	6
2	<i>Mood Modification</i>	3,26,2	9,15,5	6
3	<i>Tolerance</i>	22,27,35	10,29,32	6
4	<i>Withdrawal</i>	16,28,21	9,14,34	6
5	<i>Conflict</i>	33,7,36	30,24,18	6
6	<i>Relapse</i>	20,12,8	25,13,17	6
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>

Bunyi aitem skala kecenderungan *scrolling addiction* terdapat pada lampiran C.

c. Skala Fleksibilitas Kognitif

*Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) merupakan alat ukur dengan bentuk *self-report* sederhana, yang telah banyak digunakan dan diadaptasi di berbagai bahasa di dunia, seperti ke Turki, Rusia, Italia, Jepang, Iran, dan Cina (Rahayu, Aprodita, & Rasyida, 2022). CFI juga telah diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Rahayu, Aprodita, dan Rasyida (2022).

CFI awalnya disusun oleh Dannis dan Wal (2010) dengan 120 aitem yang mengukur tiga aspek utama fleksibilitas kognitif, yaitu 40 aitem untuk masing-masing aspek. Setelah analisis validitas konten, tersisa 50 aitem yang dipertahankan, selanjutnya melalui pengukuran lebih lanjut, didapatkan 20 aitem CFI yang valid dan reliabel dengan koefisien reliabilitas alpha Cronbach sebesar 0.81

Proses adaptasi CFI diawali dengan proses penerjemahan, dilanjutkan pengujian psikometrik pada 1.250 subjek yang berasal dari berbagai pulau di Indonesia. Hasil pengujian awal menunjukkan CFI versi Bahasa Indonesia ini memiliki nilai alpha Cronbach sebesar  $\alpha=0,836$ , menandakan korelasi aitem-total yang baik. Uji psikometrik yaitu *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) juga dilakukan untuk memastikan instrumen termasuk

dalam kategori “*good fit*” dan “*acceptable fit*” sehingga dinyatakan valid dan reliabel.

Pengujian CFA mencakup beberapa indeks, yaitu *Comparative Fit Index* (CFI), *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), dan *Goodness of Fit Index* (GFI). Modifikasi model dilakukan dengan mengeliminasi aitem-aitem yang bermasalah, yaitu aitem nomor 1, 3,5,10, dan 15. Hasil akhir menunjukkan bahwa CFI dengan 15 aitem memenuhi kriteria “*acceptable fit*” yaitu CFI = 0.928, RMSEA = 0.071, SRMR = 0.057, & GFI = 0.927.

Dapat disimpulkan bahwa CFI versi bahasa Indonesia yang terdiri dari 15 aitem ini valid dan reliabel sebagai instrumen penelitian atau asesmen terapi kognitif, khususnya pada populasi masyarakat Indonesia (Rahayu, Aprodita, & Rasyida, 2022). Maka dari itu, fleksibilitas kognitif dalam penelitian ini diukur dengan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) yang disusun oleh Dannis dan Wal (2010) dengan menggunakan skala yang sudah diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Rahayu, Aprodita, & Rasyida (2022) yang terdiri dari 15 aitem. Sebaran aitem CFI Dannis dan Wal (2010) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Sebaran Aitem *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI)**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jml
		F	UF	
1	Kecenderungan untuk menganggap situasi sulit sebagai suatu yang dapat dikendalikan.	15*	2,4,7,9 ,11,17	7
2	Kemampuan untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk kejadian dalam kehidupan dan perilaku manusia.	1*,3*,5*,6	,8,10*,12, 14,16	9
3	Kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi alternatif untuk situasi sulit.	13,18,19,	20	4
<b>Jumlah</b>		<b>14</b>	<b>6</b>	<b>20</b>

Keterangan: Aitem bertanda (\*) adalah aitem yang digugurkan setelah analisis yang dilakukan oleh Rayahu, Aprodita, & Rasyida (2022) Bunyi aitem *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) versi original dan versi Bahasa Indonesia terdapat pada lampiran D.

### 3. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur

Skala ini diuji cobakan kepada responden yang merupakan mahasiswa dari Fakultas Teknologi Industri yang sedang menjalani program wajib di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa) Universitas Islam Sultan Agung. Penentuan responden uji coba menggunakan *Cluster Random Sampling* di mana mahasiswa dari Fakultas Farmasi menjadi subjek penelitian, dan mahasiswa dari Fakultas Teknologi Industri menjadi subjek uji coba alat ukur penelitian.

Proses penyebaran skala uji coba dilakukan dengan *google form* (tautan: [bit.ly/SkalaPenelitian-FTI](https://bit.ly/SkalaPenelitian-FTI)) pada tanggal 21-22 November 2024 dan disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Teknologi Industri yang ada di Pesanmasa dengan bantuan staff *musyrif* dan *musyrifah* Pesanmasa. Uji coba ini memperoleh sebanyak 70 responden.

Alat ukur yang diuji cobakan dalam penelitian ini terdiri dari dua alat ukur, yaitu skala bias konfirmasi dan skala kecenderungan *scrolling addiction*. Skala fleksibilitas kognitif (yang mana dalam penelitian ini menggunakan *Cognitive Flexibility Inventory* versi Bahasa Indonesia) tidak diuji cobakan karena skala tersebut sudah diuji coba oleh peneliti sebelumnya dan mendapatkan hasil daya beda dan koefisien reliabilitas yang baik.

### 4. Analisis Daya Beda Aitem

Analisis aitem menjadi dasar dalam seleksi aitem. Aitem yang tidak memenuhi persyaratan psikometrik akan digugurkan atau diperbaiki terlebih dahulu sebelum menjadi bagian dari skala penelitian. Kriteria pemilihan aitem berdasarkan korelasi aitem total biasanya digunakan batasan  $r_{ix} \geq 0,30$ . Maka semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 maka dianggap memuaskan. Sedangkan aitem yang memiliki skor  $r_{ix}$  kurang

dari 0,30 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya beda atau daya diskriminasi rendah. Namun, jika jumlah aitem yang lolos tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, batas kriteria dapat dipertimbangkan dan diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2012).

Selain itu, keandalan suatu alat ukur dapat dilihat dari pengukuran koefisien reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran suatu alat ukur dapat dipercaya, yang ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh para subjek yang diukur dengan alat ukur yang sama (Hidayatullah & Shadiqi, 2020).

a. Hasil Analisis Daya Beda Skala Bias Konfirmasi

Skala bias konfirmasi yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari 30 aitem. berdasarkan hasil perhitungan daya beda aitem, didapatkan sebanyak 21 aitem yang berdaya beda tinggi dengan koefisien korelasi sebesar  $\geq 0,25$ . Aitem yang tidak mencapai koefisien korelasi minimal 0,25 berjumlah 9 aitem, yang berarti bahwa aitem-aitem tersebut memiliki daya beda rendah. Hasil uji daya beda aitem dapat dilihat pada lampiran E.

Koefisien reliabilitas skala bias konfirmasi sebelum aitem digugurkan ( $N = 30$ ) sebesar 0,774 (alpha Cronbach). Sedangkan setelah aitem yang berdaya beda rendah digugurkan ( $N = 21$ ), koefisien reliabilitas menjadi 0,834. Hasil uji reliabilitas alpha Cronbach skala bias konfirmasi sebelum dan sesudah aitem digugurkan dapat dilihat pada lampiran F.

Rincian sebaran aitem skala bias konfirmasi yang berdaya beda tinggi dan berdaya beda rendah adalah sebagai berikut:

**Tabel 8. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Bias Konfirmasi**

No	Aspek	Aitem		Daya Beda Tinggi	Daya Beda Rendah	Jumlah
		F	UF			
1	<i>Wason Selection</i>	1*,2,23	9,17,21*	4	2	6
2	<i>Information Search Decision Making.</i>	10*,20,18	4*,5,24*	3	3	6
3	<i>Defocused Images</i>	6*,14,12	11,8,27*	4	2	6
4	<i>Evaluation/Weighting of Evidence</i>	13,30,19	16*,25,28*	4	2	6
5	<i>Evaluation/Weighting of Questions</i>	22,26,7	15,29,3	6	-	6
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>30</b>

Keterangan: Tanda (\*) adalah aitem yang memiliki daya beda rendah dan digugurkan.

b. Hasil Analisis Daya Beda Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction*

Skala kecenderungan *scrolling addiction* yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari 36 aitem. Berdasarkan hasil perhitungan daya beda aitem, didapatkan sebanyak 14 aitem yang berdaya beda tinggi dengan koefisien korelasi sebesar  $\geq 0,25$ . Aitem yang tidak mencapai koefisien korelasi minimal 0,25 berjumlah 22 aitem, yang berarti bahwa aitem-aitem ini memiliki daya beda rendah. Hasil uji daya beda aitem dapat dilihat pada lampiran G.

Koefisien reliabilitas skala kecenderungan *scrolling addiction* sebelum aitem digugurkan ( $N = 36$ ) sebesar 0,683 (alpha Cronbach), sedangkan setelah aitem digugurkan ( $N = 14$ ), koefisien reliabilitas menjadi 0,814. Hasil uji reliabilitas alpha Cronbach skala kecenderungan *scrolling addiction* sebelum dan sesudah aitem digugurkan dapat dilihat pada lampiran H.

Rincian sebaran aitem skala kecenderungan *scrolling addiction* yang berdaya beda tinggi dan berdaya beda rendah adalah sebagai berikut:

**Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction***

No	Aspek	Jumlah Aitem		Daya Beda Tinggi	Daya Beda Rendah	Jumlah
		F	UF			
1	<i>Saliency</i>	6,1*,11*	4, 23,31*	3	3	6
2	<i>Mood Modification</i>	3*,26*,2	9*,15*,5*	1	5	6
3	<i>Tolerance</i>	22*,27,35	10*,29,32*	3	3	6
4	<i>Withdrawal</i>	16,28,21	19*,14*,34*	3	3	6
5	<i>Conflict</i>	33*,7*,36	30*,24,18*	2	4	6
6	<i>Relapse</i>	20,12*,8	25*,13*,17*	2	4	6
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>36</b>

Keterangan: Tanda (\*) adalah aitem yang memiliki daya beda rendah dan digugurkan.

## 5. Penomoran Ulang

Tahap selanjutnya setelah uji coba aitem dalam skala penelitian yaitu proses penomoran ulang aitem dengan menghilangkan aitem yang memiliki daya beda rendah. Berikut tabel penomoran ulang skala penelitian.

### a. Skala Bias Konfirmasi

**Tabel 10. Sebaran Nomor Aitem Baru Skala Bias Konfirmasi**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Wason Selection</i>	2(1), 23(17)	9(6), 17(12)	4
2	<i>Information Search Decision Making.</i>	20(15), 18(13)	5(3)	3
3	<i>Defocused Images</i>	14(10), 12(8)	11(7), 8(5)	4
4	<i>Evaluation/Weighting of Evidence</i>	13(9), 30(21), 19(14)	25(18)	4
5	<i>Evaluation/Weighting of Questions</i>	22(16), 26(19),7(4)	15(11), 29(20), 3(2)	6
<b>Jumlah</b>		<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

Keterangan: Nomor di luar tanda kurung (...) adalah nomor aitem lama, dan nomor di dalam kurung (...) adalah nomor aitem baru.

b. Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction***Tabel 11. Sebaran Nomor Aitem Baru Skala Kecenderungan *Scrolling Addiction***

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Salience</i>	6(3)	4(2)	2
2	<i>Mood Modification</i>	2(1)		1
3	<i>Tolerance</i>	22(8), 27(10), 35(13)	29(12)	4
4	<i>Withdrawal</i>	16(5), 28(11), 21(7)		3
5	<i>Conflict</i>	36(14)	24(9)	2
6	<i>Relapse</i>	20(6), 8(4)		2
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>4</b>	<b>14</b>

Keterangan: Nomor di luar tanda kurung (...) adalah nomor aitem lama, dan nomor di dalam kurung (...) adalah nomor aitem baru.

## c. Skala Fleksibilitas Kognitif

**Tabel 12. Sebaran Nomor Aitem CFI Versi Bahasa Indonesia**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		F	UF	
1	Kecenderungan untuk menganggap situasi sulit sebagai suatu yang dapat dikendalikan.		1, 2, 4, 6, 7, 12	6
2	Kemampuan untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk kejadian dalam kehidupan dan perilaku manusia.	3, 5, 8, 10, 11		5
3	Kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi alternatif untuk situasi sulit.	9, 13, 14, 15		4
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>6</b>	<b>15</b>

**C. Pelaksanaan Penelitian**

Pengumpulan data penelitian dilakukan pada tanggal 27 November 2024. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Farmasi Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menjalani program wajib di Pesantren Mahasiswa Sultan Agung (Pesanmasa). Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan instrumen penelitian berbasis *google form* (tautan: <https://bit.ly/SkalaPenelitian-FF>). Proses distribusi skala penelitian dilakukan dengan bantuan staff *musyrif* dan *musyrifah* Pesanmasa yang membantu dalam

menginformasikan dan membagikan tautan *google form* kepada mahasiswa Fakultas Farmasi di Pesanmasa yang menjadi partisipan penelitian.

Dari total populasi yang berjumlah 424 mahasiswa, sebanyak 154 partisipan yang terlibat dalam penelitian ini (Laki-laki=7; Perempuan=147) berusia 16-23 tahun. Media sosial yang paling sering digunakan oleh partisipan adalah Tik Tok (113 partisipan), Instagram (91 partisipan), X (18 partisipan), WhatsApp (8 partisipan), Facebook (3 partisipan), Google Book dan Google Scholar (3 partisipan), dan Telegram (1 partisipan).

**Tabel 13. Data Demografi Subjek Penelitian**

	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah Subjek</b>	<b>Persentase</b>	<b>Total</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	7	4.5%	154
	Perempuan	147	95.5%	
<b>Usia</b>	16 Tahun	1	0.6%	154
	17 Tahun	17	11.0%	
	18 Tahun	107	69.5%	
	19 Tahun	26	16.9%	
	20 Tahun	2	1.3%	
	23 Tahun	1	0.6%	

#### **D. Analisis Data dan Hasil Penelitian**

##### **1. Uji Asumsi**

Uji asumsi merupakan langkah dalam penelitian yang dilakukan sebelum analisis data. Terdapat beberapa tahapan dalam uji asumsi, antara lain uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinieritas.

##### **a. Uji Normalitas**

Sebelum melakukan analisis parametrik seperti analisis korelasi Pearson, dan sebagainya, perlu dilakukan uji normalitas data agar dapat mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut bisa mewakili populasi. (Purnomo, 2016).

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data atau nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-

parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 14. Hasil Uji Normalitas**

	<i>Mean</i>	<i>Standar Deviasi</i>	<i>KS-Z</i>	<i>Sig.</i>	<i>P</i>	<i>Ket.</i>
Residual	0,000	4,922	0,065	0,200	>0,05	Normal

Hasil uji normalitas residual diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 ( $p > 0,05$ ) yang menandakan bahwa data residual berdistribusi normal.

Dikutip dari Budi, Septiana, dan Mahendra (2024), bahwa model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Analisis regresi sebenarnya tidak menghendaki data mentah dari masing-masing variabel harus berdistribusi normal. Namun, yang menjadi analisis utama dalam analisis regresi adalah normalitas pada data residual. Oleh karena itu, dengan terpenuhinya uji asumsi normalitas residual memastikan bahwa model regresi adalah valid (Azwar, 2001). Hasil uji normalitas terlampir di Lampiran I.

b. Uji Linieritas

Pengujian linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel linier atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian linearitas adalah jika nilai signifikansi *deviation from linearity*  $> 0,05$  dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel adalah linier. Sedangkan jika nilai signifikansi *deviation from linearity*  $< 0,05$ , maka hubungan antar variabel dapat dikatakan tidak linier.

Hasil uji linearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Uji linearitas antara variabel bebas (kecenderungan *scrolling addiction*) terhadap variabel terikat (bias konfirmasi) mendapatkan hasil signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,312. Nilai ini berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,312 > 0,05$ )

sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

Hasil uji linearitas antara variabel bebas (kecenderungan *scrolling addiction*) dan variabel terikat (bias konfirmasi) terdapat pada lampiran J.

- 2) Uji linearitas antara variabel moderator (fleksibilitas kognitif) dan variabel terikat (bias konfirmasi) mendapatkan hasil signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,091, yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,091 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara fleksibilitas kognitif dan bias konfirmasi.

Hasil uji linearitas antara variabel moderator (fleksibilitas kognitif) dan variabel terikat (bias konfirmasi) terdapat pada lampiran K.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk memastikan apakah terdapat kolinearitas atau interkorelasi antar variabel bebas. Dapat dikatakan juga bahwa pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas.

Pengujian multikolinearitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa nilai *tolerance* sebesar 0,847 dan nilai VIF sebesar 1,181.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah jika nilai  $VIF > 10$  berarti terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai  $VIF < 10$  berarti tidak terjadi multikolinearitas. Pengambilan keputusan juga dapat dilihat dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  artinya terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari hasil pengujian ini lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Hasil uji multikolinearitas terlampir pada lampiran L.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Hipotesis pertama diuji menggunakan analisis korelasi Pearson atau dikenal dengan korelasi *product moment*.

Pengujian analisis dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS Statistic 24* dan dilakukan dengan uji *correlate-bivariate*. Hasil pengujian korelasi dalam penelitian ini adalah nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) sebesar 0,000.

Pengambilan kesimpulan dari pengujian ini adalah jika signifikansi lebih dari 0,05 ( $\text{sig} > 0,05$ ) artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan jika signifikansi kurang dari 0,05 ( $\text{sig} < 0,05$ ) artinya terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dari hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa  $0,000 < 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* (variabel bebas) dan bias konfirmasi (variabel terikat).

Hasil dari *Pearson Correlation* yaitu sebesar 0,311 yang menunjukkan adanya arah hubungan yang positif. Artinya, semakin tinggi kecenderungan *scrolling addiction*, maka semakin tinggi bias konfirmasi. Hasil uji korelasi *product moment* terlampir pada lampiran M.

### b. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dari penelitian ini adalah Fleksibilitas kognitif memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan

bias konfirmasi, di mana individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi ketika memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi

Pengujian variabel moderator dalam penelitian ini menggunakan uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

a) Sebelum pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* terhadap bias konfirmasi sebelum adanya variabel moderator fleksibilitas kognitif menunjukkan nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,091 atau 9,1%. Artinya, kontribusi pengaruh kecenderungan *scrolling addiction* terhadap bias konfirmasi (sebelum adanya variabel moderator fleksibilitas kognitif) sebesar 9,1%. Hasil pengujian terlampir di lampiran N.

b) Setelah pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Hasil koefisien determinasi atau *adjusted R square* setelah pengujian analisis moderasi adalah 0,253 atau 25,3%.

Dapat disimpulkan bahwa setelah adanya variabel fleksibilitas kognitif, besarnya pengaruh kecenderungan *scrolling addiction* terhadap bias konfirmasi meningkat dari 9,1% menjadi 25,3%. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan yang menandakan bahwa dengan adanya variabel moderator fleksibilitas kognitif dapat memperkuat

hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi.

2) Uji Signifikansi Parameter Individual

Nilai signifikansi dari interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* dan fleksibilitas kognitif sebesar 0,037. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (sig. <0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* dan fleksibilitas kognitif memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,037 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fleksibilitas kognitif mampu memoderasi hubungan antara variabel *scrolling addiction* terhadap variabel bias konfirmasi.

3) Uji Korelasi antara Variabel Moderator dan Variabel Terikat

Pengujian korelasi antara fleksibilitas kognitif dan bias konfirmasi menghasilkan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000 yang berarti bahwa  $0,000 < 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa fleksibilitas kognitif dan bias konfirmasi memiliki korelasi atau hubungan. Hasil dari *Pearson Correlation* yaitu -0,478. Tanda negatif (-) dari hasil ini menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, artinya semakin tinggi fleksibilitas kognitif maka semakin rendah bias konfirmasi.

Selanjutnya, pengujian korelasi antara interaksi kecenderungan *scrolling addiction* dengan fleksibilitas kognitif dan bias konfirmasi menghasilkan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,003 yang berarti bahwa  $0,003 < 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa interaksi kecenderungan *scrolling addiction* dengan fleksibilitas kognitif dan bias konfirmasi memiliki korelasi atau hubungan. Hasil dari *Pearson Correlation* yaitu -0,235. Tanda negatif (-) dari hasil ini menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, artinya

semakin tinggi interaksi kecenderungan *scrolling addiction* dengan fleksibilitas kognitif maka semakin rendah bias konfirmasi.

Dari analisis statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fleksibilitas kognitif dapat memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi, ketika tingkat fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi.

#### E. Deskripsi Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, tahap selanjutnya adalah analisis deskripsi variabel. Deskripsi data penelitian disusun sebagai gambaran skor terhadap subjek serta penjelasan terhadap keadaan subjek pada atribut penelitian.

Pengkategorisasian subjek menggunakan kategorisasi jenjang, dengan lima kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kategorisasi subjek ini bertujuan untuk menempatkan subjek ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu atribut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2014). Berikut norma kategorisasi skor yang digunakan:

**Tabel 15. Norma Kategorisasi Skor**

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1,5\sigma < x$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,5\sigma < x \leq \mu + 1,5\sigma$	Tinggi
$\mu - 0,5\sigma < x \leq \mu + 0,5\sigma$	Sedang
$\mu - 1,5\sigma \leq X \leq \mu - 0,5\sigma$	Rendah
$x < \mu - 1,5\sigma$	Sangat Rendah

Keterangan:  $x$  = Skor yang diperoleh  
 $\mu$  = *Mean* Hipotetik  
 $\sigma$  = Standar Deviasi

## 1. Deskripsi Data Skor Bias Konfirmasi

Skala bias konfirmasi berjumlah 21 aitem (yang berdaya beda tinggi) yang mana setiap aitem memiliki empat pilihan jawaban. Maka, skala ini memiliki kemungkinan skor pada setiap aitemnya adalah 1, 2, 3, dan 4. Dengan demikian, skor terkecil yang mungkin diperoleh subjek pada skala bias konfirmasi adalah 21 ( $1 \times 21$ ) dan skor terbesar adalah 84 ( $4 \times 21$ ). Skor terkecil dalam skala ini disebut juga dengan nilai minimal hipotetik, sedangkan skor terbesar disebut dengan nilai maksimal hipotetik.

Besarnya rentangan nilai didapatkan dengan cara nilai maksimal hipotetik dikurangi dengan nilai minimal hipotetik, sehingga rentangan nilai skala sebesar 63 (yaitu  $84 - 21$ ), kemudian dibagi dalam enam satuan deviasi standar (enam interval pada kurva normal) sehingga diperoleh  $SD = 10,5$ . *Mean* hipotetik diperoleh dari nilai maksimal ditambah dengan nilai minimal dibagi 2, sehingga diperoleh  $(84 + 21) : 2 = 52,5$ .

Deskripsi skor skala bias konfirmasi berdasarkan hasil perhitungan empirik diperoleh hasil data skor minimum sebesar 24, skor maksimum sebesar 59, *mean* sebesar 47,3 dan standar deviasi sebesar 5,670. Berikut tabel deskripsi skor bias konfirmasi:

**Tabel 16. Deskripsi Skor Bias Konfirmasi**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	24	21
Skor Maksimum	59	84
<i>Mean</i>	47,31	52,5
Standar Deviasi	5,670	10,5

Dari data di atas, didapatkan norma kategorisasi skala bias konfirmasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 17. Kategorisasi Skor Bias Konfirmasi**

<b>Rentang Skor</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
$68.25 < x$	Sangat Tinggi	0	0.00%
$57.75 < x \leq 68.25$	Tinggi	1	0.65%
$47.25 < x \leq 57.75$	Sedang	89	57.79%
$36.75 < x \leq 47.25$	Rendah	56	36.36%
$x \leq 36.75$	Sangat Rendah	8	5.19%

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada subjek yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, sedangkan subjek yang termasuk dalam kategori tinggi berjumlah satu subjek (0,65%), subjek yang termasuk dalam kategori sedang berjumlah 89 subjek (57,79%), subjek yang termasuk dalam kategori rendah sebanyak 56 subjek (36,26%), dan subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah sejumlah 8 subjek (5,19%).

Berdasarkan data empirik dapat diketahui bahwa rentang skor subjek termasuk pada kategori sedang yaitu sebesar 47,31. Hal tersebut terperinci pada gambar norma bias konfirmasi berikut:

	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
x	36,75	47,25	57,75	68,25	x

Gambar 1. Norma Kategori Skala Bias Konfirmasi

## 2. Deskripsi Data Skor Kecenderungan *Scrolling Addiction*

Skala kecenderungan *scrolling addiction* berjumlah 14 aitem (yang berdaya beda tinggi) yang mana setiap aitem memiliki empat pilihan jawaban. Maka, skala ini memiliki kemungkinan skor pada setiap aitemnya adalah 1, 2, 3, dan 4. Dengan demikian, skor terkecil yang mungkin diperoleh subjek pada skala kecenderungan *scrolling addiction* adalah 14 (1x14) dan skor terbesar adalah 56 (4x14). Skor terkecil dalam skala ini disebut juga dengan nilai minimal hipotetik, sedangkan skor terbesar disebut dengan nilai maksimal hipotetik.

Besarnya rentangan nilai didapatkan dengan cara nilai maksimal hipotetik dikurangi dengan nilai minimal hipotetik, sehingga rentangan nilai skala sebesar 42 (yaitu 56-14), kemudian dibagi dalam satuan deviasi standar (enam interval pada kurva normal) sehingga diperoleh  $SD=7$ . *Mean* hipotetik diperoleh dari nilai maksimal ditambah dengan nilai minimal dibagi 2, sehingga diperoleh  $(56+14):2 = 30$ .

Deskripsi skor kecenderungan *scrolling addiction* diperoleh skor minimum empirik sebesar 21, skor maksimum empirik sebesar 44, *mean*

sebesar 33,311 dan standar deviasi empirik sebesar 4,054. Berikut tabel deskripsi skor kecenderungan *scrolling addiction*:

**Tabel 18. Deskripsi Skor Kecenderungan *Scrolling Addiction***

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	21	14
Skor Maksimum	44	56
<i>Mean</i>	33,311	30
Standar Deviasi	4,054	7

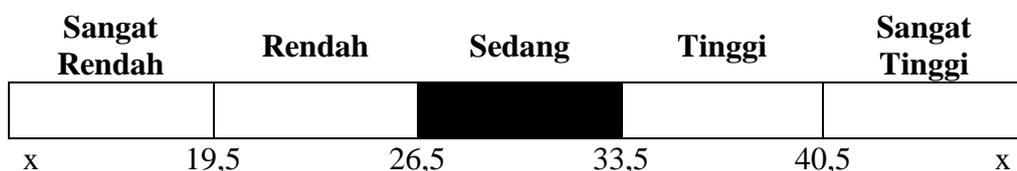
Dari data di atas, didapatkan norma kategorisasi skala kecenderungan *scrolling addiction* adalah sebagai berikut:

**Tabel 19. Kategorisasi Skor Kecenderungan *Scrolling Addiction***

<b>Rentang Skor</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
$40.5 < x$	Sangat Tinggi	3	1.95%
$33.5 < x \leq 40.5$	Tinggi	70	45.45%
$26.5 < x \leq 33.5$	Sedang	74	48.05%
$19.5 < x \leq 26.5$	Rendah	7	4.55%
$x \leq 19.5$	Sangat Rendah	0	0.00%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 3 subjek yang memiliki kecenderungan *scrolling addiction* dalam kategori sangat tinggi (1,95%), sebanyak 70 subjek yang termasuk dalam kategori tinggi (45,45%), sebanyak 74 subjek yang termasuk dalam kategori sedang (48,05%), sebanyak 7 subjek yang termasuk dalam kategori rendah (4,55%), dan tidak ada subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah.

Berdasarkan data empirik dapat diketahui bahwa rentang skor subjek termasuk pada kategori sedang yaitu sebesar 33,311. Hal tersebut terperinci pada gambar norma kecenderungan *scrolling addiction* berikut:



Gambar 2. Norma Kategori *Scrolling Addiction*

### 3. Deskripsi Data Skor Fleksibilitas Kognitif

Fleksibilitas kognitif yang diukur menggunakan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) versi Bahasa Indonesia berjumlah 15 aitem yang mana setiap aitem memiliki tujuh pilihan jawaban. Maka, skala ini memiliki kemungkinan skor pada setiap aitemnya adalah 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7. Dengan demikian, skor terkecil yang mungkin diperoleh subjek pada skala kecenderungan *scrolling addiction* adalah 15 (1x15) dan skor terbesar adalah 105 (7x15). Skor terkecil dalam skala ini disebut juga dengan nilai minimal hipotetik, sedangkan skor terbesar disebut dengan nilai maksimal hipotetik.

Besarnya rentangan nilai didapatkan dengan cara nilai maksimal hipotetik dikurangi dengan nilai minimal hipotetik, sehingga rentangan nilai skala sebesar 90 (yaitu 105-15), kemudian dibagi dalam enam satuan deviasi standar (enam interval pada kurva normal) sehingga diperoleh  $SD=15$ . *Mean* hipotetik diperoleh dari nilai maksimal ditambah dengan nilai minimal dibagi 2, sehingga diperoleh  $(105+15):2 = 60$ .

Deskripsi skor skala fleksibilitas kognitif berdasarkan hasil perhitungan empirik diperoleh hasil data skor minimum sebesar 44, skor maksimum sebesar 105, *mean* sebesar 70,23 dan standar deviasi sebesar 12,880. Berikut tabel deskripsi skor fleksibilitas kognitif:

**Tabel 20. Deskripsi Skor Fleksibilitas Kognitif**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	44	15
Skor Maksimum	105	105
<i>Mean</i>	70,23	60
Standar Deviasi	12,880	15

Dari perhitungan di atas, didapatkan norma kategorisasi skala fleksibilitas kognitif adalah sebagai berikut:

**Tabel 21. Kategorisasi Skor Fleksibilitas Kognitif**

<b>Rentang Skor</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
$82.5 < x$	Sangat Tinggi	29	18.83%
$67.5 < x \leq 82.5$	Tinggi	52	33.77%
$52.5 < x \leq 67.5$	Sedang	64	41.56%
$37.5 < x \leq 52.5$	Rendah	9	5.84%
$x \leq 37.5$	Sangat Rendah	0	0.00%

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 29 subjek memiliki tingkat fleksibilitas kognitif dalam kategori sangat tinggi (18,83%), sebanyak 52 subjek termasuk dalam kategori tinggi (33,77%), sebanyak 64 subjek termasuk dalam kategori sedang (41,56%), 9 subjek termasuk dalam kategori rendah (5,84%), dan tidak ada subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah.

Berdasarkan data empirik dapat diketahui bahwa rentang skor subjek termasuk pada kategori tinggi yaitu sebesar 70,23. Hal tersebut terperinci pada gambar norma kecenderungan *scrolling addiction* berikut:



Gambar 3. Norma Kategori Fleksibilitas Kognitif

## F. Pembahasan

Bias konfirmasi didefinisikan sebagai kecenderungan untuk menafsirkan, mengingat, dan mendukung informasi dengan cara mengonfirmasi keyakinan yang sudah ada sebelumnya sehingga menghasilkan pandangan yang terpolarisasi tentang suatu peristiwa atau masalah. Bias konfirmasi terjadi ketika individu menemukan informasi yang memperkuat keyakinan dan sikap yang sudah ada sebelumnya (Modgil, dkk., 2024).

Beberapa ahli menghubungkan bias konfirmasi dengan media sosial, di mana media sosial dapat memperdalam bias pada penggunanya. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk keyakinan dan keputusan individu melalui algoritma personalisasi, sehingga menyebabkan pengguna terisolasi pada

konten-konten yang disajikan dan memicu bias secara sistematis (Alsaad, Taamneh, & Al-Jedaiah, 2018).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, serta menganalisis fleksibilitas kognitif dalam memoderasi hubungan tersebut. Subjek yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 154 subjek (Laki-laki=7; Perempuan=147) yang berusia 16-23 tahun.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tingkat bias konfirmasi subjek, menunjukkan rata-rata skor bias konfirmasi subjek berada pada kategori sedang. Subjek yang termasuk dalam kategori tinggi berjumlah 1 subjek (0,65%), kategori sedang berjumlah 89 subjek (57,79%), kategori rendah sebanyak 56 subjek (36,26%), kategori sangat rendah sejumlah 8 subjek (5,19%), dan tidak ada subjek yang berada pada kategori sangat tinggi.

Pada skor kecenderungan *scrolling addiction*, rata-rata subjek berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 3 subjek yang berada pada kategori sangat tinggi (1,95%), 70 subjek pada kategori tinggi (45,45%), 74 subjek pada kategori sedang (48,05%), 7 subjek pada kategori rendah (4,55%), dan tidak ada subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah.

Selanjutnya pada tingkat fleksibilitas kognitif subjek, menunjukkan rata-rata tingkat fleksibilitas kognitif subjek berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 29 subjek berada pada kategori sangat tinggi (18,83%), 52 subjek termasuk dalam kategori tinggi (33,77%), 64 subjek pada kategori sedang (41,56%), 9 subjek pada kategori rendah (5,84%), dan tidak ada subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi. Hipotesis pertama diuji menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* (  $r$  ) yang bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas X (kecenderungan *scrolling addiction*) dan variabel terikat Y (bias konfirmasi).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa nilai signifikansi dari kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi sebesar 0,000 yang artinya

nilai signifikansi kurang dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan hasil dari *Pearson Correlation* sebesar 0,311 yang menunjukkan arah hubungan yang positif. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima, yaitu terdapat hubungan yang positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana semakin tinggi kecenderungan *scrolling addiction*, maka semakin tinggi bias konfirmasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hidayah (2018) yang menyatakan bahwa bias konfirmasi semakin diperkuat oleh adanya algoritma media sosial yang selalu menyediakan informasi sesuai dengan preferensi pengguna. Dari sekian banyak konten yang diterima individu setiap kali mengulir konten di media sosial, tanpa disadari bahwa pengguna media sosial hanya terbiasa mengonsumsi informasi yang serupa secara terus menerus dan menghindarkannya dari informasi dari sudut pandang yang berbeda.

Pada penelitian Ghani dan Rahmat (2023) juga disebutkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terbesar dalam menciptakan bias konfirmasi. Media sosial menjadi sumber bias konfirmasi karena popularitasnya yang luar biasa. Hal inilah yang melatarbelakangi bahwa semakin banyak individu melakukan kegiatan mengulir (*scrolling*) konten di media sosial, maka semakin banyak pula informasi yang disediakan oleh algoritma media sosial yang diterima, sehingga semakin banyak potensi untuk terpapar bias konfirmasi.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah fleksibilitas kognitif memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi.

Berdasarkan pengujian koefisien determinasi, hasil menunjukkan bahwa terdapat kenaikan nilai *adjusted R square* antara sebelum dan sesudah dilakukan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Sebelum uji MRA dilakukan, nilai *adjusted R square* adalah 0,091 sedangkan setelah dilakukan uji MRA nilai *adjusted R square* adalah 0,253. Maka dapat diartikan bahwa setelah adanya

variabel fleksibilitas kognitif, besarnya pengaruh kecenderungan *scrolling addiction* terhadap bias konfirmasi meningkat dari 9,1% menjadi 25,3%, dan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi dari variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil ini juga didukung dengan hasil uji statistik bahwa interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* dan fleksibilitas kognitif memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,037 ( $0,037 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* dan fleksibilitas kognitif memiliki hubungan atau berkorelasi dengan bias konfirmasi.

Selanjutnya pada hasil korelasi Pearson menunjukkan tanda negatif (-) yang menandakan bahwa interaksi antara kecenderungan *scrolling addiction* dan fleksibilitas kognitif memiliki arah hubungan yang berlawanan dengan bias konfirmasi, yang mengartikan bahwa hipotesis kedua diterima, yaitu fleksibilitas kognitif memoderasi hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian dari Ardi dan Pradiri (2021) bahwa bias konfirmasi dapat dikurangi dengan fleksibilitas kognitif dan keterbukaan pikiran. Krems (2014) juga menyebutkan bahwa semakin rendah fleksibilitas individu maka semakin tinggi peluangnya untuk terpapar bias konfirmasi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan berpikir fleksibel dan terbuka diperlukan karena kepatuhan buta terhadap asumsi dan pendapat pribadi hanya dapat dipatahkan dengan pemikiran kritis dan terbuka.

### **G. Kelemahan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, kelemahan dalam penelitian ini adalah:

1. Aspek-aspek kecenderungan *scrolling addiction* masih mengacu pada aspek kecanduan media sosial karena masih terbatasnya literatur dan penelitian

terdahulu yang membahas mengenai aspek kecenderungan *scrolling addiction* secara spesifik.

2. Tidak dimasukkannya *attention check questions* atau pertanyaan pemeriksaan perhatian dalam instrumen penelitian yang berbasis *google form* untuk memastikan keseriusan subjek saat menjawab, sehingga terdapat resiko subjek memberikan jawaban yang asal atau tidak sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, artinya, terdapat hubungan yang positif antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana semakin tinggi kecenderungan *scrolling addiction* maka semakin tinggi bias konfirmasi.

Hipotesis kedua dari penelitian ini diterima, yaitu fleksibilitas kognitif dapat memoderatori hubungan antara kecenderungan *scrolling addiction* dan bias konfirmasi, di mana individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah akan menunjukkan tingkat bias konfirmasi yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan fleksibilitas kognitif tinggi akan menunjukkan bias konfirmasi yang lebih rendah, meskipun memiliki kecenderungan *scrolling addiction* yang tinggi.

#### **B. Saran**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan *scrolling addiction* dapat mengakibatkan dampak negatif yaitu bias konfirmasi, terutama jika individu tidak memiliki kemampuan fleksibilitas kognitif yang baik. Diharapkan dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran digital masyarakat dengan mengurangi perilaku *scrolling* dan meningkatkan fleksibilitas kognitif terutama dalam menerima dan memproses informasi yang diterima di media sosial.

Mengingat bahwa kemampuan fleksibilitas kognitif penting untuk mengurangi bias konfirmasi sebagai dampak negatif dari kecenderungan *scrolling addiction*, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan intervensi guna meningkatkan kemampuan fleksibilitas kognitif dan mengurangi bias konfirmasi pada individu. Selain itu, penelitian selanjutnya harus dilakukan dengan menggunakan sampel-sampel yang lebih representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsaad, A., Taamneh, A., & Al-Jedaiah, M. N. (2018). Does social media increase racist behavior? An examination of confirmation bias theory. *Technology in Society*, 1-6. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.002>
- Andini, A. T., & Yahfizham. (2024). Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika*, 2(1), 286-296. doi:<https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i1.523>
- Andreassen, C. S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 501-517. doi:10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ardi, R., & Pradiri, A. P. (2021). Determinant factors of partisans' confirmation bias in social media. *Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 18 (1), 1-13. doi:<http://dx.doi.org/10.26555/humanitas.v18i1.1966>
- Atika, S. (2018). Hubungan Kebutuhan Relatedness dengan Kecanduan Media Sosial Remaja. *Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Azwar, S. (2001). Asumsi-asumsi Dalam Inferensi Statistika. *Buletin Psikologi*, 9(1), 8-17.
- Azwar, S. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Penyusunan Skala Psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzahra, A., Manalu, S., & Rakhmad, W. N. (2022). Pengalaman Komunikasi Kelompok Usia Dewasa dalam Kekacauan Informasi Seputar Covid-19 di Media Sosial. *Interaksi Online*, 11(1), 21-35.
- Ballara, N. B. (2023). The Power of Social Validation: A Literature Review on How Likes, Comments, and Shares Shape User Behavior on Social Media. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(7), 3355-3367 . doi:[doi:doi.org/10.55248/gengpi.4.723.51227](https://doi.org/10.55248/gengpi.4.723.51227)
- Bessi, A. (2016). Personality traits and echo chambers on facebook. *Computers in Human Behavior*, 319-324. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.016>

- Bozdag, E., & Hoven, J. v. (2015). Breaking the filter bubble: democracy and design. *Ethics Inf Technol*, 17, 249-265. doi:doi.org/10.1007/s10676-015-9380-y
- Budi, A. D., Septiana, L., & Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(1), 01-11. Retrieved from <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws>
- Chen, X., He, J., & Fan, X. (2019). Relationships between openness to experience, cognitive flexibility, self-esteem, and creativity among bilingual college student in the U.S. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*. doi: 10.1080/13670050.2019.1688247
- Crocker, A. (2018). Cognitive Flexibility. Retrieved from [https://wiki.its.sfu.ca/permanent/learning/index.php/Cognitive\\_Flexibility](https://wiki.its.sfu.ca/permanent/learning/index.php/Cognitive_Flexibility)
- Dahlberg, L. (2007). The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media and Cultural Politics*. doi:10.1386/macp.3.1.47/1
- Databoks. (2024). 10 Negara dengan Rata-rata Durasi Akses Media Sosial Terlama (Januari 2024). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/16/indonesia-masuk-top-10-negara-paling-betah-main-medsos>
- Dennis, J. P., & Wal, J. S. (2010). The Cognitive Flexibility Inventory: Instrument Development and Estimates of Reliability and Validity. *Cognitive Therapy and Research*, 34, 241-253. doi:10.1007/s10608-009-9276-4
- Eid, A. (2022). Problematic, absent-minded social media scrolling, and mental health. *Dissertation Umeå University*. Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-197249>
- Erarslan, A. (2023). Cognitive flexibility and grit during times of crisis for Turkish EFL teachers. *Wiley Periodicals*. doi:10.1002/pits.22852
- Fadilah, A., Pratitis, N., & Rini, A. P. (2022). Perilaku phubbing pada remaja: Menguji peranan kontrol diri dan interaksi sosial. *INNER : Journal of Psychological Research*, 2 (2), 150-159. Retrieved from <https://aksiologi.org/index.php/inner/article/view/499>
- Gertner, A., Zaromb, F., Schneider, R., Roberts, R. D., & Matthews, G. (2016). The Assessment of Biases in Cognition: Development and Evaluation of an Assessment Instrument for the Measurement of Cognitive Bias. (*MITRE Technical Report MTR160163*).
- Ghani, A. N., & Rahmat, H. (2023). Confirmation Bias in Our Opinions on Social Media: A Qualitative Approach. *Journal of Communication, Language and Culture*, 1, 47-56. doi:<https://doi.org/10.33093/jclc.2023.3.1.4>

- Hidayah, A. R. (2018). Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 112-126. doi:10.22146/jsp.33244
- Hidayatullah, M. S., & Shadiqi, M. A. (2020). *Konstruksi Alat Ukur Psikologi*. Banjarbaru: Universitas Lambung Mangkurat .
- Hiller, A., Alexander , J. K., & Beversdorf, D. Q. (2006). The Effect of Auditory Stressors on Cognitive Flexibility. *Neurocase*, 228-231. doi:10.1080/13554790600878887
- Imran, N. A. (2020). Penerapan Teknik Self Management untuk Mengurangi Kecanduan Media Sosial pada Siswa di SMA Negeri 1 Sinjai. *SI thesis, Universitas Negeri Makassar*. Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/19360>
- Ionescu, T. (2012). Exploring the nature of cognitive flexibility. *New Ideas in Psychology*, 30, 190-200. doi:10.1016/j.newideapsych.2011.11.001
- Irawati, A. N., & Nurmina. (2020). Perbedaan Perilaku Phubbing pada Dewasa Awal dalam Situasi Hubungan Keluarga, Hubungan Pertemanan, dan Hubungan Percintaan di Kota Bukittinggi. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 15 No. 2. doi: <http://dx.doi.org/10.30659/jp.15.2.141-150>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 4(1).
- Kassin, S. M., Dror, I. E., & Kukucka, J. (2013). The Forensic Confirmation Bias: Problems, Perspectives, and Proposed Solutions. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 42-52. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jarmac.2013.01.001>
- Kazu, H., & Pullu, S. (2023). Cognitive Flexibility Levels and Self-Efficacy Perceptions of Preservice Teachers. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 14(1), 36-47. doi:10.2478/dcse-2023-0004
- Khusna, A. A. (2021). *Pengaruh Confirmation Bias, Self-Attribution Bias, Overconfidence Bias, Cognitive Bias, dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investor Pemula dalam Investasi*. Universitas Islam Indonesia.
- Klayman, J. (1995). Varieties of Confirmation Bias. *The Psychology of Learning and Motivation*, 31, 385-418.
- Krems, J. F. (2014). Cognitive Flexibility and Complex Problem Solving. In *Complex Problem Solving: The European Perspective* (pp. 201-218). New York: Psychology Press.

- Lai, C., Mak, K., Watanabe, H., Jeong, J., Kim, D., Bahar, N., . . . Cheng, C. (2015). The mediating role of Internet addiction in depression, social anxiety, and subjective psychosocial well-being among adolescents in six Asian countries: a structural equation modelling approach. *Public Health*, 1-13. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.puhe.2015.07.031>
- Lehner, P. E., Adelman, L., Cheikes, B. A., & Brown, M. J. (2008, May). Confirmation Bias in Complex Analyses. *IEEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics*, 38. No. 3, 584-592.
- Lemola, S., Perkinson-Gloor, N., Brand, S., Dewald-Kaufmann, J., & Grob, A. (2015). Adolescents' Electronic Media Use at Night, Sleep Disturbance, and Depressive Symptoms in the Smartphone Age. *Journal Youth Adolescence*, 405-418. doi:10.1007/s10964-014-0176-x
- Li, Y., & Zhang, H. (2024). Trait mindfulness and turnover intention of private kindergarten teachers: Sequential mediation of cognitive flexibility and perceived organizational support. *Social Behavior Personality: An International Journal*, 52 (6), 1-12. doi:doi.org/10.2224/sbp.13214
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90-97.
- Mahardika, R. A. (2024). Analisis Sentimen Kebocoran Data Bank Syariah Indonesia Menggunakan Lexicon Based dan Random Forest dengan Optimasi Particle Swarm Optimization (PSO) pada Twitter. *Undergraduate Thesis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Marlesa, N. N., & Wibowo, P. (2023). Pengaruh Smartphone Addiction Terhadap Bedtime Procrastination Taruna Poltekip Angkatan 56 Prodi Manajemen Masyarakat. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3 No. 4, 323-337. doi:<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1963>
- Masriyudin, Fauzi, A., & Atiyah. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Generasi Z. *Seminar Nasional Pendidikan Non Formal*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Mastel. (2019). *Hasil Survey Wabah HOAX Nasional 2019*. Mastel. Retrieved from <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/#>
- Modgil, S., Singh, R. K., Gupta, S., & Dennehy, D. (2024). A Confirmation Bias View on Social Media Induced Polarisation During Covid-19. *Information Systems Frontiers*, 26, 417-441. doi:<https://doi.org/10.1007/s10796-021-10222-9>
- Moffan, M. D., & Handoyo, S. (2020). Pengaruh Stres Kerja terhadap Cyberloafing dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderator pada Karyawan di Surabaya. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(1), 64-72. doi:<http://dx.doi.org/analitika.v11i1.3401>

- Naja, F., & Kholifah, N. (2020). Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong. *Jurnal Psikologi*, 7(1), 21-40.
- Nelson, J. D., & McKenzie, C. R. (2009). Confirmation Bias. In M. W. Kattan, *The Encyclopedia of Medical Decision Making*. (pp. 167-171). London: Sage Publishing. doi:<https://doi.org/10.4135/9781412971980.n49>
- Noe, b., Turner, L. D., Linden, D. E., Allen, S. M., Winkens, B., & Whitaker, R. M. (2019). Identifying Indicators of Smartphone Addiction Through User-App Interaction. *Computers in Human Behavior*, 56-65. doi:10.1016/j.chb.2019.04.023
- Paramitha, D. I., Al Faruqi, M. D., & Tyas, I. K. (2023). Literasi Digital Pengguna Internet Indonesia Guna Mewujudkan Budaya Damai di Ruang Mayantara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7 No. 1.
- Piya, S., & Adhikari, B. (2023). Relationship Between Internet Scrolling Habit and Social Media Marketing. *The OCEM Journal of Management, Technology and Social Sciences*, 2(2), 81-102. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/367511918>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Purwanto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahayu, M. N., Aprodita, N. P., & Rasyida, A. (2022). Adapting and Testing the Indonesian Version of the Psychometric Properties of the Cognitive Flexibility Inventory (CFI) Measuring Tool. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 246-262. doi:<https://doi.org/10.23917/indigenous.v7i1.18851>
- Ritter, S. M., & Mostert, N. (2016). Enhancement of Creative Thinking Skills Using a Cognitive-Based Creativity Training. *JCogEnhanc*. doi:10.1007/s41465-016-0002-3
- Rollwage, M., & Fleming, S. (2020). Confirmation bias is adaptive when coupled with efficient metacognition. *Philosophical Transactions B*, 1-8. doi:[doi:10.1098/rstb.2020.0131](https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0131)
- Santosa, E. O., & Setyawan, I. (2014). Hubungan antara Fleksibilitas Kognitif dengan Problem Focused Coping pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 3(2), 139-146. doi:[doi:10.14710/empati.2014.7508](https://doi.org/10.14710/empati.2014.7508)
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratification. *BACA : Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207-216. doi:<https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>

- Saputra, F. A., Sari, E. Y., Bashori, K., Sari, A. K., Widiana, H. S., Widuri, E. L., . . . Afriany, F. (2023). *Well-being: Kajian Multiperspektif*. Sleman: Penerbit Deepublish Digital.
- Sari, Y., Salsabilah, N., Fadia, L., & Simarmata, R. (2022). Bahasa Milenial Sebagai Identitas Remaja dalam Novel Cerita Kapal Kertas Karya HaloBagas. *KODE: Jurnal Bahasa*, 11(4), 132-145. doi:<https://doi.org/10.24114/kjb.v11i4.41784>
- Sassenberg, K., Winter, K., Becker, D., Ditrich, L., Scholl, A., & Moskowitz, G. (2022). Flexibility mindsets: Reducing biases that result from spontaneous processing. *European Review of Social Psychology*, 33(1), 171-213. doi:<https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1959124>
- Schwind, C., & Buder, J. (2012). Reducing confirmation bias and evaluation bias: When are preference-inconsistent recommendations effective– and when not? *Computers in Human Behavior*, 28, 2280-2290. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.035>
- Setyawan, I. (2020). Peran Fleksibilitas Kognitif pada Pemaafan Mahasiswa. *Nathiqiyah Jurnal Psikologi Islam*, 3(2), 114-125. doi:[doi:doi.org/10.46781/nathiqiyah.v3i2.174](https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v3i2.174)
- Shin, J., & Thorson, K. (2017). Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media. *Journal of Communication*, 67(2), 1-23. doi:[doi:doi:10.1111/jcom.12284](https://doi.org/10.1111/jcom.12284)
- Siregar, R. N., Suryadi, D., Prabawanto, S., & Mujib, A. (2022). Cognitive Flexibility of Students in Solving Mathematical Problems: A Phenomenology Study. *KREANO : Jirnal Matematika Kreatif - Inovatif*, 345-369. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/kreano>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugianto, I. C. (2017). *Analisis Faktor yang Berhubungan dengan Dampak Penggunaan Media Sosial oleh Remaja di SMAN Kota Pasuruan*. Skripsi, Universitas Airlangga.
- Sugiono, S. (2021). Polarisasi Sebagai Dampak Menguatnya Kelompok Anti-Vaksin Covid-19 di Media Sosial (Perspektif Echo Chamber). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(2), 166-182.
- Tane, Q. (2023). *Perancangan Kampanye Interaktif tentang Pengaruh Mindless Scrolling pada Produktivitas Remaja Akhir*. Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Tiainen, N. (2023). *Mitigating Confirmation Bias Caused by Social Media Algorithms*. undergraduate thesis, Aalto University.

- Vicente, D., Gaeveren, K. V., Murphy, S. L., & Abeele, M. M. (2024). Does mindless scrolling hamper well-being? Combining ESM and log-data to examine the link between mindless scrolling, goal conflict, guilt, and daily well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), 1-14. doi:doi.org/10.1093/jcmc/zmad056
- Villacorta, D. (2020). The dark side of social media: an analysis of the effects of automatic playback. *Conference in Interaction Technology and Design*, 11.
- Workman, M. (2018). An Empirical Study of Social Media Exchanges about a Controversial Topic: Confirmation Bias and Participant Characteristics. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 381-400.
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17 No. 1, 98-111. doi:doi.org/10.22146/bip.v17i1.423

