

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul<sup>1\*</sup>, Maria Nugraheni Mardi Rahayu<sup>2</sup>  
Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Metode penelitian yaitu kuantitatif dengan pemilihan subjek dengan teknik *accidental sampling*. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 242 orang dengan karakteristik remaja akhir berusia 18-21 tahun yang memiliki akun jejaring sosial dan aktif menggunakannya. Skala yang digunakan terdiri dari *Interpersonal Orientation Scale* dan *Social Network Time Use Scale (SONTUS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi remaja akhir, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan situs jejaring sosialnya. Perlu adanya upaya mengembangkan kegiatan yang dapat memfasilitasi interaksi sosial remaja agar kebutuhan afiliasi remaja tidak hanya terpenuhi melalui situs jejaring sosial, namun juga interaksi di dunia nyata.

**Kata Kunci:** Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial, Kebutuhan Afiliasi, Remaja Akhir

### Abstract

The purpose of this study was to determine the relationship between the need for affiliation and the intensity of social networking site use in late adolescents. The research method is quantitative with the selection of subjects with accidental sampling techniques. Participants in this study were 242 people with characteristics of late adolescents aged 18-21 years who had social network accounts and actively used them. The scale used consists of interpersonal orientation scale and social network time use scale (SONTUS). The results showed that there was a significant positive relationship between and the intensity of social networking site use in late adolescents. There results indicate that the higher the need for late teen affiliates, the higher intensity of use of social networking sites. Efforts are needed to develop activities that facilitate social interaction for adolescence so that the need of affiliation are not only met through social networking site but also in real life interaction.

**Keywords:** Social Networking Site Usage Intensity, Need For Affiliation, Late Adolescence

---

#### \*Corresponding Author:

Renita Sitompul  
Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga  
Email: 802018232@student.uksw.edu

#### Article History

Submitted: 31 Desember 2022  
Accepted: 28 Februari 2023  
Available online: 15 Maret 2023

# HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

## PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan di era globalisasi ditandai dengan kemajuan teknologi khususnya dalam bidang komunikasi informasi. Kemajuan teknologi komunikasi dapat membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Komunikasi ini dilakukan untuk memenuhi fungsi manusia sebagai makhluk sosial yaitu kebutuhan manusia dalam melakukan interaksi dengan berbagai upaya guna menjaga kualitas hubungan sosialnya dengan orang lain (Marpaung, 2018). Salah satu contoh perkembangan teknologi komunikasi yang dipakai kalangan masyarakat adalah berbagai aplikasi yaitu *WhatsApp*, *twitter*, *line*, *instagram*, *ask.fm*, *path*, *linkedin*, *bbm*, *snapchat*, dll (Trisnani, 2017). Dengan adanya sosial media, seseorang bisa berkomunikasi dengan orang lain, berbagi informasi atau hanya sekedar untuk mencari tahu perkembangan sesuatu. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia juga sangat berkembang dengan pesat.

Indonesia berada pada rangking lima penggunaan internet terbesar di dunia (Hootsuite We Are Social, 2020). Hasil riset nasional Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) yaitu adanya peningkatan pengguna internet di Indonesia menjadi 143,26 juta jiwa atau sebanding dengan 54,7% dari total penduduk di Indonesia. Peningkatan jumlah kenaikan tersebut sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2016. CNN juga melansir bahwa Indonesia memiliki 160 juta orang yang memiliki media sosial dan aktif menggunakannya, dimana 99% penggunanya

mengakses media sosial melalui ponsel (Cable News Network, 2020). Survei APJII (2017) menemukan bahwa kelompok usia remaja merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia antara lain: usia 13-18 tahun (75,50%) dan usia 19-34 (74,23%) dimana mahasiswa juga termasuk di dalamnya.

Kelompok usia remaja menggunakan media sosial untuk memperluas jaringan pertemanan, mereka akan lebih mudah berteman dengan orang lain di mana pun meski tidak pernah bertemu secara langsung (Sisrazeni, 2017). Penelitian yang dilakukan Papalia, Olds, & Feldman (2007) menyatakan bahwa kebutuhan yang tinggi untuk memiliki hubungan dengan orang lain umumnya berada pada tahap perkembangan remaja. Remaja menggunakan dan menjadikan media sosial sebagai fasilitas untuk dapat memenuhi kebutuhan akan informasi dalam kehidupannya (Sriati & Hendrawati, 2020).

Menurut Hurlock (2011) masa remaja terdiri dari remaja awal (12-14 tahun), masa remaja tengah (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun). Hurlock (2008) juga menjelaskan bahwa semua tugas perkembangan pada masa remaja dipusatkan pada penanggulangan sikap dan pola perilaku yang kekanak-kanakan dan mengadakan persiapan untuk menghadapi masa dewasa. Ketika remaja akhir, seseorang memerlukan sebuah stimulasi positif, dukungan sosial, dan perhatian dari orang lain. Pada saat itulah remaja dapat memenuhi kebutuhan afiliasinya terutama pada aspek kebutuhan akan stimulasi positif, dukungan sosial, dan kebutuhan akan perhatian (Putra & Marheni, 2015).

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2019) pada tiga perguruan tinggi di kota Padang, hasilnya bahwa 97% mahasiswa adalah pengguna aktif dan media sosial sudah menjadi keseharian mereka. Tujuan menggunakan media sosial antara lain: untuk alat komunikasi (94%), mencari informasi (84%), dan sebagai interaksi sosial (71%). Berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti kepada tiga remaja akhir dengan rentang usia 18-21 tahun, bahwa mereka lebih suka melakukan interaksi sosial dengan menggunakan media sosial. Selain itu, salah satu dari mereka sering membagikan cerita ke media sosial, seperti ketika sedang jalan-jalan atau sedang mengerjakan sesuatu.

Selain itu, peneliti juga melihat bahwa mereka cenderung lebih menggunakan jejaring sosial untuk melakukan komunikasi daripada bertatap muka secara langsung, walaupun jarak mereka sangat dekat. Seluruh partisipan memiliki satu bahkan lebih akun jejaring sosial. Jenis jejaring sosial yang paling sering dan banyak digunakan adalah *Whatsapp, Instagram, Twitter, dan Facebook*. Dari wawancara yang dilakukan, waktu yang mereka habiskan untuk menggunakan jejaring sosial adalah sekitar 2-3 jam bahkan lebih dalam jangka waktu satu hari. Alasan menggunakan jejaring sosial adalah supaya tetap *up to date* dengan informasi-informasi terbaru maupun yang sedang trending, untuk menghibur diri, mengisi waktu luang, dan tetap terhubung dengan teman-teman.

Olufadi (2016) mendefinisikan intensitas penggunaan media sosial sebagai banyaknya waktu yang dihabiskan seseorang untuk

menggunakan fasilitas yang tersedia di media sosial dalam kesehariannya. Selain itu, menurut (Sandya, 2016) intensitas penggunaan media sosial adalah keterlibatan seseorang terkait aktivitas penggunaan media sosial seperti frekuensi, lama dalam sekali akses dan jumlah pertemanan yang dibentuk. Intensitas penggunaan media sosial menciptakan bentuk-bentuk interaksi yang berbeda dan mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang pada kegiatan yang dilakukan dapat mendorong individu untuk melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang (Rinjani & Firmanto, 2013).

Menurut Annisa et al., (2020) individu yang menggunakan internet secara berlebihan akan berdampak buruk yaitu bertambahnya komunikasi secara tidak langsung (*non-face to face communication*). Sejalan dengan penelitian Efendi et al (2017) dimana remaja dengan tingkat penggunaan media sosialnya tinggi, maka interaksi sosialnya bersifat tidak langsung, sosiabilitas dan kepekaan sosialnya cenderung rendah, serta individu memiliki sifat tertutup dalam berkomunikasi dengan orang lain. Pratama dan Sari (2020) juga menyebut bahwa tingginya intensitas penggunaan jejaring sosial secara tidak langsung akan berdampak buruk bagi kesehatan mental seperti munculnya sikap anti sosial, yaitu kurangnya motivasi seseorang dalam terlibat atau melakukan interaksi dengan individu atau kelompok, serta dapat memunculkan sikap apatis yaitu keadaan cuek atau sikap acuh tak acuh terhadap segala sesuatu yang terjadi disekitar.

Faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial antara lain: faktor dalam

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

diri seperti mencari identitas dan nilai diri, faktor sosial yaitu saling membutuhkan informasi dan rasa saling memiliki, serta faktor emosional (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Menurut Andarwati & Sankarto (2005) faktor yang mempengaruhi adalah suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam situs jejaring sosial. Individu yang sering mengakses media sosial didorong oleh motif sosial seperti ingin mendapatkan suatu pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana individu tersebut berada (Rizki, 2017). Sejalan dengan Perwitasari & Dewi (2013) yang mengatakan bahwa remaja berusaha untuk mengikuti berbagai hal yang sedang berkembang untuk dapat memenuhi kebutuhan supaya dapat diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya.

Hill (1987) menjelaskan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain yang erat hubungannya dengan kehidupan sosial yaitu untuk mendapat dukungan sosial, mendapatkan perhatian, perbandingan sosial yang dimotivasi untuk memperoleh pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian. Rinjani & Firmanto (2013) menyatakan bahwa remaja yang memiliki motif afiliasi yang tinggi lebih suka bersama dengan orang lain daripada sendirian, ingin diterima dan disukai orang lain, sering berinteraksi dengan orang lain, suka menyenangkan hati orang lain, setia terhadap teman dan mencari kesepakatan dan persetujuan dengan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Marhaeni (2015) yang

mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial Twitter pada remaja akhir di Bali. Rinjani & Firmanto (2013) juga menemukan bahwa terdapat hubungan dengan arah positif signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan media sosial, dimana individu dengan kebutuhan afiliasi tinggi berusaha menciptakan hubungan yang bersahabat dengan orang lain. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Desimawati (2020) didapatkan hasil bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan kebutuhan afiliasi pada wanita di kota Samarinda. Namun, di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari (2016) ditemukan bahwa tidak terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial dengan angka korelasi  $-0,073$ .

Penelitian ini menarik untuk dikaji karena menyangkut bagaimana remaja memenuhi kebutuhan untuk memperluas jaringan hubungan pertemanan dan bagaimana remaja dapat saling berbagi informasi pada teman-temannya. Penelitian ini juga penting untuk diteliti melihat di era digitalisasi dan perkembangan teknologi saat ini dilakukan demi memenuhi kebutuhan manusia akan teknologi yang semakin besar dan lebih cenderung untuk menggunakan media sosial, sehingga dapat lebih mudah dalam menjalin komunikasi yang tidak terbatas jarak dan waktu serta menghemat biaya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Hipotesis yang diajukan

# HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

yaitu terdapat hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja akhir secara umum dengan rentang usia 18-21 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, dimana setiap individu yang ditemui secara kebetulan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner menggunakan *google form*. Sampel yang didapatkan yaitu berjumlah 242 orang dari seluruh responden secara umum yang didapat oleh peneliti dengan kriteria remaja akhir berusia 18-21 tahun yang memiliki akun media sosial dan aktif menggunakannya. Mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 202 orang dengan persentase sebesar 83,5% dan dominan berusia 21 tahun dengan persentase 42,1%.

Terdapat dua variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu kebutuhan afiliasi dan intensitas penggunaan situs jejaring sosial. Variabel kebutuhan afiliasi mengacu pada definisi dan aspek-aspek yang dikemukakan oleh (Hill, 1987). Kebutuhan afiliasi merupakan keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain yang erat hubungannya dengan kehidupan sosial yaitu untuk mendapatkan dukungan sosial, mendapatkan perhatian, perbandingan sosial yang dimotivasi

untuk memperoleh pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian. Sementara itu, variabel intensitas penggunaan situs jejaring sosial yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh (Olufadi, 2015). Intensitas penggunaan jejaring sosial adalah waktu penggunaan media sosial dengan mempertimbangkan alasan penggunaan, dan tempat atau situasi di mana media sosial digunakan.

Kebutuhan afiliasi diukur menggunakan *Interpersonal Orientation Scale* yang dikembangkan oleh Craig. A Hill (1987) dengan jumlah item sebanyak 26 item. Contoh item pernyataan misalnya: "*Salah satu sumber kenyamanan terbesar saya ketika dalam keadaan sulit adalah berinteraksi dengan orang lain*"; "*Saya lebih menyukai melakukan kegiatan bersama orang lain daripada sendiri, karena saya ingin melihat seberapa baik cara saya melakukan aktivitas tersebut*". Masing-masing item menggunakan empat pilihan jawaban yaitu, SS (sangat sesuai), S (sesuai), TS (tidak sesuai) dan STS (sangat tidak sesuai). Semakin tinggi skor kebutuhan afiliasi yang diperoleh partisipan, artinya semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan situs jejaring sosialnya. Uji validitas dan reliabilitas diperoleh hasil bahwa dari 26 item yang ada, terdapat satu item yang gugur sehingga jumlah item yang lolos adalah 25 item. Rentang skor daya diskriminasi item yang lolos berkisar antara 0,424 - 0,661. Sementara itu, uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,932 sehingga dikatakan bahwa instrumen skala kebutuhan afiliasi reliabel.

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

Intensitas penggunaan situs jejaring sosial diukur menggunakan *Social Network Time Use Scale* (SONTUS) menurut Olufadi (2015). Skala SONTUS terdiri dari 29 item yang mengidentifikasi frekuensi penggunaan media sosial. Contoh item pertanyaan misalnya: “*Saya menggunakan media sosial ketika berada di seminar atau program pelatihan*”; “*Saya menggunakan media sosial ketika sedang duduk santai di rumah*”. Setiap pertanyaan yang dijawab oleh responden memiliki skor yang dinilai dengan skala likert yang berkisar 1-11. Kuesioner ini terdiri atas lima komponen yaitu penggunaan saat relaksasi dan waktu luang, periode penggunaan terkait akademis, pemakaian di tempat umum, penggunaan saat sedang stres, dan motivasi penggunaan

Teknik skoring alat ukur SONTUS pertamanya adalah mengisi setiap pertanyaan berdasarkan penjelasan rentang 1-11, setelah itu item yang sudah diisi akan dikodekan dengan mengganti angka dengan keterangan sebagai berikut, angka 1 = jika memilih skala 1-3; angka 2 = jika memilih skala 4-6; angka 3 = jika memilih skala 7-9; dan angka 4 = jika memilih skala 10-11.

Setelah setiap item-nya mendapatkan masing-masing skor dengan rentang nilai 1-4, maka yang dilakukan berikutnya adalah penilaian pada skor setiap item dalam kelima komponen. Jadi, setiap nomor itemnya dikelompokkan berdasarkan masing-masing komponen, kemudian skor per item (misalnya: komponen 1 terdiri dari 9 item) tersebut dijumlahkan, maka akan mendapatkan skor komponen. Begitu seterusnya sampai kelima komponen tersebut mendapat jumlah skor komponennya masing-masing.

Setelah itu, yang perlu dilakukan adalah menjumlahkan skor komponen untuk mendapatkan skor total dari kelima komponen secara keseluruhan yang berkisar antara 5 sampai 23. Kemudian, jumlah skor dari kelima komponen itu menunjukkan suatu tingkatan intensitas penggunaan media sosial pada responden.

Tahap terakhir adalah interpretasi skor yang sudah didapat sebelumnya yaitu: Total skor 5-9 diinterpretasikan intensitas penggunaan rendah, total skor 10-14 untuk intensitas penggunaan rata-rata, total skor 15-19 untuk intensitas penggunaan tinggi, dan total skor lebih dari 19 untuk intensitas penggunaan sangat tinggi. Rentang skor daya diskriminasi item berkisar antara 0,336 –0,665. Sementara itu, uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,953, sehingga alat ukur intensitas penggunaan situs jejaring sosial dapat dikatakan reliabel.

Teknik pengujian statistik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji normalitas, linearitas dan uji hipotesis. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan uji hipotesis menggunakan uji *spearman rank*.

## HASIL

### **Statistik Deskriptif**

Hasil penelitian pada tabel 1 pada variabel kebutuhan afiliasi menunjukkan bahwa rata-rata remaja akhir memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 55,8%. Sedangkan pada variabel intensitas penggunaan situs jejaring sosial menunjukkan bahwa sebagian besar remaja akhir dapat dikategorikan sebagai

# HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

pengguna intensitas rata-rata dengan persentase sebesar 48%.

**Tabel 1**  
**Kategorisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Kategori	Interval	N	%
Kebutuhan Afiliasi	Sangat Rendah	$25 \leq X < 43.75$	6	2.5
	Rendah	$43.75 \leq X < 62.5$	44	18
	Tinggi	$62.5 \leq X < 81.25$	135	55.8
	Sangat Tinggi	$81.25 \leq X < 100$	57	23.6
	Jumlah		242	100
Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial	Rendah	$5 \leq X < 9$	68	28
	Rata-rata	$10 \leq X < 14$	116	48
	Tinggi	$15 \leq X < 19$	41	17
	Sangat Tinggi	$X > 19$	17	7
	Jumlah		242	100

## Hasil Uji Normalitas dan Linearitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data penelitian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,028. Maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data tidak terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, teknik pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji *spearman rank*. Lalu, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear dengan nilai signifikansi sebesar 0,002.

## Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 2 menunjukkan bahwa korelasi variabel kebutuhan afiliasi dan intensitas penggunaan situs jejaring

sosial, diperoleh angka probabilitas ( $p$ ) 0,001 ( $p < 0.05$ ), artinya hipotesis penelitian diterima yaitu terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial. Adapun tabel di bawah ini menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) yang diperoleh sebesar (+) 0,202, tanda positif (+) menandakan bahwa adanya hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial. Besarnya koefisien korelasi yang bertanda positif (+) tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka akan semakin tinggi pula intensitas penggunaan situs jejaring sosialnya.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Korelasi**

	Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial
Kebutuhan Afiliasi	$r = .202^{**}$

\*\* $p < .01$

## DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan

antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Artinya semakin tinggi kebutuhan afiliasi, maka

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

semakin tinggi pula intensitas penggunaan situs jejaring sosial. Demikian pula sebaliknya, dimana semakin rendah kebutuhan afiliasi maka semakin rendah pula intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kilamanca (2010), bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses jejaring sosial pada remaja.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan jejaring sosial adalah kebutuhan afiliasi. Sejalan dengan Putra dan Marhaeni (2015), Kebutuhan afiliasi adalah salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan situs jejaring sosial. Rinjani & Firmanto (2013) mengatakan bahwa salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan afiliasi adalah dengan menggunakan jejaring sosial, hal ini dilakukan untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dengan orang lain karena dengan jejaring sosial individu tetap dapat terhubung dengan orang lain tanpa batasan jarak dan waktu, serta dapat dilakukan tanpa bertatap muka secara langsung sehingga hubungan dengan orang lain dapat terjaga.

Salah satu aspek kebutuhan afiliasi menurut Hill (1987) adalah Stimulasi positif. Stimulasi positif merupakan kebutuhan akan situasi yang menyenangkan dalam proses afiliasi melalui kedekatan hubungan antar personal, diharapkan melalui pemenuhan kebutuhan afiliasi individu mendapatkan kepuasan dan perasaan yang menyenangkan dari orang lain (Hill, 1987). Kilamanca (2010) menyatakan bahwa komentar

yang ditujukan kepada teman akan memicu respon teman dan komunikasi akan berlangsung secara timbal balik, sehingga berpengaruh pada lama akses situs jejaring sosial. Memberikan *mention* kepada orang lain menunjukkan keinginan remaja untuk bersama dengan orang lain sekalipun dalam dunia maya dan pada umumnya respon-respon selanjutnya memunculkan perasaan diterima dan diakui, perasaan positif yang muncul menyebabkan remaja memiliki kedekatan hubungan antar pribadi sehingga terbentuklah rasa saling mempercayai satu sama lain. Hal inilah yang membuat remaja mengakses jejaring sosial secara terus menerus (Rinjani & Firmanto, 2013).

Selain itu, aspek kebutuhan afiliasi menurut Hill (1987) adalah dukungan emosional. Dukungan emosional merupakan kebutuhan untuk mendapatkan simpati dari orang lain serta diperhatikan untuk mengurangi perasaan negatif, seperti tekanan akan situasi atau rasa takut percaya pada orang lain. Intensitas penggunaan jejaring sosial terjadi apabila adanya dukungan emosional dari pengguna lain, bentuk dukungan emosional yang didapat dari teman virtual dilalui dengan menunjukkan terlebih dahulu apa yang dirasakan oleh responden di media sosial kemudian akan muncul yang diharapkan (Rachmawati & Nurhamida, 2018). Respon berupa dukungan dari pengguna lain di jejaring sosial akan memunculkan perasaan senang karena merasa ada yang memperhatikan. Perasaan senang yang muncul akan mendorong remaja untuk melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang (Safira, 2019).

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa tingkat kebutuhan afiliasi pada remaja akhir

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

didominasi oleh skor yang menyatakan bahwa sebanyak 135 orang (55,8%) berada di kategori yang tinggi. Hal ini berarti responden memiliki keinginan untuk menjalin dan berinteraksi sosial yang tinggi dengan orang lain. Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 44 orang (18%) memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang berada pada kategori rendah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa individu cenderung lebih cuek terhadap lingkungan sosialnya, lebih suka dengan dunianya sendiri, tidak terlalu ingin mendapatkan perhatian dari orang lain (Hill, 1987). Sejalan dengan Walgito (2004), individu dengan kebutuhan afiliasi yang rendah akan segan mencari hubungan dengan orang lain, serta hubungan yang sudah terjalin kurang dibina dengan baik supaya dapat bertahan.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian pada variabel intensitas penggunaan situs jejaring sosial didominasi oleh skor 48% pada kategori rata-rata. Dalam hal ini menunjukkan bahwa remaja akhir mayoritas memiliki intensitas penggunaan jejaring sosial dalam kategori rata-rata yaitu sebanyak 116 orang. Individu dengan skor rata-rata artinya mereka tidak mempunyai perhatian yang tinggi terhadap jejaring sosial, tidak memiliki penghayatan yang lebih terhadap informasi yang ada di media sosial, dan durasi penggunaan media sosial < 3 jam dan < 4 kali dalam menggunakan jejaring sosial (Al Aziz, 2020). Selain itu terdapat 28% berada dalam kategori rendah, hal ini kemungkinan subjek lebih menyukai interaksi sosial secara langsung daripada melalui media sosial untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya (Rinjani dan Firmanto, 2013).

Berdasarkan dari hasil analisis data yang sudah dilakukan maka implikasi hasil pada penelitian adalah bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan situs jejaring sosial adalah kebutuhan afiliasi. Remaja dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi tentunya mempunyai intensitas penggunaan yang tinggi dibandingkan individu dengan kebutuhan afiliasi yang rendah. Dalam hal ini, remaja diharapkan dapat menggunakan jejaring sosial dengan tujuan yang baik dengan melakukan interaksi sosial demi memenuhi kebutuhan afiliasinya, serta menggunakan waktu dengan efektif supaya menghindari dampak negatif yang ditimbulkan dari penyalahgunaan yang kurang tepat.

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari adanya keterbatasan, dimana penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengambil sampel secara kebetulan, sehingga ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya kepada remaja akhir yang ditemui oleh peneliti saja. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dapat mencerminkan pada populasi yang lebih luas. Selain itu, peneliti hanya meneliti dua variabel yaitu kebutuhan afiliasi dan intensitas penggunaan situs jejaring sosial, sementara intensitas penggunaan situs jejaring sosial dapat dipengaruhi oleh banyak factor.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

sosial pada remaja akhir. Dalam hal ini semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan jejaring sosialnya. Sebaliknya semakin rendah kebutuhan afiliasi maka intensitas penggunaan situs jejaring sosial akan semakin rendah.

Saran yang diberikan bagi para remaja adalah supaya dapat membagi kebutuhan afiliasinya ke lingkungan sekitar secara nyata dan terbuka, artinya tidak melakukan interaksi sosial dengan teknologi media sosial saja sehingga hal tersebut tidak berdampak negatif bagi remaja pada lamanya durasi yang dilakukan dalam menggunakan jejaring sosial serta dapat mengontrol perilaku remaja ke arah yang lebih positif.

Saran untuk orang tua yaitu dapat mengontrol, memberikan arahan serta bimbingan kepada anak remajanya dalam menggunakan jejaring sosial agar mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari tingginya waktu dalam menggunakan jejaring sosial seperti kecanduan dan malas untuk berinteraksi serta bersosialisasi secara langsung dengan orang lain, sehingga remaja dapat menyeimbangkan antara interaksi sosial yang terjadi di dunia maya dan dunia nyata.

Saran bagi peneliti selanjutnya supaya dapat menggunakan teknik sampling yang berbeda supaya setiap orang dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih dan sampel yang didapatkan dapat mewakili seluruh populasi. Selain itu, diharapkan dapat memperhatikan variabel atau faktor utama lainnya yang akan digunakan sebagai variabel bebas yang diduga turut berperan dalam

mempengaruhi intensitas penggunaan situs jejaring social.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107. <https://doi.org/10.21831/ap.v2i2.35100>
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). Pemenuhan Kepuasan Penggunaan Internet oleh Peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 14(1), 10–17.
- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86–109. <https://doi.org/10.13057/wacana.v12i1.170>
- APJII. (2017). Infografis penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. [apjii.or.id: https://www.apjii.or.id/survei2017.05 Oktober 2021](https://www.apjii.or.id/survei2017.05%20Oktober%202021)
- Cnn Indonesia. (2020). Survei: 5 media sosial paling populer di dunia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia>, diakses tanggal 05 Oktober 2021.
- Desimawati, R. S. (2020). Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Wanita yang Telah Menikah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 541. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5382>
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>

## HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL PADA REMAJA AKHIR

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

- Hill, C. A. (1987). Affiliation Motivation : People Who Need People ... But in Different Ways Affiliation Motivation: People Who Need People But in Different Ways. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(June 1987), 1008–1018.
- Hurlock, E.B. (2008). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, Elizabeth B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kilamanca, D. F. (2010). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dan Keterbukaan Diri Dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial Pada Remaja. *Skripsi*, 1–104.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan. *KOPASTA: Jurnal Program Studi Bimbingan Konseling*, 5(2), 55–64. <https://doi.org/10.33373/kop.v5i2.1521>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Olufadi, Y. (2016). Social networking time use scale (SONTUS): A new instrument for measuring the time spent on the social networking sites. *Telematics and Informatics*, 33(2), 452–471. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.11.002>
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2007). *Human development (ed.9)*. NY: McGraw-Hill.
- Perwitasari, N. M., & Dewi, D. K. (2013). Hubungan antara harga diri dan kebutuhan afiliasi dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Character*, 2(1), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/4579/6885>
- Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Berupa Sikap Apatis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Gaster*, 18(1), 65. <https://doi.org/10.30787/gaster.v18i1.487>
- Putra, I. P. G. D., & Marheni, A. (2015). Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p05>
- Rachmawati, A., & Nurhamida. (2018). *Dukungan Sosial Teman Virtual Melalui Media Instagram pada Remaja Akhir*. 06(1), 68–72.
- Ratnasari, E. D. (2016). Hubungan Keterbukaan Diri Dan Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial di SMA Laboratorium Universitas Negeri Malang. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi: Universitas Negeri Malang.
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 01(01), 76–85.
- Rizki, A. I. (2017). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Sandya, A. P. (2016). "Hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan publik berbentuk meme". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

**HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING  
SOSIAL PADA REMAJA AKHIR**

Renita Sitompul, Maria Nugraheni Mardi Rahayu

---

- Sisrazeni. (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 lain Batusangkar. *2nd International Seminar on Education 2017 Empowering Local Wisdom on Education for Global Issue Batusangkar*, 437–448. <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/viewFile/898/819%0Ahttps://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/898/819#>
- Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41–53. <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Trisnani, -. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3). <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1227>
- Walgito, Bimo. (2004). *Psikologi Umum*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Indonesia Digital report 2020. *Global Digital Insights*, 247. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>