

Hubungan Antara Narsisme dan Motivasi Afiliasi dengan *Facebook Addiction*

Liem Ciang Santoso

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: santo_lim_design@yahoo.com.

Abstrak

Tujuan Penelitian ini mengetahui hubungan antara narsisme dan motivasi afiliasi dengan *facebook addiction*. Pengguna *facebook* yang paling besar adalah kelompok usia remaja yang memiliki kesempatan akses internet yang banyak. Subjek penelitian yang diambil adalah usia remaja antara 15-21 tahun. Alat ukur yang akan digunakan pada penelitian ini adalah model skala Likert. Data dari penyebaran skala selanjutnya akan diproses dengan teknik analisis menggunakan Regresi. Berdasar penghitungan data yang didapatkan dalam proses penelitian, maka pada tahap uji hipotesis dengan menggunakan teknik Regresi Berganda, maka harga koefisien $F = 5,207$ pada $p = 0,006$. Oleh karena $p < 0,01$, maka sekaligus menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara Narsisme dan Motivasi Afiliasi dengan *Facebook Addiction*. Hasil uji yang terdapat pada tabel R^2 (*R Square*) telah diperoleh harga R^2 sebesar 0,064, berarti sumbangan efektif variabel narsisme dan motivasi afiliasi dengan *facebook addiction* sebesar 6,4 %. Secara parsial, Narsisme berhubungan dengan *facebook addiction*, tetapi secara parsial Motivasi Afiliasi tidak berhubungan dengan *facebook addiction*.

Kata Kunci: *Facebook addiction*, narsisme, motivasi afiliasi.

Abstract

*This research aim is to know the relationship between narcissism and motivation affiliation with facebook addiction. The most facebook users are adolescents group that has a lot of internet access opportunities. The study subjects were taken adolescents between 15-21 years old. Measuring devices to be used in this study were Likert scale model. Data from the scale deployment will be processed by using regression analysis technique. Calculation based on the data obtained in the research process, it is at the stage of hypothesis testing using multiple regression techniques, the coefficient $F = 5.207$ to $p = 0.006$. Because $p < 0.01$, it also shows that there was a significant relationship between narcissism and Motivation Affiliation with Facebook Addiction. The test results contained in the table R^2 (*R Square*) has been obtained R^2 of 0.064, meaning the effective contribution of narcissism and motivational variables affiliated with facebook addiction by 6.4%. Partially, Narcissism related to facebook addiction, but partially Affiliation Motivation is not related to facebook addiction.*

Keywords: *Facebook addiction, narcissism, affiliation motivation.*

1 PENDAHULUAN

Remaja begitu antusias menggunakan *facebook* untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan pertemanan biasa maupun hubungan yang lebih dekat lagi. Mengacu dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui penggunaan *facebook* yang dilatar belakangi oleh narsisme dan kebutuhan afiliasi tersebut pada remaja.

FAD (*Facebook Addiction Disorder*) merupakan bagian dari kecanduan internet (*internet addiction*). Sebuah jurnal Penelitian dari *Universiti Putra Malaysia* mengangkat judul *Facebook Addiction Among Female University Students* yang menemukan bahwa murid wanita banyak menggunakan *facebook* dengan motif antara lain: interaksi sosial, menghabiskan waktu, hiburan, persahabatan dan berkomunikasi. Sehingga motif-motif tersebut berkontribusi menjadikan murid mengalami *facebook addiction* (Sofiah *et al.*, 2011). Namun sebuah penelitian yang dilakukan para ahli dari University Georgia, Amerika, yaitu Buffardi & Campbell (2008), menyebutkan bahwa laman profil di situs jejaring sosial *facebook* bisa mengungkap narsisme seseorang (Buffardi & Campbell, 2008).

Narsisme atau Narsistik adalah perasaan superior, *extreme self-importance* dan perhatian serta cinta diri yang berlebihan (Riadi, 2021). Dari beberapa penelitian ditemukan bahwa kenarsistikan seseorang bisa diwujudkan dalam *Facebook* berupa status mereka. Hasil dari survei yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa ada korelasi antara narsisme dengan *Facebook*. Korelasi tersebut bisa dilihat pada menu-menu macam seperti *Main Photo*, *View Photos*, *Status Updates* dan *Notes*. Narsisme pada *facebook* dapat ditangkap sebagai perilaku *self promotional*.

Secara umum *facebook* dikembangkan untuk untuk berafiliasi membangun relasi sosial. Hal tersebut memerlukan sebuah motivasi afiliasi dalam diri seseorang. Menurut McClelland, motivasi afiliasi adalah merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang

lain. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013). Untuk beberapa orang yang memiliki motivasi afiliasi, *Facebook* menawarkan sebuah gerbang untuk ratusan hubungan emosional. Dari penelitian ini mencoba mengungkapkan bahwa situs kecanduan pada jejaring sosial adalah hasil dari dorongan afiliasi. Hal ini tidak menutup kemungkinan para penggunanya untuk bisa berpura-pura agar bisa diterima oleh pengguna lainnya ataupun lebih terbuka. Oleh karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara narsisme dan motivasi afiliasi dengan *facebook addiction* dengan populasi di wilayah Indonesia. Variabel terikat dari penelitian ini adalah FAD (*Facebook Addiction Disorder*) merupakan bagian dari kecanduan internet (*internet addiction*). Salah satu kepribadian yang akan terlihat dalam perilaku *Facebook Addiction* adalah narsisme.

Kenarsistikan seseorang bisa diwujudkan dalam *facebook* berupa status mereka. Hasil dari survei yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa ada korelasi antara narsisme dengan *facebook*. Korelasi tersebut bisa dilihat di menu-menu macam seperti *Main Photo*, *View Photos*, *Status Updates*, dan *Notes*. Narsisme pada *facebook* dapat ditangkap sebagai perilaku *self promotional*.

Untuk beberapa orang yang memiliki motivasi afiliasi, *facebook* menawarkan sebuah gerbang untuk ratusan hubungan emosional. Dari penelitian ini mencoba mengungkapkan bahwa situs kecanduan pada jejaring sosial adalah hasil dari dorongan afiliasi. Hal ini tidak menutup kemungkinan para penggunanya untuk bisa berpura-pura agar bisa diterima oleh pengguna lainnya ataupun lebih terbuka.

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara narsisme dan motivasi afiliasi dengan *facebook addiction*. Pengaruh motivasi afiliasi dan kenarsistikan terhadap perilaku *facebook addiction* perlu ditelusuri lebih dalam untuk memahami secara psikologis para pengguna *facebook*

Pengguna *facebook* yang paling besar adalah kelompok usia remaja yang memiliki kesempatan akses internet yang banyak.

Subjek penelitian yang diambil adalah usia remaja antara 15-21 tahun. Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa usia remaja adalah usia saat seseorang ingin menampilkan dirinya dan sekaligus membutuhkan adanya interaksi dengan orang lain. Alat ukur yang akan digunakan pada penelitian ini adalah model skala *Likert*. Data dari penyebaran skala selanjutnya akan diproses dengan teknik analisis menggunakan Regresi.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Facebook Addiction*

Facebook Addiction Disorder (FAD) dapat mendarah daging dan menimbulkan *self-reinforcing* melalui memperkuat, aklamasi kedekatan, keintiman, berbagi pengalaman, kreativitas bersama, dan kemampuan untuk membuat seseorang menjadi kapten yang lengkap dan total di sebuah kapal *Facebook* (Fenichel, 2009).

Menurut Walker (2013) bahwa kecanduan *facebook* berarti menghabiskan jumlah waktu yang berlebihan untuk mengakses *facebook*. Biasanya, hal tersebut mengakibatkan seseorang menggunakan *facebook* hingga mengganggu kegiatan penting dalam hidup, seperti pekerjaan, sekolah, atau hubungan dengan keluarga dan teman-teman yang nyata.

Griffiths menyatakan bahwa kecanduan internet bisa berasal platform ataupun konten Internet (Andreassen *et al.*, 2012). Young & Rogers (1998) menyatakan bahwa pecandu internet dibedakan dalam aspek-aspek yang berbeda terhadap penggunaan *online*. Dia membedakan antara ada tiga tipe pecandu internet: *excessive gaming, online sexual pre-occupation, and e-mailing/texting*.

Carlson menyatakan bahwa jaringan sosial adalah salah satu jenis aktivitas online di mana menulis pesan (*e-mailing/texting*) adalah sangat dominan. Di antara jaringan sosial, *Facebook* adalah yang paling populer, dengan lebih dari 600 juta pengguna di seluruh dunia (Andreassen *et al.*, 2012).

Penggunaan *Facebook* telah meningkat pesat, remaja berhadapan dengan bagian dari kecanduan internet yang terhubung ke media sosial. Kecanduan ini lebih banyak terlihat diantara kaum muda. Melalui penelitian ini juga ditemukan orang yang cemas dan merasa tidak aman secara sosial menggunakan *Facebook* lebih banyak, kemungkinan karena mereka merasa lebih mudah untuk berkomunikasi melalui media sosial daripada bertatap muka (Andreassen *et al.*, 2012). Perempuan lebih berisiko mengalami kecanduan *facebook*, mungkin karena sifat sosial dari *facebook*. Selain itu, penelitian ini memperlihatkan orang yang terorganisir dan lebih ambisius cenderung tidak kecanduan *facebook*. Mereka menggunakan media sosial sebagai bagian integral dari pekerjaan dan jaringan (Andreassen *et al.*, 2012).

Dijelaskan pula oleh Andreassen *et al.* (2012) jika seseorang mengalami 6 hal dibawah ini maka sudah mengalami *facebook addiction*, yaitu:

1. *Saliency*. Contoh *item-nya*: Anda menghabiskan banyak waktu untuk berpikir tentang *facebook* atau berencana menggunakan *facebook*.
2. *Tolerance*. Contoh *item-nya*: Anda merasakan dorongan untuk menggunakan *facebook* terus menerus.
3. *Mood Modification*. Contoh *item-nya*: Anda menggunakan *facebook* untuk melupakan masalah pribadi.
4. *Relapse*. Contoh *item-nya*: Anda telah mencoba untuk mengurangi penggunaan *facebook* tanpa keberhasilan.
5. *Withdrawal*. Contoh *item-nya*: Anda menjadi gelisah atau bermasalah jika
6. *Conflict*. Contoh *item-nya*: Anda menggunakan *facebook* terlalu banyak sehingga telah memiliki dampak negatif pada pekerjaan Anda.

2.2 *Narsisme*

Narsistik atau narsisme adalah merupakan suatu bentuk perilaku yang berkaitan dengan kepribadian. Seorang yang memiliki sifat narsisme yang sangat

berlebihan dapat dikatakan memiliki gangguan Kepribadian Narsistik. Maka dalam penelitian ini diperlukan kajian-kajian teori kepribadian yang relevan dengan subjek yang diteliti. Secara umum ciri-ciri orang-orang narsistik yaitu antara lain:

- 1) Superior. Superior atau paling hebat tetapi tanpa upaya yang sepadan dengan cita-cita atau kepentingannya itu,
- 2) Tak berempati, tidak mampu mengenali atau mengetahui perasaan dan kebutuhan orang lain,
- 3) Iri, sering merasa iri dengan orang lain atau yakin bahwa orang lain iri pada dirinya,
- 4) Fantasi, dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati,
- 5) Istimewa, menganggap diri istimewa dan selalu meminta perlakuan khusus dari orang-orang yang berada disekitarnya, meskipun itu merugikan orang lain,
- 6) Sombong dan congkak, karena merasa dirinya yang paling hebat maka tidak jarang memperlihatkan perilaku atau sikap yang congkak dan sombong (*Faktor Penyebab Dan Ciri-Ciri Sikap Narsistik*, 2013).

Menurut Hidayat *narsisme* merupakan gangguan kepribadian dan merupakan gangguan jiwa yang mempunyai prevalensi cukup tinggi, yaitu 5%-15% dan termasuk yang tidak mudah diobati. Penyebabnya diduga karena keturunan atau genetik (dijelaskan melalui penelitian terhadap 15.000 pasangan kembar, satu dan dua telur), temperamental (terkait dengan genetik atau keturunan, dapat diidentifikasi sejak masa kanak-kanak), biologik (hormon, *neurotransmitter* tertentu) dan psikodinamik (berbagai faktor psikologis) (*Faktor Penyebab Dan Ciri-Ciri Sikap Narsistik*, 2013)

Menurut Kohut diri muncul di awal kehidupansebagai suatu struktur bipolar dengan grandiosa yang tidak matang di satu kutub dan idealisasi berlebihan terhadap orang lain yang bersifat tergantung dikutub lainnya. Kegagalan untuk mengembangkan harga diri

sehat terjadi bila orang tua tidak merespons dengan baik kompetensi yang ditunjukkan anak-anak mereka; yaitu si anak tidak dihargai berdasarkan makna dirinya sendiri, namun dihargai sebagai alat untuk membangun harga diri orang tuanya. Bila orang tua merespons anaknya dengan penghargaan, kehangatan, dan empati maka mereka menumbuhkan rasa makna diri yang normal dan harga diri yang sehat pada si anak. Namun, bila orang tua memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan bukannya secara langsung menghargai anak mereka, akibatnya, menurut Kohut dapat berupa terbentuknya kepribadian narsistik (Davison & Neale, 2012).

2.3 Motivasi Afiliasi

Menurut McClelland, motivasi Afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013)

Menurut Papalia (2007) keinginan untuk memiliki hubungan dengan orang lain ini pada umumnya sangat besar ketika manusia berada pada tahap perkembangan remaja (Putra & Marheni, 2015). Menurut Christofides, Muise & Desmarais remaja sebagai pribadi yang sedang mengalami dinamika dalam proses mencari jati diri menuju dewasa, membutuhkan kehadiran orang lain sebagai elemen yang penting bagi perkembangan mereka (Yoseptian, 2012) Menurut Santrock pada masa remaja, seseorang memang merasa lebih senang untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman sepermainan dan meningkatnya minat remaja terhadap relasi interpersonal (Yoseptian, 2012)

Menurut McClelland, kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan yang pemenuhannya memerlukan hubungan yang hangat dan akrab dengan orang lain. Tampak pada segi hubungan pribadi dan bekerjasama dengan orang lain, serta dicapainya persetujuan atau kesepakatan dengan orang lain. Motif berafiliasi muncul karena secara riil orang mempunyai berbagai macam

kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus. Seseorang menyadari bahwa dalam kehidupan sehari-harinya, dirinya menjadi perantara satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuannya (Pribadi, Pratiwi, & Brotowidagdo, 2023). Woodworth dan Marquis bahwa psikologi mempelajari aktivitas-aktivitas individu, aktivitas disini aktivitas motorik, kognitif, maupun emosional (Walgito, 2010). Perilaku atau aktivitas dalam pengertian yang luas meliputi perilaku yang nampak dan juga perilaku yang tidak nampak. Motif psikologi adalah dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Remaja mempunyai dorongan atau keinginan untuk mencari pertemanan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas internet yang berkembang secara pesat, yaitu *facebook*. Pengguna *facebook* sudah mendunia dan paling banyak diminati oleh semua golongan terutama para remaja. Kegiatan membuka atau menulis akun status menjadi ajang yang sudah umum dikalangan remaja. Sikap seseorang yang selalu menulis akun status timbul dari motif.

Hill berpendapat munculnya dorongan yang berujud motif itu dipengaruhi oleh beberapa hal: 1). Karakteristik budaya atau kebiasaan yang sudah diyakini kebenaran sehingga motif untuk dipenuhi oleh individu; 2). Intensitas komunikasi antara individu dengan obyek atau orang lain. Semakin intensif dan bermakna dan itu merupakan kebutuhan pokok manusia maka akan dipenuhi; 3). Tingkat kesulitan atau hambatan artinya apabila tingkat kesulitan dan hambatan itu tinggi, maka kemungkinan akan tertundanya pemenuhan motif itu atau bahkan tidak akan dipenuhi; 4). Tingkat urgensi artinya tingkat kepentingan atau mendesak tidaknya motif itu dipenuhi. Semakin mendesak maka motif itu dengan cepat akan dipenuhi; 5). Kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki seseorang dalam memenuhi motif itu; 6). Kesempatan atau peluang waktu yang dimiliki seseorang untuk memenuhi motif itu; 7). Konsep diri yang dimiliki seseorang sebagai dasar dalam kehidupan

sehari-hari dan pengalaman hidup (Pribadi, Pratiwi, & Brotowidagdo, 2023).

Orang yang mempunyai motif berafiliasi tinggi akan mempunyai dorongan untuk membuat hubungan dengan orang lain, karena berkeinginan untuk disukai. Seseorang mampu untuk memunculkan motif berafiliasinya, akan muncul suatu keseimbangan perilaku pada dirinya untuk mencoba agar disukai orang lain, masing-masing orang akan mencoba untuk menyesuaikan satu dengan yang lain. Menurut McClelland, motif afiliasi pada diri seseorang memungkinkan seseorang selalu membutuhkan kehadiran orang lain karena dengan kehadiran orang lain, seseorang dapat melakukan kerja sama dan membuat kesepakatan dengan orang lain dalam melakukan suatu pekerjaan. Hubungan pribadi dengan orang lain melekat dalam dirinya dan tertanam dalam pribadi yang dimanifestasikan dalam relasinya dengan orang lain (Pribadi, Pratiwi, & Brotowidagdo, 2023).

3 METODE PENELITIAN

Subjek yang didapatkan adalah 155 orang responden yang bersedia menjawab skala yang disebar, yaitu terdiri dari siswa di sebuah SMU di Surabaya sebanyak 103 responden, dan mahasiswa di sebuah perguruan tinggi di Surabaya sebanyak 52 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*, sehingga dengan menggunakan kriteria tersebut diperoleh 155 orang yang akan dijadikan sebagai subjek *try out* terpakai.

3.1 Variabel

Variabel Terikat : *Facebook Addiction* (X1)

Variabel Bebas : Narsisme (X1)

Variabel Bebas : Motivasi Afiliasi (X2)

1. Definisi Operasional

- a. FAD (*Facebook Addiction Disorder*) dalam penelitian ini adalah merupakan bagian dari kecanduan internet (*internet addiction*), yang

menggambarkan adanya dominasi perilaku dan pikiran yang tertuju pada *facebook* sehingga memodifikasi suasana hati seseorang dan meningkatkan jumlah aktivitasnya dalam mengakses *facebook*, serta mengakibatkan perasaan tidak menyenangkan ketika aktifitas mengakses *facebook* dihentikan atau tiba-tiba berkurang sehingga menyebabkan konflik dalam hubungan interpersonal. Kecanduan *facebook* dapat diartikan juga menghabiskan jumlah waktu yang berlebihan menggunakan *facebook*. Biasanya, hal tersebut mengakibatkan seseorang menggunakan *facebook* hingga mengganggu kegiatan penting dalam hidup, seperti pekerjaan, sekolah, atau hubungan dengan keluarga dan teman-teman yang nyata.

- b. Narsisme menjadi variabel bebas pada penelitian ini. Berdasarkan Kartono (1989), Narsisme atau Narsistik adalah perasaan superior, *extrem self-importance* dan perhatian serta cinta diri yang berlebih-lebihan. Menganggap diri sendiri paling pandai, paling hebat, paling ayu, paling berkuasa, paling segala-galanya. Dengan begitu, dia menganggap tidak perlu menenggang perasaan orang lain (Riadi, 2021)
 - c. Berdasarkan McClelland (1974), Motivasi Afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. Secara umum motivasi afiliasi adalah dorongan untuk mencari teman ataupun relasi sosial (Rinjani & Firmanto, 2013).
2. Alat Pengukuran
- Skala-skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *facebook addiction* dibuat dalam 48 pertanyaan, skala Narsisme dibuat dalam 48

pernyataan, skala motivasi afiliasi dibuat dalam 48 pernyataan. butir-butir skala dibuat dalam bentuk *favorable* dan *unfavorable*. Adapun penskoran dalam penelitian ini menggunakan model likert (Azwar, 1997). Pada *item favorable* untuk jawaban Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Kurang Sesuai (KS), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Setelah melalui uji diskriminasi *item* didapatkan skala yang sah untuk *facebook addiction* tersisa 34 item, skala Narsisme tersisa 16 item, skala motivasi afiliasi tersisa 28 item.

Untuk *Facebook Addiction*, hasil reliabilitas ditunjukkan dari harga Cronbach's Alpha = 0,892 untuk 34 *item* valid. Skala Narsisme, hasil reliabilitas ditunjukkan dari harga Cronbach's Alpha = 0,750 untuk 16 *item* valid. Dan untuk Skala Motivasi Afiliasi, hasil reliabilitas ditunjukkan dari harga Cronbach's Alpha = 0,846 untuk 28 *item* valid

3.2 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan alasan karena pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu narsisme dan motivasi afiliasi, serta satu variabel tergantung yaitu *facebook addiction*. Jadi analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara narsisme dan motivasi afiliasi dengan *facebook addiction*.

Data yang diperoleh nantinya akan dikumpulkan dan direduksi kemudian disajikan menjadi informasi yang selanjutnya menjadi bahan untuk penarikan kesimpulan yang meliputi berbagai jenis keterangan, tabel dan perhitungan. Untuk mempermudah perhitungan maka menggunakan program SPSS versi 17. Sebelum dilaksanakan analisis data dengan Anareg dilakukanlah uji prasyarat atau uji asumsi yaitu normalitas sebaran, linieritas hubungan dan kolinieritas.

3.3 Uji asumsi

a. Normalitas Sebaran

Uji ini bertujuan untuk mengetahui semua variabel yang diukur, apakah mengikuti hukum sebaran normal (*normal distribution*) baku atau tidak. Model statistik uji normalitas sebaran menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal tidaknya sebaran adalah $p > 0,05$, maka sebarannya dinyatakan normal, dan jika $p < 0,05$ maka sebenarnya dinyatakan tidak normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas sebaran menggunakan bantuan program SPSS versi 17 *for Windows*, terdapat uji normalitas sebaran menunjukkan harga koefisien Z Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,808 pada $p = 0,531$ untuk variabel Narsisme; 0,664 pada $p = 0,770$ untuk variabel Motivasi Afiliasi dan 0,827 pada $p = 0,502$ untuk variabel *Facebook Addiction*. Oleh karena seluruh variabel memiliki harga $p > 0,05$, maka seluruh variabel dinyatakan memiliki sebaran score yang NORMAL.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Uji Normalitas Sebaran

	X1_ Narsisme	X2_ Afiliasi	Y_ FAD
Kolmogorov-Smirnov Z	.808	.664	.827
Asymp. Sig. (2-tailed)	.531	.770	.502

b. Linieritas Hubungan

Uji linieritas hubungan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji linieritas hubungan dilakukan antara variabel narsisme dan motivasi afiliasi terhadap *facebook addiction*. Dalam pelaksanaan uji linieritas ini menggunakan pendekatan Analisis Varian (Anova). Kaidah yang dipakai jika $p < 0,05$ maka hubungan linier, tetapi jika $p > 0,05$ maka hubungan tidak linier.

Berdasarkan pada hasil uji linieritas hubungan dengan menggunakan bantuan

program SPSS versi 17 *for Windows* didapat uji linieritas hubungan antara X1 (Narsisme) dengan Y (*Facebook Addiction*) menunjukkan harga $F = 8,638$ pada $p = 0,004$ ($p < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan antara kedua variabel memenuhi kaidah LINIERITAS hubungan.

Sementara itu, Berdasarkan pada hasil uji linieritas hubungan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17 *for Windows* didapat uji linieritas hubungan antara X2 (Motivasi Afiliasi) dengan Y (*Facebook Addiction*) menunjukkan harga $F = 1,314$ pada $p = 0,254$ ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara kedua variabel TIDAK memenuhi kaidah LINIERITAS hubungan.

c. Uji Kolinieritas

Uji kolinieritas hubungan antar sesama variabel independen dalam penelitian ini, yakni kolinieritas antara variabel Narsisme (X1) dan variabel Motivasi Afiliasi. Kedua variabel independen ini diharapkan tidak memiliki korelasi yang tinggi di antara keduanya. Artinya di antara variabel tipe Narsisme (X1) dan variabel Motivasi Afiliasi (X2) tidak memiliki koefisien korelasi yang tinggi.

Cara yang digunakan untuk uji kolinieritas adalah dengan membandingkan nilai Varian Inflation Factor (VIF). Apabila $VIF < 2$, berarti antar variabel X ini tidak terjadi kolinieritas.

Berdasarkan pada hasil uji kolinieritas hubungan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17 *for Windows* didapat uji kolinieritas hubungan ditunjukkan dari harga VIF sebesar 1,002 yang berarti < 2 . Sehingga dikatakan antar variabel X dalam penelitian ini tidak terjadi kolinieritas.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Kolinieritas Hubungan

Variable	F	P Value	Interpretasi
Narsisme (X1)	8,638	0,004	Linier

Motivasi Afiliasi (X2)	1,314	0,254	Tidak Linier
------------------------	-------	-------	--------------

3.4 Teknik Analisis

Berdasarkan skala yang dibuat untuk mengukur apakah responden yang tersedia termasuk mengalami *facebook addiction*. Selanjutnya di tes apakah responden yang mengalami *facebook addiction* disebabkan oleh motivasi afiliasi yang tinggi ataukah karena dapat narsisme di dalam diri responden. Terdapat juga kemungkinan bahwa responden memiliki narsisme dan motivasi afiliasi yang tinggi atau tidak keduanya.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji Kolinieritas

Variable	VIF	Interprestasi
Narsisme (X1)	1,002	Tidak Terjadi Kolinieritas
Motivasi Afiliasi (X2)	1,002	Tidak Terjadi Kolinieritas

Penelitian ini bersifat korelasional yang mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor yang berkaitan dengan variasi-variasi pada suatu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasinya.

Teknik analisis menggunakan Regresi, yaitu untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas. Adapun kriteria pengujian terhadap hipotesis ini menggunakan kaidah sebagai berikut :

- a. Jika $p \leq 0.010$, maka sangat signifikan.
- b. Jika $p \leq 0.050$, maka signifikan.
- c. Jika $p > 0.050$, maka tidak signifikan

Teknik analisis untuk uji hipotesis ini adalah dengan menggunakan model analisis Regresi Berganda. Tujuan dari penggunaan teknik ini untuk mengetahui nilai dan kuatnya hubungan antara variabel Narsisme dan variabel Motivasi Afiliasi dengan variabel *Facebook Addiction*

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penggunaan teknik uji Regresi Berganda bertujuan untuk mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yaitu melibatkan suatu variabel bebas (*independent variable*), yang digunakan sebagai alat untuk memprediksi besarnya nilai variabel terikat (*dependent variable*). Untuk itulah, pada pengujian ini peneliti memasukkan seluruh jumlah yang terdapat dalam distribusi skor jawaban yang sudah dianggap valid pada skala *Facebook Addiction* (Y) maupun pada skala Narsisme (X1) dan skala Motivasi Afiliasi (X2).

Seluruh sumber data berupa *numeric* tersebut selanjutnya diolah ke dalam teknik pengujian Regresi Berganda dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 17 for Windows. Dari pengolahan data tersebut telah dihasilkan perincian sebagai berikut

1. Dari hasil penghitungan data yang didapatkan dalam proses penelitian, maka pada tahap uji hipotesis dengan menggunakan teknik Regresi Berganda, maka harga koefisien $F = 5,207$ pada $p = 0,006$. Oleh karena $p < 0,01$, maka sekaligus menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara Narsisme dan Motivasi Afiliasi dengan *Facebook Addiction*. Hal ini secara jelas menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Pada tabel *Coefficients* dari oleh data menggunakan model Regresi Berganda, telah dihasilkan output sebagai berikut
 - a) Berdasarkan korelasi parsial, telah diperoleh bahwa harga *partial correlation* sebesar 0.237 pada $p = 0,003$, karena taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka hipotesis di terima. Artinya ada hubungan positif antara narsisme dengan *facebook addiction*, semakin tinggi perilaku narsisme, akan semakin tinggi pula *facebook*

- addiction*. Maka hipotesis kedua diterima
- b) Berdasarkan korelasi parsial, telah diperoleh bahwa harga *partial correlation* sebesar 0.106 pada $p = 0,190$, karena taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada hubungan antara motivasi afiliasi dengan *facebook addiction*. Maka hipotesis ketiga ditolak.
3. Berdasarkan hasil uji yang terdapat pada tabel R^2 (R Square) telah diperoleh harga R^2 sebesar 0,064, yang memberikan informasi bahwa prosentase sumbangan kedua variabel bebas (Narsisme dan Motivasi Afiliasi) terhadap variabel tergantung (*Facebook Addiction*) sebesar 6,4 %, artinya masih ada banyak variabel lain sebesar 93,6 % yang dapat mempengaruhi variabel tergantung (*Facebook Addiction*).

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Narsisme memiliki hubungan dengan *Facebook Addiction* terhadap remaja usia 15-21 tahun dengan responden dari remaja-remaja di Surabaya. Hal tersebut mendukung penelitian yang dilakukan Buffardi & Campbell (2008), yang membuktikan bahwa laman profil di situs jejaring sosial *facebook* bisa mengungkap narsisme seseorang, yang menggunakan responden dengan batasan usia 18 s/d 23 tahun di Amerika.

Para peneliti mengatakan bahwa jumlah pesan dan postingan di halaman 130 pengguna *facebook* sangat berkorelasi dengan seberapa narsisnya mereka. Buffardi (2008), menyatakan bahwa ini setara dengan seberapa narsisnya mereka di dunia nyata. Orang yang narsis di *facebook* bisa ditandai dengan tampilan yang *glamour* pada foto diri utama mereka. Di studi terdulu, ilmuwan menemukan bahwa halaman personal Web sangat populer di kalangan kaum narsis, namun bukan berarti semua pengguna *facebook* adalah narsis. Ditemukan, bahwa orang narsis bisa jadi terlihat sangat menarik,

narsis bisa diarahkan ke hal yang positif jika ditujukan kepada kegiatan dan hal-hal yang positif, biasanya orang-orang ini tergolong kreatif.

Untuk menarik perhatian para teman-temannya di *facebook*, tak jarang mereka mem-posting ataupun meng-upload photo-photo yang dibuat sedemikian rupa menarik perhatian, agar mendapatkan balasan komentar maupun *like*.

Saat berinteraksi dengan orang lain, tentunya manusia tidak dapat menghindari untuk mengungkapkan dirinya pada orang lain. Sungguhpun mereka mencoba untuk membatasi apa yang diungkapkan, tapi tetaplah akan bercerita sedikit tentang dirinya, bahkan walaupun mereka meyakini bahwa tak akan membohongi orang tentang siapa sesungguhnya dirinya, dalam kenyataannya tetap berusaha membentuk atau mengelola kesan.

Pada saat ini, individu melakukan suatu proses dimana dia akan menseleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya. Manusia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya.

Ketika individu dihadapkan pada sebuah sarana yang dapat digunakan untuk menampilkan dirinya, Orang akan berusaha untuk memberi kesan dengan prestasi mereka. Melebih-lebihkan tentang kemampuan diri dapat beresiko mereka dianggap sombong, dan tidak dapat dipercaya. Menyadari masalah ini, cara yang digunakan adalah tidak langsung sehingga memungkinkan orang lain sampai pada kesimpulan bahwa dia adalah orang yang penting, orang yang cantik/tampan, orang yang hebat dan sebagainya. Perilaku ini lebih tepat dikatakan sebagai promosi diri (*self-promotional*) dalam bentuk ekspresi perilaku secara narsistik.

Hubungan antara Motivasi Afiliasi dan *Facebook Addiction* dalam penelitian ini tidak ditemukan hubungan yang berarti. Hal ini mencerminkan bahwa remaja-remaja yang berada di populasi saat penelitian dilakukan, motivasi untuk hubungan pertemanan tidak

menyebabkan mereka mengalami ketergantungan pada *facebook*, sehingga penelitian ini tidak dapat mendukung penelitian yang dilakukan Yoseptian (2012), yang menemukan bahwa kebutuhan afiliasi remaja dalam penelitian ini mempengaruhi keterbukaan diri mereka ketika menggunakan *facebook*. Remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan semakin cenderung melakukan perilaku keterbukaan diri ketika menggunakan *facebook* melalui berbagai fiturnya. Begitu pula dengan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Pribadi, Pratiwi dan Brotowidagdo (2023) yang menunjukkan bahwa remaja memiliki dan menggunakan akun *facebook* dengan motif afiliasi terbesar adalah untuk berteman dan mencari informasi yang digunakan untuk semakin memperluas jaringan pertemanannya, sedangkan motif afiliasi terkecil adalah untuk mendapatkan perhatian orang lain (Pribadi, Pratiwi, & Brotowidagdo, 2023). Hal tersebut terjadi karena di perkirakan adanya pergeseran pola perilaku pada pengguna *facebook* untuk tidak sekedar memenuhi kebutuhan afiliasinya, tetapi lebih banyak untuk promosi diri (*self-promotional*) dalam bentuk ekspresi perilaku secara narsistik pada rata-rata subjek di dalam sample penelitian ini.

Asumsi dari peneliti bahwa pada penelitian ini telah menggunakan skala *facebook addiction*. sedangkan penelitian sebelumnya tentang motivasi afiliasi hanya sebatas penggunaan *facebook*. Maka dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa narsisme berhubungan dengan *facebook addiction*, dan motivasi afiliasi tidak berhubungan dengan *facebook addiction*.

Lebih lanjut lagi dapat disimpulkan bahwa jika subjek memiliki narsisme maka akan berpeluang besar mengalami *facebook addiction*, sedangkan subjek yang bermotivasi afiliasi tinggi tidak akan menyebabkan terjadinya *facebook addiction*.

Sumbangan efektif yang hanya 6,4% menunjukkan adanya variabel-variabel lain yang lebih berperan dalam terbentuknya perilaku adiksi pada *facebook*. Variabel lain tersebut terjadi karena ketergantungan pada

facebook tidak hanya sebagai sarana untuk hubungan pertemanan, tetapi sudah berkembang fungsi antara lain sebagai sarana Toko *Online*, *Pages* yang lebih banyak berperan dalam dorongan motif-motif ekonomi. Motif ekonomi akan lebih banyak dipengaruhi oleh motivasi untuk berprestasi yang berhubungan erat dengan pekerjaan, ataupun mengarahkan tingkah laku pada usaha untuk mencapai prestasi tertentu.

Penggunaan *facebook* telah menjamur dan menyatu dengan kebutuhan sehari-hari. Jejaring sosial seperti *facebook* banyak digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi keperluan akademis untuk kalangan pelajar maupun saran untuk berbisnis online. Dampak negatif dari fasilitas di *facebook* seperti penyebaran foto-foto yang tidak sopan atau pornografi akan dipengaruhi juga oleh suatu dorongan tersendiri dalam perilaku manusia.

5 SIMPULAN

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan para ahli dari University Georgia, Amerika, yaitu Buffardi & Campbell (2008), menyebutkan bahwa laman profil di situs jejaring sosial *facebook* bisa mengungkap narsisme seseorang.

Ada hubungan positif yang signifikan antara variabel Narsisme dan Motivasi Afiliasi dengan variabel *Facebook Addiction*. Secara parsial variabel Narsisme memiliki hubungan positif yang sangat signifikan dengan *Facebook Addiction*, tetapi variabel Motivasi Afiliasi tidak berhubungan dengan *Facebook Addiction*. Dapat disimpulkan bahwa sifat narsisme dan motivasi afiliasi pada remaja secara bersamaan mendukung terbentuknya perilaku *facebook addiction*. Jika subjek memiliki narsisme yang tinggi maka akan berpeluang besar mengalami *facebook addiction*, sedangkan subjek yang bermotivasi afiliasi tinggi tidak akan menyebabkan terjadinya *facebook addiction*. Hal ini diwakili dengan ciri-ciri perilaku yang diolah dalam penyusunan skala. Perbaikan dan penambahan penulisan item-item skala yang valid atau reliable di penelitian

selanjutnya akan lebih memperkuat validitas dan reabilitas penelitian. Adapun secara terpisah atau parsial yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa remaja mengalami *facebook addiction* bukan karena sekedar mencari teman, tetapi karena mereka lebih tertarik untuk memamerkan pribadinya atau dapat dikatakan kecenderungan untuk bersifat narsistik.

Perilaku narsisme tersebut bisa dilihat di status yang di post, foto-foto yang diunggah, maupun komentar-komentar yang disampaikan di status temannya. Narsisme pada *facebook* dapat ditangkap sebagai perilaku *self promotional*. Berdasarkan penelitian ini dilihat dari faktor geografis dan budaya antara Surabaya, Indonesia dan Georgia, Amerika, ternyata ada kesamaan reaksi psikologis terhadap *facebook* dalam bentuk narsisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, C. S., Torbjørn, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*(2). <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*(10), 1303-1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Davison, G. C., Neale, J. M. (2012). *Psikologi abnormal edisi ke-9*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Faktor Penyebab dan Ciri-Ciri Sikap Narsistik*. (2013). Duniapsikologi.com. <http://www.duniapsikologi.com/faktor-penyebab-dan-ciri-ciri-sikap-narsistik/>
- Pribadi, A. S., Pratiwi, M. M. S., & Brotowidagdo, R. (2023). Motif afiliasi pengguna aktif facebook. *Proyeksi: Jurnal Psikologi, 6*(2), 50-57. <https://doi.org/10.30659/p.6.2.50-57>
- 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>
- Riadi, M. (2021). *Narsistik (Pengertian, Aspek, Ciri, Jenis dan Faktor yang Mempengaruhi)*. KAJIANPUSTAKA. <https://www.kajianpustaka.com/2021/08/narsistik.html>
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, 1*(1), 76-85.
- Sofiah, S., Omar, S. Z., Bolong, J., Osman, M. N. (2011). Facebook addiction among female university students. *Revista De Administratie Publica Si Politici Sociale, 3*(7), 95.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum (Kelima)*. CV. Andi Offset.
- Walker, L. (2013). *Facebook Addiction Definition: Excessive Time on Facebook*. About.Com. <http://personalweb.about.com/od/facebookculture/g/facebook-addiction-definition.htm>
- Yoseptian. (2012). *Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri pada Remaja Pengguna Facebook*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Young, K. S., & Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. *Cyberpsychology & behavior, 1*(1), 25-28. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>