

**MOTIF AFILIASI DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN  
JEJARING SOSIAL PADA REMAJA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata  
Satu (S1) Psikologi (S.Psi)



Konitatul Munawaroh  
J91214112

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Motif Afiliasi Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Pada Remaja” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 13 Juli 2018



Konitatul Munawaroh

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**MOTIF AFILIASI DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN  
JEJARING SOSIAL PADA REMAJA**

Yang disusun oleh  
Konitatul Munawaroh  
J91214112

Telah disetujui untuk diajukan pada sidang skripsi

Surabaya, 13 Juli 2018

Dosen Pembimbing



**Rizma Fithri, S.Psi, M.Si**  
NIP.197403121999032001

**SKRIPSI**

**MOTIF AFILIASI DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN  
JEJARING SOSIAL PADA REMAJA**

Yang disusun oleh  
Konitatul Munawaroh  
J91214112

Telah dipertahankan di depan Tim penguji  
Pada tanggal 24 Juli 2018



Mengetahui :  
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag  
NIP. 197209271996032002

Susunan Tim Penguji  
Penguji I / Pembimbing

Rizma Fithri, S.Psi, M.Si  
NIP. 197403121999032001

Penguji II

Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M. Psi, Psikolog  
NIP. 197711162008012018

Penguji III

Nailatin Fauziah S. Psi, M. Si  
NIP. 197406122007102006

Penguji IV

Drs. H. Hamim Rosyidi, M.Si  
NIP. 196208241987031002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : KONITATUL MUNAWAROH  
NIM : J91214112  
Fakultas/Jurusan : PSIKOLOGI dan Kesehatan / PSIKOLOGI  
E-mail address : konitamunawaroh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

MOTIF AFILIASI DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN  
JEJARING SOSIAL PADA REMAJA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Konitatul Munawaroh)

nama terang dan tanda tangan

















## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Salah satu kebutuhan manusia adalah berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis, menyangkut hubungan antara orang per orang, antara kelompok-kelompok manusia. Interaksi sosial juga dilakukan oleh remaja dalam bermasyarakat atau hubungan pertemanan apabila terdapat kontak sosial dan komunikasi yang dapat terjadi tanpa harus menyentuh atau bertemu langsung dengan seseorang (Aridarmaputri, 2016).

Schacter (dalam Ahyana, 2007) menyatakan bahwa ada dua alasan mengapa orang tertarik satu sama lainnya. Alasan yang pertama adalah karena di dalam kehidupan sehari-hari orang memperantai satu sama lainnya untuk mencapai tujuannya, maka dari itu orang berhubungan dengan orang lain, atau masuk dalam satu kelompok untuk mencapai tujuannya. Alasan yang lain ialah bahwa dengan hubungan dengan orang lain orang dapat saling memberikan pemuasan, karena ada kebutuhan-kebutuhan orang yang hanya dapat dipuaskan melalui hubungan interpersonal.

Hakekatnya manusia tidak dapat hidup sendiri, karena orang memang mempunyai kebutuhan untuk hidup bersama orang lain. Walaupun intensitas kebutuhan tersebut berbeda-beda bagi tiap-tiap orang. Kebudayaan, nilai-nilai

yang berlaku, maupun kebiasaan-kebiasaan sangat berpengaruh terhadap kebutuhan ini. Ada kebudayaan-kebudayaan tertentu yang menilai tinggi kebutuhan berafiliasi, akan tetapi ada pula yang menilai kebutuhan tersebut sedang-sedang saja. Dalam masyarakat yang menilai tinggi motif berafiliasi, motif ini akan lebih berkembang daripada dalam masyarakat yang tidak begitu menilai tinggi motif tersebut.

Atkinson (dalam Martani'ah, 1984) mendefinisikan motif berafiliasi sebagai motif yang mendorong pembentukan dan pertahanan hubungan yang positif dan berafeksi dengan orang lain, dengan keinginan untuk disukai dan untuk diterima. Jadi menurut Atkinson orang yang mempunyai motif berafiliasi yang tinggi, mempunyai dorongan untuk membuat hubungan dengan orang lain, karena ada keinginan untuk disukai dan untuk diterima, dan akan selalu berusaha supaya hubungan tersebut tetap ada.

Menurut Mc Clelland (1987) motif afiliasi yang kuat mempunyai keinginan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain. Keinginan untuk membangun hubungan persahabatan diiringi dengan mencari persetujuan dengan orang lain dan menghindari konflik. Mc Clelland mengemukakan karakteristik individu dengan motif afiliasi yang kuat, di antaranya adanya tampil lebih baik jika ada insentif yang mengarah pada afiliasi, mempertahankan hubungan, kerjasama, konformitas, dan menghindari konflik, tingkah laku kepemimpinan yang kurang serta rasa takut akan penolakan.

Dorongan untuk berafiliasi muncul disebabkan karena manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus, seseorang menyadari bahwa dalam sebuah kehidupan sehari-hari, dirinya tidak mungkin dapat terlepas dengan orang lain. Dengan adanya hubungan satu manusia dengan manusia lainnya akan menumbuhkan rasa kebersamaan yang kuat, sehingga dapat saling memberikan kepuasan satu sama lain (Yola, 2011).

Houston (dalam Tandun, 2009) setiap manusia belajar motif untuk berafiliasi melalui pengalaman pembelajarannya sendiri. Karena pengalaman bayi diberi makan, dibersihkan, menggelitik, sentuhan hangat, dan bentuk-bentuk positif lainnya dalam memelihara kehadiran manusia lain, manusia lain mungkin menjadi rangsangan positif melalui pengkondisian klasik. Demikian juga karena tindakan kita yang menyebabkan kita berada dalam kehadiran orang lain untuk tersenyum, mengulurkan tangan bayi untuk memeluk, dan sejenisnya sering mengakibatkan hasil yang menyenangkan kemudian perilaku afiliasi cenderung positif diperkuat.

Masa remaja merupakan periode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, melibatkan perubahan biologis, kognitif dan sosial. Perubahan biologis ditandai dengan pertumbuhan tinggi badan, perubahan hormonal dan kematangan organ seksual yang ditandai dengan pubertas (Santrock, 2007). Pada masa remaja, seseorang memang merasa lebih

senang untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman sepermainan dan meningkatnya minat remaja terhadap relasi interpersonal (Santrock, 2007).

Menurut Monks, Knoers, & Haditono (2001) Pada masa remaja akan cenderung lebih suka menjalin hubungan dengan temannya (*peer group*). *Peer group* merupakan sumber dari afeksi, simpati, *understanding*, nilai-nilai moral. Selain itu, remaja juga belajar tentang kemandirian dan kebebasan ketika mereka berada didalam sebuah situasi bersama *peer group*nya. Saat usia inilah remaja juga lebih lekat bersama teman mereka bila dibandingkan dengan orang tua mereka. Ini dikarenakan remaja lebih mengandalkan teman mereka dalam urusan *intimacy* dan *support* (Papalia, 2007). Tentu saja, remaja juga perlu berkomunikasi agar hubungannya dengan individu lain tetap terjaga. Remaja yang sedang dalam fase pengembangan hubungan dengan teman sebaya, menunjukkan adanya kebutuhan untuk berintegrasi sosial atau membangun hubungan dengan orang lain dari diri tiap-tiap remaja.

Menurut Munandar (dalam Rinjani, 2013) remaja dengan kebutuhan untuk berafiliasi yang tinggi ialah remaja yang berusaha mendapatkan persahabatan. Mereka ingin disukai dan diterima oleh orang lain. Mereka lebih menyukai situasi-situasi yang kooperatif dari situasi yang komperatif, dan sangat menginginkan hubungan-hubungan yang melibatkan saling pengertian dalam derajat yang tinggi. Mereka akan berusaha menghindari konflik.

Menurut Sullivan ( dalam Santrock, 2003) para remaja yang tidak mampu berafiliasi dengan baik merasakan perasaan yang kesepian, lebih



depresi dan tegang, serta mereka memiliki harga diri yang lebih rendah dibandingkan mereka yang mampu berafiliasi dengan baik.

Menurut Rinjani (2013) remaja yang memiliki motif afiliasi yang tinggi, maka remaja tersebut akan lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima oleh orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, serta mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain.

Menarik untuk kemudian meneliti motif afiliasi pada remaja. Hal ini dikarenakan motif afiliasi individu berada pada titik tertinggi ketika ia berada pada usia remaja (Santrock, 2007). Terdapat beberapa cara yang remaja bisa lakukan guna memenuhi kebutuhan tersebut. Remaja bisa menjalin relasi dengan cara berkomunikasi dengan orang lain tanpa ada batasan dan jarak waktu, sehingga mereka bisa lebih ekspresif dalam memenuhi motif afiliasinya (Lee, Soewondo, & Zulkaida, 2012).

Hasil survei mengenai motif afiliasi yang dilakukan oleh Mehrabian dan Ksionzky (dalam Martani'ah, 1984) menyatakan kebudayaan Timur menganggap afiliasi sebagai hal yang sangat penting. Misalnya saja di Indonesia gotong royong sangat dianjurkan, gotong royong adalah salah satu bentuk afiliasi. Dalam penjelasan pada survei terdahulu telah dikemukakan bahwa yang memotivasi orang Jepang untuk menuju kesuksesan adalah unsur afiliasi. Masyarakat Barat sebaliknya tidak begitu menilai tinggi afiliasi, sehingga motif berafiliasi tidak berkembang. Masyarakat Barat lebih

mengembangkan individualisme, kepercayaan terhadap diri sendiri, dan hubungan dengan orang lain hanya didasarkan pada kepentingan urusan (*zakerlij*) saja. Kalau orang Timur ditinjau dari pengelompokan Mehrabian dan Ksionzky, ia termasuk afiliator yang positif, sedangkan orang Barat termasuk afiliator yang ambivalen.

Menurut survei yang dilakukan Pribadi (2011) menyatakan bahwa selain berteman dengan kontak secara langsung, motif afiliasi lain yang muncul adalah bertegur sapa dan bercakap-cakap dengan orang lain. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi ternyata pada saat ini banyak individu yang mencari cara lain agar tetap berkomunikasi melalui dunia maya (online).

Menurut Hariyanti (dalam Sri, 2013) data Kementerian Komunikasi dan Informasi RI tahun 2011 menunjukkan terdapat 64% berkomunikasi melalui dunia maya di Indonesia adalah kelompok remaja, tingginya penggunaan tersebut dikalangan remaja menunjukkan bahwa begitu antusias dalam menggunakan media online untuk melakukan komunikasi. Kebutuhan untuk memiliki hubungan dengan orang lain pada umumnya tinggi ketika manusia berada pada tahap perkembangan remaja (Papalia, Olds, & Feldman, 2007).

Dari hasil *primary research* yang penulis lakukan pada 3 subjek remaja akhir di Universitas Islam Negeri Surabaya ( Inisial P, E, I) pada tanggal 24 Januari 2018 maka didapatkan hasil wawancara sebagai berikut: Pertama, wawancara ini dilakukan kepada P yang berusia 19 tahun bahwa P suka bersosialisai dan kenal dengan orang-orang baru. P selalu menjaga silaturrahi

dengan orang-orang yang sudah dikenalnya. dia lebih suka bersilaturahmi dengan cara bertemu langsung dari pada via dunia maya tetapi hal tersebut berbeda jika situasi dan keadaan yang tidak memungkinkan untuk bertemu.

Kedua, wawancara ini dilakukan kepada E yang berusia 19 tahun. E mengatakan bahwa dirinya tidak terlalu suka jika harus berada di tempat yang baru, berkenalan dengan orang-orang baru. Alasannya tidak begitu suka untuk bersosialisasi ini karena dia merasa kurang terlalu nyaman ada di suatu kelompok yang baru, selain itu juga dirinya merasa kurang percaya diri mungkin karena kurang terbiasa berada di kumpulan banyak orang. Meskipun dia kurang begitu suka untuk bersosialisasi, E selalu menjaga silaturahmi dengan teman / sahabat yang sdh dia kenal . cara E menjaga silaturahmi tersebut dengan menjaga komunikasi yang baik, saling membantu jika ada masalah dan jika ada yang membutuhkan. Jika teman yang tempat tinggalnya dekat dengan rumah, komunikasi dengan cara bertemu langsung, tetapi jika teman / sahabat yang rumahnya jauh, komunikasi lewat via dunia maya.

Terakhir, wawancara ini dilakukan kepada I yang berusia 19 tahun. I sangat suka untuk bersosialisasi, berada di tempat yang baru, dan kenal dengan orang-orang yang baru. I termasuk anak yang supel, ceria, dan suka bercanda. I mengatakan jika bersosialisasi tidak lepas dengan yang namanya interaksi, dan interaksi tidak lepas dari komunikasi. Jika untuk mempertahankan hubungan antara I dengan teman-temannya/sahabat/pacar, I selalu menjaga

komunikasi dengan baik dengan mereka. Baik komunikasi secara bertemu langsung maupun komunikasi via dunia maya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa motif afiliasi pada subjek tersebut berbeda-beda. Menurut P dan I, mereka sama-sama senang untuk bersosialisasi, mereka sama-sama senang bertemu dan kenal dengan orang baru. Jika sudah mengenal seseorang dan mereka merasa cocok dengan orang, dia akan berusaha untuk menjaga silaturahmi yang sudah ada dengan cara berkomunikasi yang baik, bisa komunikasi dengan bertatap muka atau komunikasi via dunia maya. Untuk menjaga silaturahmi dengan menjaga komunikasi yang baik dengan orang lain, E sependapat dengan P dan I untuk hal itu, yang membedakan adalah E kurang begitu suka untuk bersosialisasi dan kenal dengan orang-orang baru. Dia merasa jika dirinya kurang percaya diri dan kurang terbiasa berada dikumpulan orang banyak.

Dari berbagai hasil survei yang telah dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia menunjukkan bahwa motif afiliasi merupakan kebutuhan yang penting bagi manusia, khususnya pada masa remaja, remaja lebih banyak membutuhkan interaksi dengan orang lain untuk memperoleh pembandingan dirinya baik mengenai sikap, pendapat, pikiran atau yang lainnya yang berkaitan dengan pembentukan jati diri (Yoseptian, Soewondo, & Zulkaida, 2011).

Martaniah (1984), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motif afiliasi adalah kebudayaan, situasi yang bersifat

psikologik, perasaan adanya kesamaan. Pengaruh faktor-faktor persamaan dan kesamaan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam persamaan minat sosial dalam penggunaan jejaring sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kilamanca (2010) penggunaan situs jejaring sosial yang tinggi berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dari komunikator. Remaja yang gemar menggunakan situs jejaring sosial karena pemuasan kebutuhan komunikasi tercapai, sehingga intensitas penggunaannya tinggi, dapat diindikasikan memiliki tingkat motif afiliasi yang tinggi.

Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Yoseptian (dalam Rinjani, 2013) bahwa tingginya motif afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena pada masa ini remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial, serta pada masa ini tugas perkembangan remaja yaitu mempersiapkan karier ekonomi dan perkawinan. Saat ini melalui media situs jejaring sosial facebook, remaja dapat berkoneksi dengan jaringan sosial yang luas dan bisa terlihat dalam sebuah jaringan sosial sehingga membuat mereka menjadi dikenal oleh orang lain dan dapat berkembang menciptakan sebuah hubungan.

Membangun hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain dapat dilakukan dengan cara mempertahankan komunikasi. Di zaman modern seperti sekarang mendorong tingginya intensitas penggunaan jejaring sosial sebagai alat untuk berkomunikasi. Menurut Chapli (dalam Rinjani & Firmanto,

2013) Intensitas adalah suatu ukuran kuantitatif dari sebuah kegiatan yang dilakukan dan didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut berulang-ulang, seperti halnya saat berkomunikasi dengan menggunakan jejaring sosial. Jadi, intensitas penggunaan jejaring sosial adalah tingkatan seseorang menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Penggunaan jejaring sosial berkaitan dengan intensitas komunikasi yang dilakukan oleh pengguna jejaring sosial dalam melakukan interaksi dengan orang lain secara online, intensitas komunikasi merupakan keadaan, tingkatan atau ukuran lamanya kejadian komunikasi (Devito, 1997). Intensitas komunikasi ditandai dengan adanya frekuensi berkomunikasi yang terkait dengan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan aktivitas komunikasi, durasi yang digunakan untuk berkomunikasi terkait dengan lamanya waktu yang digunakan pada saat melakukan aktivitas komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Rinjani (2013) menunjukkan bahwa bahwa ada hubungan dengan arah positif dan sangat signifikan antara motif afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja. sumbangan efektif motif afiliasi terhadap intensitas mengakses facebook sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-







kebutuhan tersebut, serta data dan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

#### **E. KEASLIAN PENELITIAN**

Berikut ini adalah uraian mengenai beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan yang mendukung penelitian ini. Berfokus pada penggunaan jejaring sosial dan kebutuhan motif afiliasi, di antaranya sebagai berikut :

Penelitian Rinjani pada tahun 2013 yang berjudul “Motif afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja” dari fakultas psikologi universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian remaja usia 12-22 tahun yang memiliki akun facebook, dimana akun facebook mereka terhubung dengan akun facebook peneliti. Dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala dan dokumentasi. Menunjukkan hasil bahwa ada hubungan dengan arah positif dan sangat signifikan antara motif afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja.

Penelitian lain juga yang dilakukan Yoseptian (dalam Rinjani, 2013) yang berjudul “Hubungan Motif afiliasi Dengan Keterbukaan Diri Pada Remaja Yang Menggunakan Fitur Update Status Pada Situs Jejaring Sosial Facebook” dari fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik korelasi dan deskriptif sebagai teknik analisisnya, responden dalam penelitian ini sebanyak 148 remaja. Menunjukkan hasil

bahwa tingginya motif afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena pada masa ini remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial, serta pada masa ini tugas perkembangan remaja yaitu mempersiapkan karier ekonomi dan perkawinan.

Penelitian pribadi (2011) dengan judul “Motif Afiliasi Pengguna Aktif Facebook” dari fakultas psikologi Universitas Semarang. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa psikologi yang memiliki dan menggunakan akun facebook dengan karakteristik sebagai berikut : a) menggunakan situs ini lebih dari 1 tahun, dengan asumsi bahwa semakin lam menggunakan situs ini maka semakin banyak teman facebook mereka. b) paling aktif mengakses akun facebook-nya. c) mengakses status facebook dalam sehari lebih dari 2 kali dalam sehari. d) berada di usia 18-21. e) memiliki kemampuan komunikasi verbal yang baik. penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pengumpulan data yang digunakan adalah angket afiliasi pengguna facebook. Hasil penelitian 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.

Penelitian yang dilakukan oleh Eunji Lee (2015) dengan judul “*Pictures Speak Louder Than Words: Motivations For Using Instagram*” metode dalam penelitian ini menggunakan subjek penelitian ini yaitu pengguna Instagram berusia 20-39 tahun, menunjukkan hasil penelitiannya bahwa pengguna

Instagram memiliki lima motif sosial dan psikologis yang utama : interaksi sosial, pengarsipan, ekspresi diri, pelarian, dan melihat akun kepemilikan orang lain.

Hal yang sama juga dilakukan pada penelitian yang dilakukan oleh Al-Menayes (2015) dengan judul “*Motivations For Using Social Media: An Exploraty Factor Analysis*” metode dalam penelitian ini menggunakan subjek dengan usia peserta berkisar 18-31 tahun, 96% berkisar antara usia 18 sampai 25 tahun yang termasuk sebagai mahasiswa yang terdaftar dalam kursus di bidang studi media di sebuah Universitas negeri besar di Kuwait. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi sosial merupakan factor yang paling kuat dalam pengguna Instagram termotivasi untuk membangun dan memelihara hubungan hubungan sosial dengan orang lain.

Penelitian Putra (2015) mengenai “Hubungan Motif afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir” dari program studi psikologi fakultas Kedokteran Universitas Udayana. Penelitian ini menggunakan subjek penelitian orang remaja akhir yang berusia 18-21 tahun. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik sampling yang digunakan adalah *multistage cluster sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala motif afiliasi (21 item) dan skala intensitas penggunaan jejaring sosial twitter (2 item). Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variable motif afiliasi dan intensitas penggunaan jejaring sosial twitter tidak berbeda secara signifikan berdasarkan jenis kelamin

responden, namun berbeda secara signifikan berdasarkan usia dan lama kepemilikan akun twitter subjek.

Penelitian Aridarmaputri (2016), dengan judul “Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Motif afiliasi Remaja di Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat” metode penelitian ini menggunakan subjek penelitian adalah remaja di Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat. Subjek penelitian ini berjumlah 90 subjek. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh antara jejaring sosial dengan motif afiliasi remaja di program studi psikologi fakultas kedokteran Universitas Lambung Mangkurat. Disarankan bagi remaja hendaknya menggunakan jejaring sosial dengan cara yang tepat dan bijaksana sehingga membawa dal positif bagi perkembangan remaja.

Hill (1987) juga melakukan penelitian tentang motif afiliasi dengan judul “*Affiliation Motivation: People Who Need People But In Different Ways*” metode penelitian ini menggunakan 219 mahasiswa Psikologi. 100 peserta adalah laki-laki dan 119 perempuan. Penelitian ini menunjukkan hasil relasi yang relative berbeda dari keempat subskala untuk afiliasi maksudnya dalam situasi yang secara teoritis relevan pada dasarnya adalah didukung oleh hasil penelitian ini. Subskala dukungan emosional berkorelasi sampai tingkat tertinggi dengan orientasi menuju menerima pengurangan stres dan kenyamanan. Subskala Perhatian

terkait terutama dengan niat untuk berinteraksi dengan orang lain untuk mendapatkan pengakuan darinya. Perbandingan sosial subskala sangat terkait dengan niat untuk terlibat dalam sosial kontak berorientasi pada pengurangan ketidakpastian. Akhirnya, stimulasi positif berkolerasi paling tinggi dengan niat untuk memfasilitasi perasaan positif yang terkait dengan kontak interpersonal yang dekat dan bersahabat.

Sonia (2008) melakukan penelitian dengan judul "*Tasking Risky Opportunities in youthful Content Creation: Teenagers' Use Of Social Networking Sites For Intimacy, Privacy and Self-Expression*" menunjukkan hasil bahwa praktek jejaring sosial pada remaja untuk menemukan hubungan halus antara peluang dan resiko online. Sementara remaja yang lebih muda menikmati kesempatan untuk menciptakan gaya yang sangat gaul, penampilan diri, dan pencarian identitas diri. Remaja yang lebih tua lebih menyukai hubungan mereka dengan orang lain, sehingga mengungkapkan identitas hidup melalui hubungan otentik.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Boyd (2008) dengan judul "*Social Network Sites : Definition, History, and Scholarsip*" yang menunjukkan hasil bahwa sebagian besar situs jaringan sosial mendukung pemeliharaan jaringan yang sudah ada sebelumnya, namun yang lain membantu orang asing terhubung berdasarkan kepentingan bersama, pandangan poliyik, atau aktivitas. Situs juga bervariasi, sejauh mereka menggabungkan alat informasi dan komunikasi baru, seperti konektivitas seluler, blogging, dan foto/sharing video.

Terdapat macam-macam penelitian terdahulu yang berfokus pada penggunaan jejaring sosial ataupun motif afiliasi. Penulis sendiri tertarik untuk mengambil judul “Motif Afiliasi Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Pada Remaja”. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada tempat, waktu serta teknik analisis data yang akan digunakan. Penulis ingin meneliti remaja akhir yang sedang meneruskan pendidikan jenjang perkuliahan di Universitas Islam Negeri Surabaya dengan rentang usia 18-21 Tahun. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis komparasi *one way anova*.



berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan-tujuannya, kedua bahwa dengan berhubungan bersama orang lain, orang dapat saling memberikan pemuasan karena ada kebutuhan-kebutuhan tertentu yang hanya dapat dipuaskan melalui hubungan interpersonal.

Atkinson (dalam Martaniah, 1984) juga mendefinisikan motif berafiliasi sebagai motif yang mendorong pembentukan dan pertahanan hubungan yang positif dan berafeksi dengan orang lain, dengan keinginan untuk disukai dan untuk diterima. Jadi menurut Atkinson orang yang mempunyai motif afiliasi yang tinggi, mempunyai dorongan untuk membuat hubungan dengan orang lain, karena ada keinginan untuk disukai dan untuk diterima dan akan selalu berusaha supaya hubungan tersebut tetap ada.

McClelland (dalam Robbins, 2002) mendefinisikan motif afiliasi adalah hasrat akan hubungan persahabatan dan kedekatan antarpersonal. Motif afiliasi sebagai keinginan untuk meluangkan waktu dalam aktivitas dan hubungan sosial. Keinginan tersebut merupakan keinginan dasar untuk membentuk dan mempertahankan beberapa hubungan antarpribadi yang penting, positif dan bertahan lama. Individu yang mempunyai motif afiliasi yang tinggi menghabiskan lebih banyak waktunya untuk mempertahankan hubungan sosial, bergabung dengan kelompok-kelompok, dan selalu ingin dicintai. Individu akan sangat memperhatikan hubungan interpersonal yang dimilikinya, individu ini tidak terlalu suka mengatur orang lain sebaliknya akan lebih banyak menuruti kelompok sosialnya demi menjaga hubungannya.











c. Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)

Merupakan suatu kebutuhan individu untuk membina hubungan sosial dan mengurangi ketidakjelasan mengenai identitas diri dalam hubungan dengan orang lain dengan cara melakukan perbandingan dengan orang lain.

d. Perhatian (*Attention*)

Merupakan kebutuhan seseorang untuk diperhatikan dan dipuji sebagai rasa penghargaan atas kemampuannya dalam pergaulan, serta kebutuhan akan dorongan untuk membina hubungan sosial melalui persetujuan dan dukungan orang lain.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti lebih condong kepada pendapat McClelland (dalam Rinjani, 2013) bahwa individu yang memiliki motif afiliasi yang tinggi mempunyai aspek-aspek yaitu lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima oleh orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, dan mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motif Afiliasi

Martaniah (1984), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motif afiliasi adalah:

a. Kebudayaan.

Motif afiliasi sebagai kebutuhan sosial juga tidak luput dari pengaruh kebudayaan, nilai-nilai yang berlaku pada suatu tempat ataupun kebiasaan-kebiasaan. Dalam masyarakat yang menilai tinggi kebutuhan berafiliasi, akan

mengakibatkan pengembangan dan pelestarian kebutuhan tersebut, sebaliknya jika kebutuhan tersebut tidak di nilai tinggi, itu akan menipis dan tidak akan tumbuh subur.

b. Situasi yang bersifat psikologik.

Seseorang yang tidak yakin akan kemampuannya atau tidak yakin pendapatnya, akan merasa tertekan, rasa tertekan ini akan berkurang jika dilakukan perbandingan sosial. Kesempatan untuk meningkatkan diri melalui perbandingan dengan orang akan meningkatkan afiliasi, dan bila orang tersebut dalam perbandingan ini merasa lebih baik, ini akan lebih menguatkan sehingga menghasilkan afiliasi yang lebih besar. Keinginan untuk berafiliasi akan meningkat kalau orang dalam keadaan bimbang yang bertingkat sedang dan yang bertingkat tinggi.

c. Perasaan adanya kesamaan.

Pengaruh faktor-faktor persamaan dan kesamaan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam persamaan minat sosial. Dimana minat yang bersifat sosial bergantung pada kesempatan yang diperoleh seseorang untuk mengembangkan minat tersebut dan pada kepopulerannya dalam kelompok (Hurlock, 1980). Santrock (dalam Galuh, 2016) juga mengatakan bahwa pada masa remaja, seseorang memang merasa lebih senang untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman sepermainan dan meningkatnya minat remaja terhadap relasi interpersonal. Menurut Adler (Alwisol, 2009) minat sosial adalah sikap keterikatan diri dengan kemanusiaan secara umum, serta empati kepada









dan sering seseorang menggunakan internet dengan berbagai tujuan atau motivasi (Andarwati dan Sankarto, 2005). Itryah (2004) menyatakan intensitas penggunaan internet adalah tingkat keseringan atau frekuensi individu dalam menggunakan fasilitas internet di berbagai jaringan komputer atau warnet. Ada banyak situs yang dapat diakses melalui internet. saat ini, popularitas situs jejaring sosial di kalangan masyarakat meningkat. Boyd dan Ellison (2007) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun hubungan publik atau semi publik dalam bentuk profil pada sebuah sistem terikat, menelusuri daftar pengguna lain dengan siapa berkoneksi, dan menampilkan daftar hubungan pengguna serta daftar milik orang lain. Situs jejaring sosial mengizinkan penggunanya yang telah terdaftar untuk saling berhubungan dan berkomunikasi melalui halaman profil teman yang bisa dipilih oleh pengguna yang bersangkutan.

Situs jejaring sosial memiliki beragam fitur, namun pada umumnya tulang punggung situs jejaring sosial adalah memuat dan memperlihatkan profil penggunanya serta daftar teman yang juga merupakan pengguna dalam sistem tersebut. Profil dihasilkan dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada pengguna yang biasanya mencakup umur, lokasi tempat tinggal, dan deskripsi diri. Kebanyakan situs juga mendorong pengguna untuk menampilkan foto pada profil. Pengguna situs jejaring sosial dapat mengatur privasi terhadap visibilitas profil yang bervariasi menurut situs dan menurut kebijaksanaan pengguna. Visibilitas adalah salah satu cara utama situs jejaring sosial membedakan diri satu sama lain (Kilamanca, 2010).





perasaan adanya kesamaan. Pengaruh faktor-faktor persamaan dan kesamaan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam persamaan minat sosial. Dimana minat yang bersifat sosial bergantung pada kesempatan yang diperoleh seseorang untuk mengembangkan minat tersebut dan pada kepopulerannya dalam kelompok (Hurlock, 1980). Pada saat ini, minat sosial remaja lebih pada intensitas penggunaan jejaring sosial sebagai alat untuk berkomunikasi (Kilamanca, 2010).

Intensitas penggunaan jejaring sosial adalah tingkat keseringan atau frekuensi individu dalam menggunakan fasilitas jejaring sosial (Itryah, 2004). Situs jejaring sosial memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan dalam rangka pemenuhan kebutuhan komunikasi para pengguna, termasuk remaja. Sebagai contohnya pada sebagian situs jejaring sosial yang telah berkembang, terdapat fitur chatting yang dapat menghubungkan pengguna dengan teman yang telah terdaftar untuk bercakap-cakap, bertukar cerita, berbagi informasi, dan lainnya. Penggunaan situs jejaring sosial yang tinggi berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dari komunikator.

Remaja yang gemar menggunakan situs jejaring sosial karena pemuasan kebutuhan komunikasi tercapai, sehingga intensitas penggunaannya tinggi, dapat diindikasikan memiliki tingkat motif afiliasi yang tinggi. Hal ini juga dapat dianalogikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lansing dan Heyns (dalam Baron dan Byrne, 2004), yang menemukan bahwa individu menulis lebih banyak surat dan menelepon lokal lebih banyak. Berdasarkan penelitian tersebut dan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa adanya tingkat motif afiliasi yang tinggi dari tiap-tiap



Motif afiliasi adalah kebutuhan dimana seseorang lebih ingin untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain (Mc.Clelland dalam Robbins, 2002). Terdapat beberapa cara yang remaja bisa dilakukan guna memenuhi kebutuhan tersebut. Remaja bisa menjalin relasi dengan cara berkomunikasi dengan orang lain tanpa ada batasan dan jarak waktu, sehingga mereka bisa lebih ekspresif dalam memenuhi motif afiliasinya (Lee, Soewondo, & Zulkaida, 2012).

Remaja yang memiliki motif afiliasi yang tinggi, akan memiliki karakteristik yang positif, seperti akan tampil lebih baik jika ada intentif afiliasi, memperthankan hubungan, kerjasama, konformitas dan menghindari konflik, tingkah laku kepemimpinan kurang, rasa takut akan penolakan (Mc Clelland dalam Kilamanca, 2010).

Individu sebelum mencapai kepuasan pada motif afiliasi, tentunya juga dipengaruhi dari beberapa faktor. Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi motif afiliasi adalah faktor kebudayaan, situasi yang bersifat psikologik, perasaan adanya kesamaan terutama pada kesamaan minat sosial individu. Dimana minat yang bersifat sosial bergantung pada kesempatan yang diperoleh seseorang untuk mengembangkan minat tersebut dan pada kepopulerannya dalam kelompok (Hurlock, 1980).

Dorongan untuk berafiliasi muncul pada masa remaja disebabkan karena sebagai makhluk sosial, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus, seseorang menyadari bahwa dalam sebuah kehidupan sehari-hari, dirinya tidak mungkin dapat terlepas dengan orang lain.

Dengan adanya hubungan satu manusia dengan manusia lainnya akan menumbuhkan rasa kebersamaan yang kuat, sehingga dapat saling memberikan kepuasan satu sama lain (Yola,2011). Hubungan antara manusia tidak lepas dengan komunikasi, komunikasi berfungsi untuk menghubungkan dan mengajak orang lain untuk mengerti apa yang kita sampaikan (Sri, 2013). Pada saat ini komunikasi remaja lebih pada intensitas penggunaan jejaring sosial (Kilamanca, 2010).

Menurut Chapli (dalam Rinjani & Firmanto, 2013) Intensitas adalah suatu ukuran kuantitatif dari sebuah kegiatan yang dilakukan dan didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut berulang-ulang, seperti halnya saat berkomunikasi dengan menggunakan jejaring sosial. Jadi, intensitas penggunaan jejaring sosial adalah tingkatan seseorang menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi di zaman modern seperti sekarang mendorong tingginya intensitas penggunaan jejaring sosial untuk berkomunikasi (Putra, 2015). Penggunaan internet dan jejaring sosial adalah cara yang modern untuk memenuhi motif afiliasi dengan menggunakan media. Tingginya motif afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi remaja, untuk memenuhi kebutuhan akan interaksi sosial dan melaksanakan tugas perkembangan remaja yaitu mempersiapkan karir, ekonomi dan perkawinan (Laila, 2014). Sesuai dengan tugas perkembangannya remaja cenderung penasaran dan tertarik kepada lawan jenisnya (Hurlock, 1980).



Remaja pada akhirnya menggunakan jejaring sosial, karena adanya dorongan menemukan perhatian, persahabatan, dan cinta.

Remaja menggunakan jejaring sosial di latar belakang oleh kebutuhan remaja untuk kepopulerannya, dikenal oleh orang lain atau motif afiliasi (Laila, 2014). Remaja yang semakin intensif dalam menggunakan jejaring sosial untuk mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain akan meningkatkan kesempatan perkembangan hubungan interpersonal tersebut untuk menjadi lebih intim lagi.

Berdasarkan uraian diatas, menggambarkan bahwa kerangka teoritik pada penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Teoritik

### E. Hipotesis

Ada perbedaan antara intensitas penggunaan jejaring sosial tinggi, sedang, ringan pada motif afiliasi remaja.













*Sampling* adalah salah satu teknik random sampling dimana penentuan sample dengan cara memperhatikan unsur atau kategori yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2011).

### C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan skala likert. Skala adalah perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pertanyaan tersebut. Metode skala digunakan karena data yang ingin diungkap berupa konsep psikologis yang dapat diungkap secara tidak langsung melalui indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem (Azwar, 2010). Pada penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala motif Afiliasi dan skala intensitas penggunaan jejaring sosial. Skala motif afiliasi disusun dalam bentuk skala Likert dengan pernyataan-pernyataan yang terdiri atas dua macam, yaitu pernyataan yang favorable (mendukung atau memihak pada objek sikap), dan pernyataan yang unfavorable (tidak mendukungn objek sikap).

Tabel 1.

Skor skala Likert

<b>Kategori Jawaban</b>	<b>Favorable</b>	<b>Unfavourable</b>
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4







Selesai membuat skala, maka skala tersebut akan di uji cobakan pada mahasiswa yang berbeda, namun memiliki karakteristik subjek yang sama. Uji coba akan dilakukan kepada 50 mahasiswa dari berbagai Universitas. Hal ini dilakukan agar subjek uji coba dengan subjek penelitian nanti berbeda. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*). Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat penyajian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *professional judgement* (Azwar, 2013). Validitas skala tersebut akan menggunakan rumus *Content Validity Ratio* (CVR) dari Lowshe (Azwar, 2012). Dimana *Content Validity Ratio* (CVR) digunakan untuk mengukur validitas isi aitem-aitem berdasarkan data empirik.

Pengukuran validitas alat ukur juga dilakukan dengan menyeleksi aitem – aitem yang dianggap baik dengan menggunakan SPSS. Seleksi aitem dilakukan dengan melihat besarnya daya diskriminasi atau daya beda aitem. Menurut Azwar (1999) daya diskriminasi yang digunakan dalam menganalisis aitem yaitu  $> 0,30$ , tetapi daya diskriminasi ini dapat diturunkan menjadi  $> 0,25$  apabila aitem – aitem yang lolos daya diskriminasi  $> 0,30$  tidak mencukupi kuota yang diinginkan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan batas daya diskriminasi  $> 0,30$  dengan pertimbangan keterwakilan indikator dalam aitem alat ukur. Item yang memiliki skor daya diskriminasi item kurang dari  $0,30$ .







Tabel. 5.  
Distribusi Aitem Skala Motif Afiliasi Setelah Dilakukan *Try Out*

Aspek	Indikator	Nomer Item		Jumlah
		F	UF	
Lebih suka	Tidak menyukai kesendirian	2		2
bersama orang	Senang bekerjasama	5,6		2
lain daripada	Senang berkumpul bersama	9,10	11,12	4
sendirian	teman			
Sering	Ingin terus berhubungan dengan	13,14	15	3
berinteraksi	orang lain			
dengan orang lain	Keakraban dengan orang lain	17,18	19,20	4
Ingin disukai dan	Perhatian dari orang lain	21,22,23	26	4
diterima oleh				
orang lain	Penghargaan dari orang lain	27,28		2
Menyenangkan	Peduli dengan pendapat orang	31	34	2
hati orang lain	lain			
	Keinginan untuk menyenangkan	35,37	39,40	4
	teman			
Menunjukkan	Konformitas		43,44	2
dan memelihara				
sikap setia	Mendapatkan kepercayaan	46	47,48	3
terhadap teman				
Mencari	Selalu membutuhkan orang lain	49		1
persetujuan dan				
keepakatan	Dukungan dari orang lain	53,54,55		3
orang lain				
	<b>Total</b>			<b>35</b>

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas atau keterandalan adalah indeks-indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan atau uji reliabilitas harus dilakukan pada pertanyaan yang telah dimiliki atau memenuhi uji validitas, jika tidak memenuhi syarat uji validitas, maka tidak perlu diteruskan (Noor, 2011).

Tabel. 6.  
Reliabilitas Statistik *Try Out*

Skala	Cronbach's Alpha	Jumlah Aitem
Motif Afiliasi	.861	58

Dari hasil *try out* skala Motif Afiliasi yang dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil nilai koefisien reliabilitas skala Motif Afiliasi sebesar 0,861 di mana nilai tersebut dapat dinyatakan baik. Dikatakan reliabel karena nilai koefisien reliabilitas  $>0,60$ . Hal ini sesuai dengan pendapat Sevilla (1993) bahwa Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Reliabilitas yang  $< 0,60$  adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan reliabilitas dengan





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Subjek

Subjek dalam penelitian ini sebanyak 204 subjek yakni 75 subjek semester 2, 66 subjek semester 4, 63 subjek semester 6. Angket Intensitas Jejaring Sosial dan Skala Motif Afiliasi oleh peneliti disebar pada tanggal 7 Juli 2018. Berikut akan dijelaskan mengenai gambaran sampel berdasarkan jenis kelamin, dan usia:

##### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti mengelompokkan data responden berdasarkan jenis kelamin untuk mendapatkan manakah jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin. Berikut adalah gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin:

Table 7.  
Data responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-Laki	58	28%
Perempuan	146	72%
Total	204	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin dari 204 responden yang menjadi subjek dalam penelitian, diperoleh 58 responden laki-laki dengan persentase sebanyak 28% dan 146 responden perempuan dengan

persentase 72%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki.

## 2. Responden Berdasarkan Usia

Peneliti mengelompokkan data responden berdasarkan usia untuk mengetahui usia berapakah yang menjadi responden terbanyak pada penelitian ini. Dari hasil penyebaran skala terdapat 4 rentang usia responden, diantaranya 18, 19, 20 dan 21 tahun. Berikut gambaran umum subjek penelitian berdasarkan usia:

Table 8  
Data responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persen
18 tahun	47	23%
19 tahun	49	24%
20 tahun	57	28%
21 tahun	51	25%
Total	204	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat memberikan penjelasan bahwa data responden berdasarkan usia dari 204 responden yang menjadi subjek penelitian dari usia 18 tahun sebanyak 47 responden dengan persentase 23%. Usia 19 tahun sebanyak 49 responden dengan persentase 24%. Usia 20 tahun sebanyak 57 responden dengan persentase 28%. Dan usia 21 tahun sebanyak 51 responden dengan persentase 25%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 20 tahun.

## B. Deskripsi dan Reliabilitas Data

### 1. Deskripsi Data

Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui deskripsi suatu data seperti rata-rata, standard deviasi, varians, dan lain-lain. berdasarkan hasil analisis descriptive statistic dengan menggunakan program SPSS for windows versi 16.00 dapat diketahui skor minimum, skor maksimum, sum statistik, rata-rata, standard deviasi, dan varians dari jawaban subjek terhadap alat ukur sebagai berikut :

Tabel 9  
Deskripsi Statistik

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motif Afiliasi	204	143.00	211.00	1.7414E2	12.82127
Valid N (listwise)	204				

Pada tabel deskripsi statistik menggambarkan data sebagai berikut. Analisis penelitian pada variabel motif afiliasi dihasilkan N sebesar 204, dari 204 subjek nilai subjek terkecil (*minimum*) 143.00 dan nilai subjek terbesar (*maximum*) adalah 211.00, rata-rata (*mean*) dari 204 subjek adalah sebesar 174.14 dengan standar deviasi sebesar 12.82127.

Penggolongan subjek berdasarkan kategori intensitas penggunaan jejaring sosial yang dikode dengan nomor 1 untuk pengguna ringan, 2 untuk pengguna sedang, dan 3 untuk pengguna berat. dapat dilihat pada table berikut:

Table 10

Penggolongan subjek berdasarkan kategori intensitas penggunaan jejaring sosial

NO	RINGAN	SEDANG		BERAT
1	Subjek no.14	Subjek no.1	Subjek no100	Subjek no.6
2	30	2	101	23
3	65	3	103	29
4	79	4	104	55
5	85	5	105	93
6	86	7	106	102
7	88	8	107	113
8	120	9	108	144
9	121	10	109	170
10	133	11	110	204
11	136	12	111	
12	139	13	112	
13	140	15	114	
14	141	16	115	
15	150	17	116	
16	151	18	117	
17	152	19	118	
18	182	20	119	
19	183	21	122	
20	184	22	123	
21		24	124	
22		25	125	
23		26	126	





NO	RINGAN	SEDANG		BERAT
74		Subjek no.82	Subjek no.190	
75		83	191	
76		84	192	
77		87	193	
78		89	194	
79		90	195	
80		91	196	
81		92	197	
82		94	198	
83		95	199	
84		96	200	
85		97	201	
86		98	202	
87		99	203	



Selanjutnya mengenai deskripsi pada penggolongan subjek berdasarkan kategori intensitas penggunaan jejaring sosial akan lebih tergambar pada table ini:

Table 11  
Deskriptif Motif Afiliasi Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial

	N	Mean	95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	Upper Bound	Min.	Max.
			Std. Deviation	Std. Error				
<b>RINGAN</b>	20	1.0705E2	8.17232	1.82739	103.2252	110.8748	97.00	126.00
<b>SEDANG</b>	174	1.0985E2	9.41224	.71354	108.4422	111.2589	84.00	137.00
<b>BERAT</b>	10	1.1980E2	13.10471	4.14407	110.4255	129.1745	104.00	138.00
<b>Total</b>	204	1.1006E2	9.74507	.68229	108.7184	111.4090	84.00	138.00

Table diatas menunjukkan bahwa jumlah subjek yang diteliti adalah 204 subjek. Pada kategori pengguna ringan memiliki skor rata-rata 107.05, kategori pengguna sedang memiliki skor rata-rata 109.85, dan kategori pengguna berat memiliki skor rata-rata 119.80

Selanjutnya deskripsi data berdasarkan data demografi yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia, sebagai berikut.

Tabel 12

## Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin Subjek

Variabel	Jenis Kelamin	N	Rata-rata	Std. deviasi
Motif Afiliasi	Laki-laki	58	1.7198E2	12.80829
	Perempuan	146	1.7499E2	12.76930
Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial	Laki-laki	58	31.6034	9.80859
	Perempuan	146	34.4589	7.33638

Deskripsi data berdasarkan jenis kelamin subjek penelitian dapat diketahui banyaknya data yaitu 58 subjek berjenis kelamin laki-laki dan 146 subjek berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi dari variabel motif afiliasi terletak pada subjek berjenis kelamin perempuan dengan nilai rata-rata sebesar 174.99, sedangkan pada variabel intensitas penggunaan jejaring sosial nilai rata-rata terbesar juga terletak pada subjek perempuan yaitu sebesar 34.5.

Tabel 13

## Deskripsi data berdasarkan usia subjek

Variabel	Usia	N	Rata-rata	Std. deviasi
Motif Afiliasi	18 tahun	47	1.7660E2	12.92228
	19 tahun	49	1.7459E2	14.74777
	20 tahun	57	1.7281E2	12.25538
	21 tahun	51	1.7292E2	11.28511
Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial	18 tahun	47	34.5745	8.43838

19 tahun	49	33.6531	8.64232
20 tahun	57	35.5088	5.76666
21 tahun	51	31.6471	10.04156

Berdasarkan tabel deskripsi statistik menurut usia subjek dapat diketahui banyaknya kategori usia yaitu 47 subjek berusia 18 tahun, 49 subjek berusia 19 tahun, 57 subjek berusia 20 tahun, dan 51 subjek berusia 21 tahun. Selanjutnya dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi dari masing-masing variabel, bahwa nilai rata-rata tertinggi untuk variabel motif afiliasi ada pada subjek yang berusia 18 tahun dengan nilai rata-rata sebesar 176.6, sedangkan pada variabel intensitas penggunaan jejaring sosial nilai rata-rata tertinggi berada pada subjek yang berusia 20 tahun yaitu sebesar 35.5.

## 2. Reliabilitas Data

Uji reliabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 16.0, uji reliabilitas ini dilakukan berdasarkan item valid.

Tabel 14  
Reliabilitas Statistik

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Jumlah Aitem
Motif Afiliasi	0,882	35

Hasil uji reliabilitas variabel Motif Afiliasi diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,882 maka reliabilitas alat ukur adalah baik. variabel tersebut memiliki reliabilitas

yang baik, artinya aitem - aitem sangat reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini. Dikatakan sangat reliabel karena nilai koefisien reliabilitas  $> 0,60$ . Hal ini sesuai dengan pendapat Sevilla (1993) bahwa suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika nilai memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Reliabilitas yang  $< 0,60$  adalah kurang baik, sedangkan  $0,7$  dapat diterima dan reliabilitas dengan cronbach alpha  $0,8$  atau di atasnya adalah baik.

### C. Uji Prasyarat

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel apabila terjadi penyimpangan sejauh mana penyimpangan tersebut. Apabila signifikansi  $> 0.05$  maka dikatakan berdistribusi normal, begitu pula sebaliknya jika signifikansi  $< 0.05$  maka dikatakan berdistribusi tidak normal (Azwar, 2013).

Data dari variable penelitian diuji normalitas sebarannya dengan menggunakan program SPSS *for window* 16.00 yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Tabel 15  
Hasil Uji Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Motif Afiliasi	Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial
Subjek Penelitian		204	204
Normal Parameters <sup>a</sup>	Rata-Rata	1.1006E2	33.6471
	Standar Deviasi	9.74507	8.19305
Perbedaan Paling Ekstrim	Absolut	.095	.086
	Positif	.095	.054
	Negatif	-.075	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.363	1.229
Asymp. Sig. (2-tailed)		.049	.098

Dari hasil table diatas diperoleh nilai signifikansi untuk skala motif afiliasi sebesar  $0,049 > 0,05$  sedangkan nilai signifikansi untuk angket intensitas jejaring sosial sebesar  $0,098 > 0,05$ . Karena nilai signifikansi kedua alat ukur tersebut lebih dari  $0,05$  maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan model ini memenuhi asumsi uji normalitas.

## 2. Uji Homogenitas

Setelah uji normalitas, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi

sampel penelitian adalah homogen atau sebaliknya. Uji homogenitas varians kelompok menggunakan analisis varian (Anova) satu arah. Dengan kaidah yang digunakan untuk menguji homogenitas varians antar kelompok adalah jika signifikansi (*Significance level*)  $> 0.05$ , maka varian antar kelompok homogen, dan jika signifikansi (*Significance level*)  $< 0.05$  maka varian antar kelompok tidak homogen.

Data dari variable penelitian diuji homogenitasnya sebarannya dengan menggunakan program SPSS *for window* versi 16.00. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Table 16  
Hasil Uji Homogenitas

<b>Test of Homogeneity of Variances</b>			
Motif Afiliasi			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.943	2	201	.146

Berdasarkan hasil uji homogenitas varian antar kelompok dengan menggunakan analisis *one way anova*, diperoleh signifikansi =  $0.146 > 0.05$ , berarti varian antar kelompok adalah homogen.



merupakan angka yang lebih kecil dibandingkan 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan peneliti yang berbunyi Ada perbandingan antara motif afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan motif afiliasi ditinjau dari intensitas penggunaan jejaring sosial pada remaja dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya. Sebelum dilakukan analisis statistik dengan komparasi *one way anova* terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal dan uji homogenitas untuk mengetahui apakah data tersebut memiliki perberbedaan.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi untuk skala motif afiliasi sebesar  $0,049 > 0,05$  sedangkan nilai signifikansi untuk angket intensitas penggunaan jejaring sosial sebesar  $0,098 > 0,05$ . Karena nilai signifikansi kedua skala tersebut lebih dari 0,005 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya uji homogenitas untuk mengetahui apakah data tersebut bersifat homogen dan hasil berdasarkan hasil uji homogenitas varian antar kelompok dengan menggunakan analisis *one way anova*, diperoleh signifikansi =  $0.146 > 0.05$ , berarti varian antar kelompok adalah homogen.

Sedangkan hasil analisis data yang dapat dilihat pada table 17 nilai F sebesar 6.302 dengan signifikansi 0.002. Hasil tersebut menunjukkan bawa nilai signifikansi



0.002 > 0.005 yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan peneliti yang berbunyi ada perbandingan antara motif afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial.

McClelland (dalam Robbins, 2002) mendefinisikan motif afiliasi adalah hasrat akan hubungan persahabatan dan kedekatan antarpersonal. Motif afiliasi sebagai keinginan untuk meluangkan waktu dalam aktivitas dan hubungan sosial. Keinginan tersebut merupakan keinginan dasar untuk membentuk dan mempertahankan beberapa hubungan antarpribadi yang penting, positif dan bertahan lama. Individu yang mempunyai motif afiliasi yang tinggi menghabiskan lebih banyak waktunya untuk mempertahankan hubungan sosial, bergabung dengan kelompok-kelompok, dan selalu ingin dicintai. Individu akan sangat memperhatikan hubungan interpersonal yang dimilikinya, individu ini tidak terlalu suka mengatur orang lain sebaliknya akan lebih banyak menuruti kelompok sosialnya demi menjaga hubungannya. Kilamanca (2010) juga menyatakan bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi motif afiliasi, salah satunya adalah intensitas penggunaan jejaring sosial.

Perilaku aktif untuk mengadakan hubungan sosial dapat terlihat salah satunya melalui penggunaan situs jejaring sosial secara aktif, yang merupakan suatu tempat pergaulan dunia maya di luar pergaulan nyata sehari-hari yang saat ini banyak digemari oleh remaja. Teman dalam situs jejaring sosial bisa teman yang telah dikenal maupun orang yang sama sekali baru. Hal ini terlihat pada aktivitas akses subjek penelitian yang juga gemar mencari teman lama, menemukan teman baru, dan terbuka terhadap permintaan pertemanan dari orang lain. Mencari teman-teman lama melalui

situs jejaring sosial menandakan minat subjek untuk mempertahankan hubungan pertemanan yang telah terjalin. Individu dengan kebutuhan afiliasi tinggi berusaha menciptakan hubungan yang bersahabat dengan orang lain. Komunikasi yang terjalin dengan teman pada situs jejaring sosial terjadi lewat komentar-komentar pribadi maupun yang ditujukan kepada teman. 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 komentar kepada teman menunjukkan keinginan untuk ingin bersama dengan orang lain sekalipun dalam dunia maya, dan pada umumnya respon-respon selanjutnya memunculkan insentif afiliasi seperti perasaan diterima dan diakui.

Menurut Monks, Knoers, & Haditono (2001) remaja dikategorikan menjadi tiga bagian berdasarkan usianya, yakni remaja awal (12-15 tahun), remaja pertengahan (15-18 tahun) dan remaja akhir (18-21 tahun). Pada usia ini, remaja akan cenderung lebih suka menjalin hubungan dengan temannya (peer group). Peer group merupakan sumber dari afeksi, simpati, understanding, nilai-nilai moral. Selain itu, remaja juga belajar tentang kemandirian dan kebebasan ketika mereka berada didalam sebuah situasi bersama peer groupnya. Saat usia inilah remaja juga lebih lekat bersama teman mereka bila dibandingkan dengan orang tua mereka. Ini dikarenakan remaja lebih mengandalkan teman mereka dalam urusan intimacy dan support (Papalia, 2007). Tentu saja, remaja juga perlu berkomunikasi agar hubungannya dengan individu lain tetap terjaga.

Ketika remaja akhir memerlukan sebuah stimulasi positif, dukungan sosial, dan perhatian dari orang lain, maka remaja akan melakukan update status di akun Twitter-nya. Nantinya akan timbul komentar (mention) dari pengguna lain. Melalui saling berbalas komentar inilah, terjadi pemenuhan kebutuhan afiliasi, terutama pada aspek kebutuhan akan stimulasi positif (need for positive stimulation), kebutuhan akan dukungan sosial (need for social support), dan kebutuhan akan perhatian (need for attention).

Remaja yang sedang dalam fase pengembangan hubungan dengan teman sebaya, menunjukkan adanya kebutuhan untuk berintegrasi sosial atau membangun hubungan dengan orang lain dari diri tiap-tiap remaja. Salah satu kebutuhan sosial untuk mengembangkan hubungan dengan orang lain disebut dengan kebutuhan afiliasi (Baron dan Byrne, 2004). Kebutuhan afiliasi menekankan pada keluasan dan kuantitas hubungan sosial (Dayaskini dan Hudaniah, 2003). Pada situs jejaring sosial, penekanan pada keluasan dapat dipenuhi dengan adanya penambahan teman sedangkan kuantitas berkaitan dengan perilaku akses yang dapat mencakup frekuensi dan durasi penggunaan yang didukung dengan kemudahan teknologi.

Situs jejaring sosial memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan dalam rangka pemenuhan kebutuhan komunikasi para pengguna, termasuk remaja. Sebagai contohnya pada sebagian situs jejaring sosial yang telah berkembang, terdapat fitur chatting yang dapat menghubungkan pengguna dengan teman yang telah terdaftar untuk bercakap-cakap, bertukar cerita, berbagi informasi, dan lainnya.

Dorongan untuk berafiliasi muncul pada masa remaja disebabkan karena sebagai makhluk sosial, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus, seseorang menyadari bahwa dalam sebuah kehidupan sehari-hari, dirinya tidak mungkin dapat terlepas dengan orang lain. Dengan adanya hubungan satu manusia dengan manusia lainnya akan menumbuhkan rasa kebersamaan yang kuat, sehingga dapat saling memberikan kepuasan satu sama lain (Yola, 2011). Hubungan antara manusia tidak lepas dengan komunikasi, komunikasi berfungsi untuk menghubungkan dan mengajak orang lain untuk mengerti apa yang kita sampaikan (Sri, 2013). Pada saat ini komunikasi remaja lebih pada intensitas penggunaan jejaring sosial (Kilamanca, 2010).

Menurut Chapli (dalam Rinjani & Firmanto, 2013) Intensitas adalah suatu ukuran kuantitatif dari sebuah kegiatan yang dilakukan dan didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut berulang-ulang, seperti halnya saat berkomunikasi dengan menggunakan jejaring sosial. Jadi, intensitas penggunaan jejaring sosial adalah tingkatan seseorang menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kilamanca (2010) penggunaan situs jejaring sosial yang tinggi berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dari komunikator. Remaja yang gemar menggunakan situs jejaring sosial karena pemuasan kebutuhan komunikasi tercapai, sehingga intensitas penggunaannya tinggi,

dapat diindikasikan memiliki tingkat motif afiliasi yang tinggi. Saat ini melalui media situs jejaring sosial facebook, remaja dapat berkoneksi dengan jaringan sosial yang luas dan bisa terlihat dalam sebuah jaringan sosial sehingga membuat mereka menjadi dikenal oleh orang lain dan dapat berkembang menciptakan sebuah hubungan. Hal ini selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Hurlock (1980) dikarenakan remaja yang mulai terlepas dari masa puber telah mampu mencapai kebutuhannya, sehingga remaja tersebut memiliki penerimaan diri yang baik, serta kasih sayang berupa dukungan dan prestasi yang meningkat. Sedangkan, remaja yang mulai memasuki remaja akhir akan berusaha untuk melepaskan kebiasaan bergantung dan mulai menjadi mandiri, seperti memecahkan permasalahan secara individual, mendapatkan kebebasan dalam menentukan pilihannya dan memahami kemampuan. Sehingga, remaja tersebut masih berusaha untuk mencapai kemandirian.

Menurut Rinjani (2013) remaja yang memiliki motif afiliasi yang tinggi, maka remaja tersebut akan lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima oleh orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, serta mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain. Dan Menurut Sullivan ( dalam Santrock, 2003) para remaja yang tidak mampu berafiliasi dengan baik merasakan perasaan yang kesepian, lebih depresi dan tegang, serta mereka memiliki harga diri yang lebih rendah dibandingkan mereka yang mampu berafiliasi dengan baik.

Berdasarkan usia responden pada penelitian ini, pada variabel motif afiliasi dengan rata – rata tertinggi ada pada responden yang berusia 20 tahun dengan nilai rata – rata 1728.81. Sedangkan nilai rata – rata terendah ada pada responden yang berusia 18 tahun dengan nilai rata – rata 123,80. Menurut Santrock (2007) hal ini dikarenakan pada masa remaja, seseorang memang merasa lebih senang untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman sepermainan dan meningkatnya minat remaja terhadap relasi interpersonal. Terutama remaja akhir, pada masa remaja akhir memerlukan sebuah stimulasi positif, dukungan sosial, dan perhatian dari orang lain untuk motif afiliasinya (Putra, 2015). Selaras juga pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoseptian (dalam Rinjani, 2013) bahwa tingginya motif afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena pada masa ini remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial, serta pada masa ini tugas perkembangan remaja yaitu mempersiapkan karier ekonomi dan perkawinan

Berdasarkan jenis kelamin, pada variabel motif afiliasi nilai rata – rata tertinggi ada pada responden perempuan dengan nilai rata – rata 174.99, sedangkan pada responden laki – laki memiliki nilai rata – rata 171.98. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yola ( 2011) yaitu yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh kebutuhan afiliasi remaja akhir berdasarkan jenis kelamin yaitu jenis kelamin wanita lebih tinggi kebutuhan afiliasinya dibandingkan dengan pria, hal ini disebabkan wanita lebih cenderung menutup diri dan mempunyai perasaan yang tidak stabil atau emosional. Sebagian wanita yang merasakan kesepian juga tidak

menaruh kepercayaan kepada orang sekitarnya. Wanita lebih mudah untuk membuka diri dan bercerita tentang masalah yang lagi dihadapinya kepada orang-orang yang terdekat dengan subjek. Kebutuhan afiliasi wanita lebih tinggi dibandingkan pria sebab wanita lebih merasa kesepian dibandingkan pria maka dari itu kebutuhan afiliasi wanita juga lebih tinggi.

Berdasarkan jenis kelamin pada variabel intensitas penggunaan jejaring sosial nilai rata – rata tertinggi ada pada responden perempuan dengan nilai rata – rata 344.589, sedangkan pada responden laki-laki memiliki nilai rata – rata 316.034. Mengenai perbedaan intensitas penggunaan jejaring sosial antara pria dan wanita yang dikemukakan oleh Ladd Wheels dkk, memberikan alasan bahwa wanita lebih disosialisasikan untuk mengekspresikan emosinya daripada pria (Yola, 2011).









- Martaniah, S. M. 1984. *Motif Sosial Remaja Suku Jawa dan Keturunan Cina di Beberapa SMA Yogyakarta. Studi perbandingan Fakultas Psikologi.* Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Menayes. Jamal. J. Al- . 2015. "Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis". *International Journal of Psychological Studies*; Vol. 7, No. 1. Diakses pada 5 November 2017
- Monk, F.J. & Knoers, A.M.P. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya.* Yogyakarta: gadjah MAdA University
- Papalia, Diane E., Olds, Sally Wendkos., Feldman, Ruth Duskin. 2009. *Human Development.* Jakarta: Salemba Humanika
- Putra S, I putu. G. D.dkk. 2015. Hubungan Motif afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana* Vol. 2, No. 1, 48-58. Diakses pada 5 November 2017
- Qomariyah, Astutik N. 2009. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan.* Skripsi thesis, Universitas Airlangga Surabaya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakaya.
- Rinjani, H. Firmanto, A. 2013. *Motif afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja.* fakultas Psikologi, UMM. Vol. 01, No. 01
- Robbins, S. P. 2002. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi, Edisi kelima.* Jakarta: Erlangga
- Santrock, J. W. 2007. *Remaja edisi kesebelas.* Jakarta: Erlangga.
- Sears, David O & Peplau, Letitia. 1992. *Psikologi Sosial.* Jakarta: Kencana
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sung, yongjun dkk. 2015. *Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram.* *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking.* Volume 18, Number 9
- Tandun, M. 2009. *Motivasi Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dan Motif afiliasi.* Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Ulfah, T.A. *Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa yang mengunjungi tempat hiburan malam ditinjau dari motif afiliasi.* Fakultas Psikologi Universitas Semarang.

