

TIPE KEPERIBADIAN DAN *SELF-ESTEEM* PADA PECANDU MEDIA SOSIAL

¹⁾Farida Coralia, ²⁾Siti Qodariah, dan ³⁾Milda Yanuvianti

^{1),2),3)} Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung

¹⁾coralia_04@yahoo.com; ²⁾siti.qodariah@yahoo.co.id; ³⁾yanuvianti@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah menjadi bentuk aktivitas yang semakin populer selama dekade terakhir. Meskipun kebanyakan pengguna media sosial adalah orang-orang non-bermasalah, namun ditemukan adanya pengguna media sosial yang terlibat dalam aktivitas media sosial secara berlebihan dan/atau kompulsif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data mengenai kepribadian dan self-esteem pada pengguna media sosial yang menampilkan perilaku adiksi atau kecanduan. Teknik sampling yang digunakan adalah snowball sampling. Alat ukur yang digunakan dalam pengambilan data adalah Media Social Addiction, Personality Beliefs Questionnaire (PBQ) dan Self-Esteem Questionnaire. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa sebanyak 96% subjek penelitian mengalami adiksi pada tingkat moderate, dan sebanyak 4% yang mengalami adiksi pada tingkat severe. Tipe kepribadian yang paling banyak ditemukan adalah Obsessive-Compulsive. Demikian pula dengan self-esteem, sebanyak 54% memiliki self-esteem yang terkategori tinggi.

Kata kunci: Kepribadian, Self-esteem, Adiksi Media

Abstract

Social media has become an increasingly popular form of activity over the last decade. Though most users of social media are non-problematic persons, but it is found some social media users who engage in excessive social media activity and/or compulsive. The main objective of this study was to obtain data about personality and self-esteem of social media user who displays addiction or addictive behaviors. The sampling technique used was snowball sampling. Measuring instruments used in data collection is Social Media Addiction, Personality Beliefs Questionnaire (PBQ) and Self-Esteem questionnaire. The measurement results show that 96% of the research subjects experiencing addiction at moderate levels, and 4% experiencing severe level addiction. Personality type that most commonly found are Obsessif-Compulsive. Similarly, on self-esteem, as many as 54% had high category of self-esteem.

Keywords: Personality, Self-esteem, Social Media addiction

Pendahuluan

Sudah bukan rahasia lagi jika sekarang dunia kita sudah dikelilingi oleh teknologi dan internet. Dengan teknologi dan internet kita sudah terbiasa hidup praktis dalam berkomunikasi, terutama lewat media sosial. Jaman sekarang justru orang-orang lebih memilih berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan dengan telepon atau pesan singkat (SMS). Dapat dikatakan, kondisi ini telah menjadi kebiasaan sehari-hari, bahkan dapat dikatakan sebagai kebutuhan sekunder masyarakat jaman sekarang.

Selama beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial telah menjadi aktivitas yang semakin populer di banyak negara di seluruh dunia (Kuss & Griffiths, 2011). Individu

mengunjungi situs media sosial untuk terlibat dalam berbagai jenis hiburan dan kegiatan sosial termasuk bermain game, bersosialisasi, menghabiskan waktu, berkomunikasi, dan posting gambar (Allen et al., 2014 dan Ryan et al., 2014). Meskipun kondisi ini telah dengan cepat menjadi fenomena modern dan dianggap sebagai hal yang wajar (Boyd & Ellison, 2007), namun kekhawatiran mengenai terjadinya perilaku adiktif pada pengguna media sosial cukup besar terutama ketika terjadi penggunaan media sosial secara berlebihan dan kompulsif. Sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Andreassen & Pallesen (2014), individu yang mengalami kecanduan terhadap penggunaan media sosial menjadi terlalu khawatir tentang media sosial tersebut, didorong oleh motivasi tak terkendali untuk menggunakan media sosial, dan mencurahkan begitu banyak waktu dan usaha untuk media sosial yang akhirnya merusak area kehidupan penting lainnya.

Menurut survey yang dilakukan pada tahun 2013, hampir 70% pengguna internet di Indonesia yang berusia 15-22 tahun menghabiskan waktu lebih dari 3 jam sehari menggunakan internet. Tiga hal utama yang dilakukannya adalah sebanyak 60,2% untuk membuka email, 64% mencari informasi dan 94% untuk mengakses media sosial (Santika, 2015). Media sosial adalah kolektif saluran komunikasi *online* yang didedikasikan untuk interaksi, konten-*sharing* dan kolaborasi. Media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan *online* sebagai situs sosial untuk berinteraksi secara luas dengan orang lain. Kebanyakan media *online* tradisional menyediakan kolom *comments* bagi para penggunanya. Dalam hal bisnis, media sosial digunakan untuk memasarkan produk, mempromosikan merk, terhubung kepada pelanggan dan menumbuhkan bisnis baru.

Menurut Young, mahasiswa memiliki tingkat resiko adiksi internet terutama media sosial (dalam Nurfadhilah, 2014). Hal ini dikarenakan pertama, mahasiswa memiliki waktu luang yang banyak. Kedua, sekolah dan universitas memberikan fasilitas internet tanpa batas. Ketiga yaitu mahasiswa yang berusia 18-22 tahun umumnya baru pertama kali terbebas dari pengawasan orang tua tentang apa yang mereka akses di internet. Keempat, yaitu mahasiswa baru mengalami masalah baru untuk beradaptasi dengan situasi kuliah dan sulit untuk memperoleh teman yang baru dan lebih sering berakhir dengan mencari teman menggunakan aplikasi internet yaitu media sosial. Kelima, mahasiswa mendapat dukungan dari fakultas dan tenaga administrasi fakultas dalam menggunakan aplikasi internet. Keenam, remaja terlatih untuk menggunakan inovasi teknologi terbaru, khususnya yang ada aplikasi internet. Ketujuh, mahasiswa ingin menghilangkan stress setelah menghadapi ujian di kampus.

Ketika menjelaskan batas antara perilaku adiktif dan non-adiktif (misal berlebihan atau antusias), menggunakan kriteria adiksi atau kecanduan dari Young (2004). Dengan demikian, individu yang mengalami kecanduan media sosial akan menampilkan perilaku-perilaku berikut ini, antara lain menjadi disibukkan oleh media sosial (*salience*), menggunakan media sosial untuk mengurangi perasaan negatif (*modifikasi mood*), secara bertahap frekuensi dan intensitas penggunaan media sosial untuk mendapatkan kesenangan menjadi semakin meningkat (*toleransi/keinginan*), mengalami kegelisahan jika dilarang menggunakan media sosial (*withdrawal*), mengorbankan kewajiban lain dan / atau menyebabkan kerugian bagi area kehidupan lain yang penting karena penggunaan media

sosial (konflik/gangguan fungsional), dan menginginkan atau mencoba untuk mengontrol penggunaan media sosial tetapi tidak berhasil (kekambuhan/hilangnya kontrol).

Umumnya, orang yang mengalami kecanduan media sosial dilatarbelakangi oleh aspek-aspek psikologis individu. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku kecanduan media sosial lebih banyak terjadi pada laki-laki dibandingkan perempuan (Ryan et al., 2014). Namun, penelitian lain menunjukkan data bahwa perempuan lebih konsisten dalam menampilkan perilaku kecanduan media sosial dibandingkan laki-laki, terutama pada aktivitas media sosial yang melibatkan interaksi sosial (Andreassen, 2015 dan Griffiths et al., 2014). Selain itu, individu dengan usia yang lebih muda mampu beradaptasi lebih cepat dengan teknologi baru, hal ini juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kecanduan media sosial lebih banyak terjadi pada individu dengan usia yang lebih muda dibandingkan individu dengan usia yang lebih tua. Hal lainnya, individu yang bermasalah dalam relasi sosial juga lebih rentan untuk mengembangkan perilaku kecanduan media sosial dibandingkan individu yang memiliki kehidupan sosial memuaskan.

Kepribadian juga memiliki peranan penting dalam berkembangnya perilaku kecanduan media sosial. Penggunaan media sosial memungkinkan individu untuk mengekspresikan ambisi mereka dan menunjukkan keberhasilan mereka kepada orang lain, selain itu juga untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui komentar positif dari pengguna media sosial lainnya. Dengan kata lain, media sosial merupakan media yang memuaskan bagi individu untuk “menampilkan dirinya”. Demikian pula, penilaian atau evaluasi yang dimiliki individu mengenai dirinya (*self-esteem*) tampaknya juga memainkan peran dalam berkembangnya perilaku kecanduan (adiksi) terhadap media sosial. Oleh karena itu, jika seseorang berpikir “Saya tidak menyenangkan” atau “Saya memiliki ketrampilan sosial yang buruk” akan merasa bahwa media sosial merupakan tempat yang lebih aman untuk mengekspresikan diri.

Berdasarkan pendahuluan di atas, maka masalah-masalah penelitian yang dikaji adalah sebagai berikut: (1) Tipe kepribadian apa yang paling banyak ditemukan pada para pecandu media sosial (2) Bagaimanakah gambaran *self-esteem* pada para pecandu media sosial. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Mendapatkan data mengenai tipe kepribadian pecandu media sosial (2) Mendapatkan data mengenai gambaran *self-esteem* pada para pecandu media sosial.

Berdasarkan gejala-gejala (*symptoms*) kecanduan terhadap media sosial akan mengganggu individu tersebut dalam menjalani kehidupan sehari-hari, bisa membahayakan kesehatan, baik secara fisik maupun psikis, menjadi tidak peduli pada lingkungan karena lebih memilih menggunakan media sosial dibandingkan melakukan interaksi sosial dengan orang-orang sekitar seperti keluarga dan relasi di tempat kerja atau di sekolah, mengesampingkan kewajiban dan kegiatan yang harusnya menjadi prioritas seperti pekerjaan atau tugas-tugas akademik, sehingga tidak sedikit yang menelantarkan area kehidupannya yang lain, maka urgensi penelitian ini adalah berusaha mendapatkan tipe kepribadian yang paling banyak ditemukan, gambaran *self-esteem* sehingga dapat dicarikan solusinya untuk mengurangi kecanduan media sosial. dapat digunakan untuk memahami perilaku kecanduan terhadap media sosial.

Metode

Penelitian mengenai kepribadian dan *self-esteem* pada pecandu media sosial, merupakan suatu penelitian yang bersifat menjelaskan karena akan menangkap permasalahan secara lebih mendalam dan lebih terperinci. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif* untuk menggambarkan keadaan objek dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah tentang pecandu media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel, dan indikator. Dengan desain tersebut, diharapkan akan mendapatkan kejelasan data mengenai kepribadian dan *self-esteem* pada pecandu media sosial.

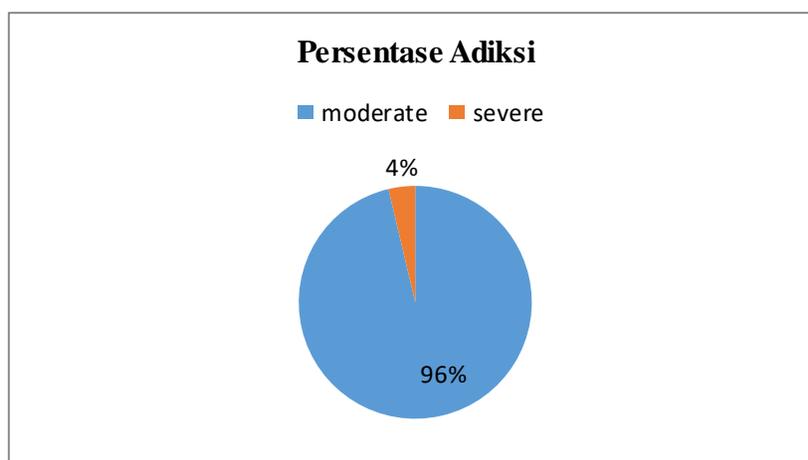
Populasi dalam penelitian ini adalah pecandu media sosial di Kota Bandung. Sedangkan teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, yang dilakukan secara bertahap, pertama mengidentifikasi individu yang dianggap dapat memberi informasi. Kemudian, individu tersebut dijadikan sebagai informan untuk mengidentifikasi individu yang lain sebagai sampel yang dapat memberikan informasi mengenai adiksi terhadap media sosial. Lalu individu tersebut juga dijadikan informan untuk mengidentifikasi individu lain. Adapun karakteristik subjek penelitiannya adalah : (1) Mahasiswa di Kota Bandung yang tercatat sebagai mahasiswa yang aktif terdaftar di universitas tersebut. (2) Mahasiswa yang tergolong pada usia perkembangan remaja-dewasa awal. (3) Mahasiswa yang mengindikasikan simtom adiksi yang kemudian diukur untuk memastikan tentang adiksinya. (4) Pengguna mengakses media sosial secara aktif melalui *mobile* ataupun *pc*. Dan subjek penelitian yang didapat dalam penelitian ini berjumlah 81 orang.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa *self report measurement* yang terdiri dari (1) *Media Social Addiction*, alat ukur untuk mengidentifikasi simtom adiksi dan mendapatkan tingkat adiksi pada subjek. (2) *Personality Beliefs Questionnaire (PBQ)*, untuk mengukur kepribadian (3) *Self-Esteem Questionnaire*, untuk mengukur *self-esteem*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, baik yang dibagikan secara *hard copy* kepada pengguna sepeda motor yang sesuai dengan kriteria sampel, maupun yang dikirimkan melalui e-mail. Sementara teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Hasil Pembahasan

Analisis hasil pengolahan data didapat sebanyak 96% subjek penelitian mengalami adiksi pada tingkat *moderate*, dan sebanyak 4% yang mengalami adiksi pada tingkat *severe*, seperti yang terdapat dalam diagram dibawah ini :

Diagram 1
Pengukuran Adiksi



Penggunaan media sosial yang bermasalah merupakan wujud dari adiksi media sosial. Secara khusus untuk menilai perilaku ini dengan menggunakan kriteria adiksi, yaitu *saliency, mood modification, withdrawal, tolerance, conflict* dan *relapse*. Pada subjek dengan tingkat adiksi *moderate* menunjukkan perilaku yang terlalu memperhatikan media sosial, didorong oleh motivasi tak terkendali untuk menggunakan media sosial, dan mencurahkan begitu banyak waktu dan usaha untuk media sosial namun tidak sampai mengganggu area kehidupan penting lainnya atau tingkat gangguan masih tergolong rendah. Sedangkan, pada subjek dengan tingkat adiksi *severe* menunjukkan bahwa perilaku penggunaan media sosial yang bermasalah tersebut sudah merusak area kehidupan penting lainnya sebab media sosial menjadi hal utama dalam kehidupan individu tersebut.

Hasil pengukuran kepribadian dengan menggunakan *Personality Beliefs Questionnaire* (PBQ) menghasilkan tipe kepribadian yang paling banyak ditemukan pada mahasiswa adiksi media sosial adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Pengukuran Tipe Kepribadian

Tipe Kepribadian	F	%
<i>Obsessive-Compulsive</i>	49	60,49%
<i>Dependent</i>	16	19,75%
<i>Avoid</i>	9	11,11%
<i>Pasif-Aggressive</i>	7	8,64%

Hasil diatas terlihat bahwa tipe kepribadian *Obsessive-Compulsive* yang paling banyak dimiliki oleh mahasiswa yang adiksi pada media sosial di Kota Bandung, yaitu sebanyak 60,49%. Berdasarkan konsep teori kepribadian menurut Millon, individu dengan tipe kepribadian *Obsessive-Compulsive* memiliki karakteristik pencemas. Karakteristik pencemas tersebut yang membuat dirinya menjadi perfeksionis. Individu *Obsessive-Compulsive* juga mengalami konflik dalam dirinya yang diekspresikan dalam bentuk menyesuaikan diri secara berlebihan terhadap lingkungannya. Jika dilihat secara interpersonal, kepribadian *Obsessive-Compulsive* memiliki karakteristik individu yang sangat disadari dengan peringkat sosial dan status sosialnya dan akan memodifikasi perilaku mereka sesuai dengan tuntutan sosialnya. Seringkali individu tidak sukses dalam menjalin hubungan *interpersonal* atau hal tersebut mungkin dilakukan hanya karena tuntutan semata.

Perasaan pencemas tetapi juga sebagai individu yang perfeksionis memunculkan konflik dalam diri yang diekspresikan dalam bentuk menyesuaikan diri secara berlebihan terhadap lingkungannya. Ketika menggunakan media sosial, mungkin mereka lebih banyak menggunakannya untuk menampilkan tentang kehidupan atau aktivitas yang sedang dilakukannya sehari-hari dengan melakukan adaptasi berlebihan yaitu memodifikasi perilakunya dengan menampilkan mengenai apa yang diinginkan oleh sosialnya. Ketika orang lain dalam media sosial melihat hal tersebut maka akan muncul perhatian dari orang lain mengenai dirinya dengan memberikan pujian salah satunya. Hal tersebut sangat berbeda dengan pengalaman interpersonal yang dialami olehnya ketika di dunia nyata, sehingga muncul perasaan yang menyenangkan ketika mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain. Pengalaman di dunia maya seperti itu yang akhirnya membuat individu tersebut menjadi kompulsif dalam menggunakan media sosial.

Individu dengan kepribadian ini, sedikit mengalami hal yang menyenangkan di dalam kehidupannya. Dalam hal pekerjaan, mungkin dapat dikatakan berhasil nmaun, tidak jika dengan relasi interpersonalnya. Ketika menggunakan media sosial, mungkin mereka lebih banyak menggunakannya untuk menampilkan tentang kehidupan atau aktivitas yang sedang dilakukannya sehari-hari dengan melakukan adaptasi berlebihan yaitu memodifikasi perilakunya dengan menampilkan mengenai apa yang diinginkan oleh sosialnya. Ketika orang lain dalam media sosial melihat hal tersebut maka akan muncul perhatian dari orang lain mengenai dirinya dengan memberikan pujian salah satunya. Hal tersebut sangat berbeda dengan pengalaman interpersonal yang dialami olehnya ketika di dunia nyata, sehingga muncul perasaan yang menyenangkan ketika mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain. Pengalaman di dunia maya seperti itu yang akhirnya membuat individu tersebut menjadi kompulsif dalam menggunakan media sosial.

Selanjutnya adalah individu dengan kepribadian *Dependent* sebesar 19,75%. Mereka dengan tipe kepribadian ini memiliki karakteristik yang sangat tidak nyaman saat sendirian, takut merasa kesepian dan idnvidu yang lemah sehingga mereka akan berusaha keras untuk bersama dengan orang lain dalam kondisi apapun. Hal yang melatarbelakangi individu tersebut menjadi pribadi yang bergantung dengan orang lain adalah lingkungan keluarganya yang sangat memberi perlindungan yang berlebihan sehingga menampilkan sikap yang patuh terhadap orang lain dan tidak mampu untuk menyelesaikan konflik dalam kehidupan

sehari-harinya karena sebenarnya gambaran internalnya adalah individu yang *immature*. Jika dilihat dari karakteristik interpersonalnya, mereka adalah orang yang pasif dalam sosial mereka, merasa takut akan ditinggalkan dan menjadi tidak berdaya dengan adanya jarak antara dirinya dengan orang lain. Karakteristik lain dari kepribadian *dependent* adalah mereka cenderung tunduk dan akan berusaha keras agar orang lain menyukainya sehingga dirinya dapat terus bersama dengan orang lain. Karena dirinya tidak dapat mengatasi masalah kecil yang ada pada kehidupan sehari-harinya maka mereka akan mencari alternatif lain yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai sarana lain agar dirinya tetap merasa dekat dengan orang lain. Hal tersebut bisa dilakukan melalui *text*, telpon atau bahkan *video call*. Sehingga, ketika mereka dengan kepribadian ini menemukan alternatif lain melalui media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain, maka mereka akan merasa nyaman karena seperti tidak merasa sendirian. Kemudian hal tersebut akan membuat mereka menjadi ketergantungan dan memunculkan perilaku yang konsumtif dengan media sosial.

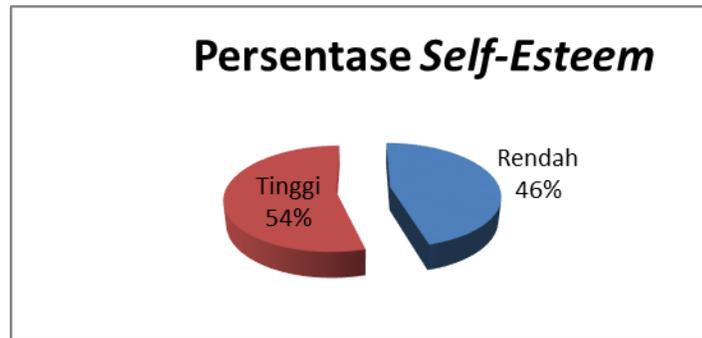
Sementara itu, tipe kepribadian selanjutnya adalah tipe kepribadian *Avoid* sebanyak 11,11%. Karakteristik interpersonal dari mereka dengan kepribadian ini adalah individu yang merasa tidak kompeten sehingga selalu merasa cemas apabila bersosialisasi dengan orang lain. Mereka percaya orang lain akan selalu lebih unggul dari dirinya. Maka, mereka dengan kepribadian ini akan lebih senang menyendiri ketika berada di keramaian dan cenderung terlihat pasif di dunia nyata. Hal tersebut didukung juga dengan pengalaman yang dialami di dunia nyata ketika dirinya berinteraksi dengan orang lain. Sebagai individu yang pencemas ketika berinteraksi, karena merasa dirinya tidak kompeten dalam relasi secara langsung yang akhirnya terjadi kecanggungan diantara keduanya. Hal tersebut membuat orang lain merasa tidak nyaman dan dirinya mengalami penolakan sosial.

Individu ini menemukan media alternatif lain untuk bersosialisasi dengan orang lain tanpa perlu khawatir orang lain akan menyadari kekurangan yang ada pada dirinya. Dengan menggunakan media sosial, orang lain tidak mungkin melihat kecemasan yang muncul ketika individu tersebut berinteraksi sehingga penolakan sosial yang didapatkannya ketika berinteraksi secara langsung justru tidak dialaminya ketika menggunakan media sosial. Pengalaman yang berbeda ketika berinteraksi di dunia maya tersebut mendorong dirinya untuk terus menggunakan media sosial dan menjadi adiksi dalam penggunaannya yang mengakibatkan kebutuhan hidupnya yang lain terganggu.

Kemudian tipe kepribadian selanjutnya adalah tipe kepribadian *Pasif-Aggressive* sebanyak 8,64%. Tipe kepribadian *pasif-aggressive* memiliki karakteristik kepribadian yang tidak dapat menjalin hubungan interpersonal dengan baik karena ambivalensinya yang intens. Maksudnya disini adalah mereka bisa jadi membutuhkan saran dari orang lain tetapi kemudian mereka akan menolak dan menyabotase saran yang diberikan tersebut. Sehingga, dalam hubungan interpersonalnya akan terdapat kekakuan yang terjadi karena sifat pasif yang dimilikinya. Individu dengan kepribadian ini memiliki dorongan agresivitas yang kuat namun dimanifestasikan dalam tindakan yang pasif. Mekanismenya yang pasif membuat dirinya mengekspresikan dorongan agresinya kepada orang lain secara tidak langsung seperti menghasut.

Fitur yang diberikan pada media sosial salah satunya adalah dengan menyediakan kolom komentar atau *comments* bagi siapapun yang ingin mengungkapkan pendapatnya. Dengan karakteristik yang dapat dengan mudah mengekspresikan sikap negatifnya dan mengekspresikan kemarahan dan permasalahan emosi terhadap orang lain secara tidak langsung, fitur tersebut dirasakan cocok dengan individu kepribadian pasif-agresif ini. Istilah lain yang diberikan terhadap individu-individu tersebut adalah seorang *haters*. Mereka adalah orang yang dengan mudah mengekspresikan hal negatif dalam bentuk protes secara tulisan di dalam kolom komentar orang lain namun tidak menampilkan diri. Individu dengan kepribadian ini seperti menemukan media yang cocok untuk dirinya sehingga akan dengan mudah menjadi ketagihan dengan media sosial yang menyebabkan dirinya adiksi pada media sosial.

Diagram 2
Pengukuran Self-Esteem



Hasil pengukuran *self-esteem* sendiri menunjukkan bahwa sebanyak 54% memiliki *self-esteem* yang terkategori tinggi dan sebanyak 46% memiliki *self-esteem* yang rendah. Penghargaan dan penilaian diri yang positif akan membuat individu memiliki *self-esteem* tinggi. Coopersmith (1967) menyatakan individu yang memiliki *self-esteem* tinggi akan merasa puas dengan karakter dan kemampuan dirinya sehingga ia merasakan penerimaan dan penghargaan diri yang positif yang akan memberikan rasa aman dalam menyesuaikan diri dan berinteraksi terhadap stimulus dari lingkungan sosial. Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi adalah individu yang mandiri dalam lingkungan sosial, kreatif, asertif dan giat dalam tindakan sosial.

Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi berkaitan dengan kasih sayang yang diberikan dengan tulus oleh orang tua dan lingkungan, penerimaan tanpa syarat sehingga mengembangkan karakteristik positif yang dimiliki oleh individu tersebut, selain itu juga individu juga merasa puas dan bangga dengan dirinya sendiri. Individu ini mendapatkan banyak perhatian, penerimaan baik dari lingkungan sehingga individu menilai dirinya berarti.

Sedangkan pada individu yang memiliki *self-esteem* rendah menunjukkan "*lack of confidence*" dalam menilai kemampuan dan atribut-atribut dalam dirinya. Adanya penghargaan diri yang buruk ini membuat individu tidak mampu untuk mengekspresikan

diri dalam lingkungan sosialnya. Mereka tidak puas dengan karakteristik dan kemampuan-kemampuan dirinya sehingga ketidakpastian dan ketidakpercayaan diri ini menumbuhkan rasa tidak aman terhadap keberadaan diri mereka di lingkungan sosialnya. Mereka merupakan individu yang pesimis yang perasaannya dikendalikan oleh peristiwa eksternal, merasa tidak mampu dalam menghadapi sesuatu yang menuntut kemampuannya sehingga individu cenderung *dependence*, pasif dan tidak mampu berpartisipasi dan bersikap conform terhadap pengaruh lingkungan. Individu merasa terasing, tidak disayangi, tidak mampu mengekspresikan atau mempertahankan diri mereka dan terlalu lemah untuk mengatasi kekurangan mereka. Selain itu mereka peka terhadap kritik, terbenam dalam masalah-masalahnya sendiri, menyembunyikan diri dari interaksi-interaksi sosial yang mungkin akan memberikan konfirmasi yang lebih lanjut tentang ketidakmampuan yang mereka bayangkan. Mereka kurang percaya terhadap diri sendiri dan merasa khawatir dengan ketidakpopuleran atas ide-ide yang kurang bagus. Mereka tidak menunjukkan diri di dalam lingkungan sosialnya, lebih banyak mendengarkan dari pada berpartisipasi dan mereka lebih menyukai kesunyian daripada keramaian. Diantara hal yang mendasar dari *Self-esteem* yang rendah, mereka itu sadar diri dan sangat memperhatikan masalah pribadinya.

Temuan yang menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki *self-esteem* tinggi mungkin menyiratkan bahwa orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan *self-esteem* yang lebih tinggi (misalnya, mendapatkan "like" sebanyak mungkin), dan atau melepaskan diri dari perasaan *self-esteem* rendah. Orang dengan citra diri rendah, mungkin juga lebih suka berkomunikasi secara online daripada bertatap muka

Simpulan dan Saran

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat adiksi yang paling banyak ditemukan pada mahasiswa adiksi media sosial di kota Bandung adalah *moderate*. Tipe kepribadian yang paling banyak ditemukan pada mahasiswa adiksi media sosial di kota Bandung adalah *Obsessif-Compulsive*. Mereka memiliki karakteristik pencemas dan perfeksionis dalam lingkungan sosial yang membuat mereka terpaku pada media sosial, dengan demikian penggunaan media sosial yang bermasalah merupakan upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan dirinya dalam memanipulasi lingkungan. Sebagian besar subjek penelitian memiliki *self-esteem* tinggi, hal ini menyiratkan bahwa orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan *self-esteem* yang lebih tinggi (misalnya, mendapatkan "like" sebanyak mungkin), dan atau melepaskan diri dari perasaan *self-esteem* rendah. Orang dengan citra diri rendah, mungkin juga lebih suka berkomunikasi secara online daripada bertatap muka.

Adapun saran yang peneliti ajukan terkait berdasarkan data temuan, sebagian besar mahasiswa adiksi media sosial di Bandung memiliki kecenderungan tipe kepribadian *obsessive-compulsive*. Karakteristik dari kepribadian ini adalah kecemasan yang tinggi sehingga disarankan perlu mendapatkan penanganan psikologis untuk menurunkan kecemasannya. *Self-esteem* yang tinggi menyiratkan bahwa media sosial digunakan untuk meningkatkan *self-esteem* individu yang pada dasarnya rendah. Dengan demikian, individu

perlu mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan relasi interpersonal yang diharapkan juga akan memperbaiki penilaian akan citra dirinya.

Daftar Pustaka

- Allen et.al (2014). Social Media Use and Social Connectedness in Adolescent. The Australian Educational and Development Psychologist.
- Andreassen et. Al (2014). Predictors of Use of Social Network. Journal of Computer-Mediatri Communication
- Beck, Aaron t., Davis, Denise D., Freeman, Arthur. (2004). *Cognitive therapy of personality disorders. Second edition.*
- Beck, Judith S., Beck, Aaron T. (2011). *Cognitive behavior therapy (basics and beyond). Second edition.*
- Cohen and Willerman. (1990). Boyd and Ellison. (2007). Social Network Sites. Journal of Computer-Mediatri Communication
- Coopersmith, Stanley. 1967. *The Antecedents Of Self-esteem.* San Francisco : Freeman and Company
- Davis, R.A. (2001). *A cognitive-behavioural model of pathological internet use.Psychopathology.* New York : McGraw-Hill Publishing Company.
- Griffiths. (2005). A Components Model Of Addictions Within A Biopsychosocial Framework. Journal of Substance of Use
- Hernandez, Ruben D.M., Vasquez, Nadia S.M. (2015). *Psychometric properties and structural validity of the short version of the personality beliefs questionnaire (PBQ-SF).*
- Jones, Steven H., dkk. (2007). *Relationship between the personality beliefsquestionnaire and self-rated personality disorders.*
- Kuss and Griffiths. (2011). Online Social Networking and Addiction. International Journal of Environmental and Public Health
- Millon, Theodore., dkk. (2000). *Personality disorders in modern life (second edition).*
- Nurfadhilah, Restu. (2014). *Pengaruh parenting style dan tipe kepribadian big five terhadap kecenderungan adiksi internet.*
- Santika, Yuni, N. M. Sudiana, dan N. I. Arifin. (2013). *Dampak media sosial terhadap perkembangan psikologis siswa karya siswa SMA Unggulan Sekota Denpasar (Kajian Analisis Wacana Kritis).*
- Young, S. Kimberly. (1996). *Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder.* Published in CyberPsychology and Behavior, Vol. 1 No. 3., pages 237-244.
- Young, S. Kimberly. (1999). *Internet addiction: symptoms, evaluation, and treatment.* (Vol.17).
- Young, S. Kimberly. (2004). *Internet addiction. A new clinical and its consequences.* Retrieved from St. Bonaventure University Center for Online Addiction.