



**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DAN ADIKSI MEDIA
SOSIAL PADA DEWASA MUDA**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

ADINDA MEIDIANA DWIPUTRI

705170231

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021



**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DAN ADIKSI MEDIA
SOSIAL PADA DEWASA MUDA**

**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian Sarjana Strata
Satu (S-1) Psikologi**

DISUSUN OLEH:

ADINDA MEIDIANA DWIPUTRI


705170231

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Adinda Meidiana Dwiputri**

NIM : **705170231**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Hubungan Antara *Self-Esteem* dan Adiksi Media Sosial Pada Dewasa Muda

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 23 Januari 2021

Yang Memberikan Pernyataan



Adinda Meidiana Dwiputri

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Adinda Meidiana Dwiputri**

N I M : **705170231**

Alamat : **Komplek Kemhan Mabes TNI Jl. Bougenvil. No. 117, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11540**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

Hubungan Antara *Self-Esteem* dan Adiksi Media Sosial Pada Dewasa Muda

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 24 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Adinda Meidiana Dwiputri

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adinda Meidiana Dwiputri
.....
705170231
N.I.M. :
Sarjana Fakultas Psikologi
Program Studi :

Judul Skripsi

.....
Hubungan Antara Self-Esteem dan Adiksi Media Sosial Pada Dewasa Muda
.....
.....

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 12 Januari 2021 dan dinyatakan lulus, dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Sri Tiatri, Ph.D., Psi.
2. Anggota : 1. Niken Widi Astuti, M.Si., Psi.
2. Sandi Kartasasmita, M.Psi., Psi.
.....
.....

Jakarta, 12 Januari 2021
Pembimbing



Sandi Kartasasmita, M.Psi., Psi.

ABSTRAK

Adinda Meidiana Dwiputri (705170231)
Hubungan Antara *Self-Esteem* dan Adiksi Media Sosial Pada Dewasa Muda (Sandi Kartasasmita, M.Psi.); Program Studi S-1 Psikologi. Universitas Tarumanagara, (i-x, 1-41, P1-P9, L1-L17)

Situs media sosial memberikan sarana yang membuat seseorang lebih mudah untuk membangun pertemanan dan meningkatkan kemampuan bersosialisasi. Seseorang yang kurang mampu bersosialisasi dan berelasi merupakan salah satu karakteristik seseorang dengan *self-esteem* yang rendah. Tujuan penelitian ini untuk menguji hubungan antara *self-esteem* dan adiksi media sosial pada dewasa muda. Penelitian ini melibatkan 500 responden, yang terdiri dari 120 laki-laki dan 380 perempuan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) versi modifikasi dari *Bergen Facebook Addiction Scale* (Andreassen et al., 2012). Hasil analisis data responden menggunakan teknik korelasi *Pearson* antara adiksi media sosial dan *self-esteem*, memperoleh $r(500) = -0.211$ dan nilai $p = 0.000 < 0.05$. Hasil korelasi kedua variabel ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif dan signifikan antara adiksi media sosial dan *self-esteem*.

Kata kunci : *self-esteem*, adiksi media sosial, dan dewasa muda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berbasis internet mulai disertakan di hampir semua perangkat elektronik (Lonstreet & Brooks, 2017). Dalam dekade terakhir, penggunaan internet telah tumbuh secara eksponensial dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari menyediakan komunikasi global, akses ke informasi, dan penyediaan hiburan telah menjadi sangat penting dalam populasi remaja dan dewasa bahwa teknologi sangat penting untuk bekerja dan bermain (Aslanidou & Menexes, 2008; Thorsteinsson & Davey, 2014; Wallace, 2014). Berdasarkan laporan dari *We Are Social*, tahun 2020 disebutkan bahwa terdapat 17,5 juta pengguna internet di Indonesia. Terdapat perbedaan jika dibandingkan pada tahun sebelumnya, kenaikan 17% atau sekitar 25 juta

pengguna internet di Indonesia (Agus, 2020). Dalam laporan tersebut juga disebutkan bahwa saat ini masyarakat di Indonesia yang memiliki ponsel sebanyak 338,2 juta dan terdapat 160 juta pengguna aktif media sosial (Agus, 2020).

Media sosial adalah teknologi berbasis web yang digunakan untuk menciptakan *platform* yang sangat interaktif, sehingga individu dan komunitas dapat berbagi, membina, berdiskusi, dan memodifikasi konten yang dibuat pengguna (Kietzmann et al., 2011). Konten termasuk informasi pribadi, dokumen, *video*, dan foto. Pengguna terlibat dengan media sosial melalui komputer, tablet, atau *smartphone* melalui perangkat lunak berbasis web atau aplikasi web, sering kali menggunakannya untuk olah pesan (Dollarhide, 2020). Dalam studi terbaru oleh *Pew Research Center* (2015), melaporkan bahwa 65% dari semua orang dewasa di Amerika Serikat menggunakan beberapa bentuk media sosial, meningkat sepuluh kali lipat dari tahun 2005 hingga 2015.

Menurut studi *Pew Research Center* (2015), 90% orang dewasa muda (usia 18 hingga 29) memanfaatkan media sosial. *Facebook* adalah yang paling populer dan aplikasi media sosial yang sering digunakan (71%) di antara remaja Amerika. Sebanyak (52%) menggunakan *Instagram*, dan hampir setengahnya (41%) menggunakan *Snapchat*. Sebagian besar remaja (71%) bahkan melaporkan menggunakan lebih dari satu aplikasi media sosial (Sukamto et al., 2019). Rata-rata penggunaan media sosial pada semua jenis perangkat mendekati tiga jam per hari, jauh lebih banyak daripada rata-rata waktu harian yang dihabiskan untuk menonton televisi (Johansson, 2016).

Pengguna media sosial di Indonesia cenderung menggunakan jaringan internasional seperti *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Twitter* untuk berkomunikasi (Johansson, 2016). Selain itu, sebagian besar masyarakat yang masih muda adalah populasi dari yang menggunakan media sosial. Kaum muda juga mungkin lebih akrab dan ingin belajar tentang solusi dan *platform* teknologi baru (Andreassen & Pallesen, 2014). Misalnya, 44% dari jumlah total orang yang menggunakan *Facebook* selama setahun terakhir berusia antara 20 sampai 29 tahun (Johansson, 2016). Rata-rata, 27% waktu yang dihabiskan menggunakan internet adalah untuk interaksi media sosial, lebih banyak daripada penggunaan bentuk lainnya seperti untuk hiburan, *email*, dan berita lainnya (Longstreet & Brooks, 2017).

Adiksi media sosial adalah penggunaan situs media sosial secara kompulsif yang memanifestasikan dirinya dalam gejala perilaku adiksi. Penggunaan media sosial yang membuat ketagihan dengan demikian harus diwujudkan dengan disibukkan oleh media sosial (*salience*), menggunakan media sosial untuk mengurangi perasaan negatif (*modification mood*), secara bertahap menggunakan media sosial lebih banyak untuk mendapatkan kesenangan yang sama (*tolerance/craving*), menderita kesusahan jika dilarang menggunakan media sosial (*withdrawal*), mengorbankan kewajiban lain dan /atau menyebabkan kerugian pada bidang kehidupan penting lainnya karena penggunaan media sosial (*conflict/gangguan fungsional*), dan menginginkan atau mencoba untuk mengontrol penggunaan media sosial tanpa hasil (*relapse/loss of control*) (Andreassen et al., 2017)

Adiksi media sosial termasuk dalam salah satu adiksi internet. Young (dalam Andreassen et al., 2017) mengklasifikasi subtipe adiksi internet

menjadi lima, yaitu *cybersexual addiction*, *social media addiction*, *net compulsions* (misalnya, perdagangan saham, perjudian, belanja), *information overload*, dan *computer addiction* (misalnya, *games*, *programming*). Pada awalnya adiksi media sosial identik dengan adiksi *Facebook* (Kuss & Griffiths, 2011), dan mayoritas riset terkait adiksi media sosial hingga kini juga merujuk pada adiksi *Facebook* (Brailovskaia et al., 2019; Kanat-Maymon et al., 2018). Namun demikian, saat ini *instagram* yang lebih menekankan pada foto dan video menjadi media sosial yang paling populer (Solomon, 2013). Kurnia (dalam Rahardjo et al., 2020) mengungkapkan *instagram* baru saja meraih pengguna aktif sebanyak satu miliar, yang diprediksi akan bertambah menjadi dua miliar dalam lima tahun ke depan. Demikian pula dengan *WhatsApp* yang lebih fokus pada pertukaran pesan sudah menjadi salah satu media komunikasi virtual utama saat ini (Karapanos et al., 2016).

Menurut Golbeck (2015) situs media sosial memiliki berbagai konten dan memiliki fungsinya masing-masing, terdiri dari (a) *updates/post* yaitu sesuatu yang diunggah pengguna; (b) *comment/reply* adalah jenis interaksi sosial *online* untuk mengomentari atau membalas orang lain; (c) foto dan video; (d) Jejaring sosial yaitu kemampuan untuk menjalin hubungan dengan membentuk jejaring sosial; dan (e) metadata adalah pembaruan, komentar, foto, dan koneksi sosial yang dimiliki orang-orang dari data situs web media sosial (Golbeck, 2015). Berbagai konten yang dimiliki tersebut membuat seseorang tertarik dan menjadi pengguna media sosial. Selain itu, situs media sosial memberikan sarana yang membuat seseorang lebih mudah

untuk membangun pertemanan dan meningkatkan kemampuan bersosialisasi (Obee, 2012). Seseorang yang kurang mampu bersosialisasi dan berelasi merupakan salah satu karakteristik seseorang dengan *self-esteem* yang rendah (Sorensen, 2005).

Menurut Baumister (dalam Rosi et al., 2019) *self-esteem* adalah evaluasi diri yang sesuai dengan pandangan keseluruhan tentang apa yang orang kontemplasikan dan evaluasi tentang diri sendiri dan dapat dicirikan baik sebagai suatu sifat atau sebagai suatu keadaan. *Self-esteem* berupa nilai-nilai terhadap diri sendiri, kemampuan, dan perilaku baik menyangkut hal yang positif ataupun negatif (Santrock, 2016). *Self-esteem* juga tampaknya berperan dalam penggunaan media sosial yang membuat ketagihan (Andreassen, 2015).

Baumeister (dalam Lee & Cheung, 2014) secara kebetulan menunjukkan bahwa kurangnya dukungan orang tua atau teman sebaya akan menciptakan perasaan tidak mampu dan tidak berharga, dan pada gilirannya mengarah pada pengembangan *self-esteem* yang rendah. *Self-esteem* telah dipelajari dalam studi psikologi untuk memahami hubungannya dengan perilaku kecanduan (Craig dalam Lee & Cheung, 2014). Individu dengan *self-esteem* rendah cenderung ke arah evaluasi diri negatif, curiga terhadap pujian, dan menafsirkan informasi evaluatif secara negatif untuk diri mereka sendiri (Baumeister dalam Lee & Cheung, 2014).

Menurut Ibrahim et al. (2020) sebagai konsekuensi dari masalah emosional, seseorang dengan *self-esteem* rendah memulai mencari cara untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi dengan orang lain atau hanya menghabiskan waktu untuk melepaskan diri, sehingga merasa lebih baik.

Misalnya, masalah emosional seperti perasaan kesepian dapat membuat seseorang dengan *self-esteem* rendah menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial sebagai kebutuhan untuk interaksi sosial atau untuk menemukan cara yang lebih baik untuk pelarian diri sendiri.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa orang dengan *self-esteem* rendah menganggap media sosial sebagai tempat yang lebih aman untuk mengekspresikan diri daripada orang dengan *self-esteem* tinggi (Forest & Wood, 2012) dan hubungan negatif antara *self-esteem* dan penggunaan media sosial yang membuat adiksi (Andreassen et al., 2017). Namun penelitian lain yang dilakukan oleh Michelle (2019) bahwa *self-esteem* dan adiksi media sosial tidak memiliki hubungan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hal-hal yang sudah dibahas pada penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan adiksi media sosial dan *self-esteem* karena pada penelitian sebelumnya terdapat ketidakkonsistenan antara penelitian sebelumnya. Selain itu, akibat yang ditimbulkan dari masa pandemi Covid-19 sekarang ini telah meningkatkan efek negatif dari penggunaan jejaring sosial yang berlebihan sehingga ada risiko tinggi peningkatan adiksi media sosial (Gómez et al., 2020). Maka dari itu peneliti menjadi tertarik untuk meneliti hubungan adiksi media sosial dengan *self-esteem* pada dewasa muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dan adiksi media sosial pada dewasa muda?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *self-esteem* dan adiksi media sosial pada dewasa muda.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan menambah pengetahuan terutama dalam bidang psikologi sosial. Melalui penelitian ini dapat menggambarkan fenomena terkait adiksi media sosial dan *self-esteem*. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya untuk melihat hubungan antara adiksi media sosial dengan variabel-variabel lainnya dengan subyek umur yang tidak terbatas.

1.2.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pemahaman bagi masyarakat mengenai adiksi media sosial. Selain itu, penelitian ini berguna untuk meningkatkan kesadaran para dewasa muda akan pentingnya batasan-batasan dalam menggunakan media sosial karena pemakaian media sosial sekarang sudah banyak jenis-jenisnya.

1.5 Sitematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam lima bab, yaitu (a) pendahuluan, (b) kajian pustaka, (c) metode penelitian, (d) hasil penelitian dan analisis data, dan (e) simpulan, diskusi, dan saran. Bab I, yaitu pendahuluan, terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan. Bab II memuat kajian teoritis mengenai teori-teori yang digunakan di sebagai landasan penelitian ini, yaitu *self-esteem*, adiksi media sosial, dan dewasa muda. Selain itu, bab II juga berisikan teori penghubung, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Bab III merupakan metode penelitian yang berisikan subyek penelitian, jenis penelitian, *setting* dan peralatan penelitian, pengukuran penelitian, prosedur penelitian, serta pengolahan dan teknik analisis data. Bab IV berisikan pengolahan data berupa gambaran subyek, uji asumsi, uji hipotesis, dan uji analisis tambahan. Bab V terdiri atas simpulan, diskusi, dan saran dari penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara adiksi media sosial dengan *self-esteem* pada dewasa muda. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat adiksi media sosial, maka semakin rendah *self-esteem* yang dimiliki dewasa muda. Begitupun sebaliknya, semakin rendah tingkat adiksi media sosial, maka semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki dewasa muda.

5.2 Diskusi

Hasil dari penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Andreassen et al. (2017) yang menyatakan bahwa hubungan negatif antara *self-esteem* dan penggunaan media sosial yang membuat ketagihan dan dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat adiksi media sosial, maka semakin rendah *self-esteem* pada dewasa muda begitupun sebaliknya, semakin rendah tingkat adiksi media sosial, maka semakin tinggi *self-esteem* pada dewasa muda.

Selain itu, hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Forest dan Wood (2012) yang menyatakan bahwa orang dengan *self-esteem* rendah menganggap media sosial sebagai tempat yang lebih aman untuk mengekspresikan diri daripada orang dengan *self-esteem* tinggi dan penelitian oleh (Kristine, 2015) yang menunjukkan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di situs jejaring sosial daripada mereka yang memiliki tingkat *self-esteem* lebih tinggi. Hal ini dapat terjadi karena upaya seseorang dengan *self-esteem* rendah untuk mengimbangi kurangnya harga diri yang dimiliki dengan meningkatkan jumlah teman *online* untuk merasakan rasa memiliki yang lebih besar dan meningkatkan popularitas yang ingin dirasakan (Kristine, 2015).

Hubungan lebih spesifik dapat dilihat lebih jelas dari hasil uji korelasi antara satu variabel dengan dimensi variabel lainnya. Berdasarkan hasil uji korelasi variabel *self-esteem* dengan setiap dimensi adiksi media sosial menghasilkan hubungan yang signifikan dan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila dewasa muda memiliki *self-esteem* rendah, maka dimensi adiksi media sosial

yang terdiri dari *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal symptoms*, *conflict*, dan *relapse* akan tinggi, begitu pula sebaliknya.

Selanjutnya dilihat dari gambaran dimensi adiksi media sosial, nilai rata-rata dimensi yang paling tinggi adalah dimensi *tolerance*. Nilai rata-rata dimensi yang paling rendah adalah dimensi *relapse*. Dapat disimpulkan bahwa dimensi *tolerance* merupakan adiksi media sosial dengan menghabiskan waktu di media sosial yang meningkat dari waktu ke waktu untuk mendapat kesenangan. Sejalan dengan penelitian Walther et al. (2008) bahwa kebanyakan orang menggunakan media sosial untuk mengetahui apa yang terjadi dalam kehidupan orang lain dan menilai orang berdasarkan apa yang dilihat sehingga muncul perasaan membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Akibatnya dapat menyebabkan *self-esteem* yang rendah dan membuat seseorang membutuhkan waktu lebih banyak untuk menggunakan media sosial.

Selanjutnya akan dibahas mengenai hasil analisis data tambahan dengan melakukan uji beda variabel adiksi media sosial dan variabel *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin responden. Selain itu, pada hasil analisis data tambahan juga dilakukan uji beda variabel *self-esteem* berdasarkan waktu penggunaan media sosial. Pertama, pada variabel adiksi media sosial berdasarkan jenis kelamin responden, hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih cenderung mengalami adiksi media sosial dibandingkan responden laki-laki. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa perempuan lebih berisiko dalam mengembangkan perilaku adiksi untuk aktivitas yang melibatkan interaksi sosial,

sedangkan laki-laki cenderung mengembangkan perilaku asosial misalnya seperti bermain *games* (Andreassen et al., 2017).

Kedua, pada variabel *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin responden, hasil menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *self-esteem* melalui rasa malu dan kecemasan terhadap penampilan tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan (Choma et al., 2010). Ketiga, pada variabel *self-esteem* berdasarkan waktu penggunaan media sosial, hasil menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan. Sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Johansson (2016) bahwa rata-rata penggunaan media sosial mendekati tiga jam perhari, jauh lebih banyak daripada rata-rata waktu harian yang dihabiskan untuk menonton televisi. Selain itu, penggunaan media sosial selama dua jam atau lebih dalam sehari dapat menimbulkan masalah internalisasi seperti penurunan kinerja dan aktivitas akademik (Griffiths & Kuss, 2017).

Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, yaitu adalah terkait kondisi pandemi Covid-19 membuat waktu yang lama untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan target.

5.3 Saran

5.3.1 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah kajian literatur dan manfaat berupa sumbangan pemikiran dalam perkembangan ilmu psikologi. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin membahas tentang adiksi media sosial dan *self-esteem* diharapkan dapat meneliti lebih dalam mengenai dimensi-dimensi yang terdapat dalam adiksi media sosial.

5.3.2 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Praktis

Peneliti berharap pada penelitian ini agar dewasa muda bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan mengetahui batasan-batasan penggunaan media sosial, karena pada saat ini media sosial sudah memiliki berbagai macam fitur dan fungsinya masing-masing.

ABSTRACT

Adinda Meidiana Dwiputri (705170231)
Relationship Between Self-Esteem and Social Media Addiction in Young Adults (Sandi Kartasmita, M.Psi.); Bachelor Program of Psychology. Tarumanagara University, (i-x, 1-41, P1-P9, L1-L17)

Social media sites provide tools that make it easier for a person to build friendships and improve social skills. Someone who is less able to socialize and relate is one of the people with low self-esteem. The goal of this research is to test a relationship between self-esteem and social media addiction in young adults. This research involved 500 respondents consisting of 120 men and 380 women. The measuring instruments used in this research are the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and the modified Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) from the Bergen Facebook Addiction Scale (Andreassen et al., 2012). The results of the data analysis of respondents using the Pearson correlation technique between social media addiction and self-esteem, obtained $r(500) = -0.211$ and $p = 0.000 < 0.05$. The result of both variables correlation shows that there is a negative and significant correlation between self-esteem and social media addiction.

Keywords : self-esteem, social media addiction, and young adults.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, T. H. (2020, Februari 20). Riset: Ada 175.2 juta pengguna internet di Indonesia. *Detik.Inet*. Diunduh dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 347-354
- Alaika, O., Doghmi, N., & Cherti, M. (2020). Social media addiction among Moroccan university students: a cross sectional survey. *PAMJ-One Health*, 1(4).
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. doi : doi: 10.1007/s40429-015-0056-9
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–4061. doi: [10.2174/13816128113199990616](https://doi.org/10.2174/13816128113199990616)
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. doi:10.1016/j.addbeh.2016.03.006
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110, 501–517. doi: [10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517](https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517)

- Andrew, P. (2015, Oktober 8). Social Media Usage: 2005-2015. *Pew Research Center*. Diunduh dari <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networkingusage-2005-2015/>
- Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index- insights from facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 86–101. doi:10.1016/j.jretconser.2019.03.012
- Aslanidou, S., & Menexes, G. (2008). Youth and the Internet: Uses and practices in the home. *Computers & Education*, 51, 1375–1391. doi: 10.1016/j.compedu.2007.12.003
- Balakrishnan, V., & Fernandez, T. (2018). Self-esteem, empathy and their impacts on cyberbullying among young adults. *Telematics and Informatics*. doi:10.1016/j.tele.2018.07.006
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 1-44. Doi: <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachment as a human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497–529. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Brailovskaia, J., Margraf, J., & Köllner, V. (2019). Addicted to facebook? Relationship between facebook addiction disorder, duration of facebook use and narcissism in an inpatient sample. *Psychiatry Research*, 273, 52-57. doi: 10.1016/j.psychres.2019.01.01

- Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). A Theory of Self-Esteem. *Social Forces*, 80(3), 1041–1068. doi:10.1353/sof.2002.0003
- Choma, B. L., Visser, B. A., Pozzebon, J. A., Bogaert, A. F., Busseri, M. A., & Sadava, S. W. (2010). Self-Objectification, Self-Esteem, and Gender: Testing a Moderated Mediation Model. *Sex Roles*, 63(9-10), 645–656. doi:10.1007/s11199-010-9829-8
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012) . “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 117–121. doi : <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Christopher, J. M. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem (3rd ed)*. New York: Springer Publishing Company.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman & Co.
- D’Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi:10.1007/s11469-019-00082-5
- Derevensky, J. L., Hayman, V., & Lynette Gilbeau. (2019) . Behavioral Addictions. *Pediatric Clinics of North America*, 66(6), 1163–1182. doi:10.1016/j.pcl.2019.08.008
- Dollarhide, M. (2020, September 6). Social media definition. *Investopedia*. Diunduh dari <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.aspd>

- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, 5(1), 1-4. doi: [10.11648/j.ajtas.20160501.11](https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11)
- Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When Social Networking Is Not Working. *Psychological Science*, 23(3), 295–302. doi:10.1177/0956797611429709
- Ghosh, A., Varshney, S., & Venugopal, P. (2014). *Social Media WOM: Definition, Consequences and Inter-relationships*. *Management and Labour Studies*, 39(3), 293–308. doi:10.1177/0258042x15577899
- Golbeck, J. (2015). *Introduction to social media investigation: A hands-on approach*. Waltham, MA: Elsevier.
- Golder, S.A., Wilkinson, D.M., & Huberman, B.A. (2007). *Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network*. London: Springer.
- Gómez-Galán, J., Martínez-López, J. Á., Lázaro-Pérez, C., & Sarasola Sánchez-Serrano, J. L. (2020). Social Networks Consumption and Addiction in College Students during the COVID-19 Pandemic: Educational Approach to Responsible Use. *Sustainability*, 12(18), 1-17.
- Griffiths, M. D. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191–197. doi : [10.1080/14659890500114359](https://doi.org/10.1080/14659890500114359)
- Griffiths, M. D., & Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35(3), 49-52.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science*

- Computer Review*, 35(5), 576-586. doi: <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Hou Y., Xiong D., Jiang T., Song L., Wang Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology*, 13(1), 1-17. doi: <http://dx.doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Ibrahim, H, A., Gokcen, A., Gozde, Y., & Selen, B. (2020). The roles of adolescents emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Curr Psychol*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01174-5>
- Jan, M., Soomro, S., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329-341. doi : 10.19044/esj.2017.v13n23p329
- Johansson, A. C. (2016). Social Media and Politics in Indonesia. *Stockholm School of Economics Asia Working Paper*, 42.
- Kanat-Maymon, Y., Almog, L., Cohen, R., & Amichai- Hamburger, Y. (2018). Contingent self-worth and Facebook addiction. *Computers in Human Behavior*, 88, 227-235. doi: 10.1016/j.chb.2018.07.011
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2009). The fairyland of second life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52(6), 563–572.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi :10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Karapanos, E., Teixeira, P., & Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55, 888-897. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.015

- Kelley, A. E., & Berridge, K. C. (2002). The Neuroscience of natural rewards: Relevance to addictive drugs. *Journal of Neuroscience*, 22(9), 3306–3311. doi: <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.22-09-03306.2002>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005.
- Kim, J., & Haridakis, P. M. (2009). The Role of Internet User Characteristics and Motives in Explaining Three Dimensions of Internet Addiction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 988–1015. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01478.x
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Köse, Ö. B., & Doğan, A. (2019). The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students. *Addicta Turk. J. Addict*, 6, 175-190.
- Kristine, R. (2015). The effects of social media sites on self-esteem.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528-3552. doi: 10.3390/ijerph8093528
- Lannakita, S. (2012). Hubungan antara self-esteem dan preferensi pemilihan pasangan hidup pada wanita dewasa muda di jabodetabek. Skripsi. Universitas Indonesia, Depok.

- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 1–62
- Lee, Z. W. & Cheung, C. M. (2014). Problematic use of social networking sites: The role of self-esteem. *International Journal of Business and Information*, 9(2), 143-159.
- Long, J. A. (1970). Stanley Coopersmith. The antecedents of self-esteem. San Francisco: W. H. Freeman & Co., 1967. *Behavioral Science*, 15(2), 188–191. doi:10.1002/bs.3830150212
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77. doi:10.1016/j.techsoc.2017.05.003
- Martín-Albo, J., Núñez, J. L., Navarro, J. G., & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and Validation in University Students. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(02), 458–467. doi:10.1017/s1138741600006727
- Michelle, M, M. (2019). Hubungan antara kecanduan media sosial, *self-esteem*, dengan kepuasan hidup pada mahasiswa fakultas kedokteran universitas sumatera utara (Skripsi). Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Obee, J. (2012). *Social networking: The ultimate teen guide*. United Kingdom: Scarecrow Press.
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The Development of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387. doi:10.1177/0963721414547414

- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human development* (11th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Puskar, K. R., Marie Bernardo, L., Ren, D., Haley, T. M., Hetager Tark, K., Switala, J., & Siemon, L. (2010). Self-esteem and optimism in rural youth: Gender differences. *Contemporary Nurse*, *34*(2), 190–198. doi:10.5172/conu.2010.34.2.190
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi media sosial pada remaja pengguna instagram dan whatsapp: Memahami peran need fulfillment dan social media engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, *18*(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton : Princeton University Press.
- Rosi, A., Cavallini, E., Gamboz, N., Vecchi, T., & Russo, R. (2019). The impact of failures and successes on affect and self-esteem in young and older adults. *Frontiers in Psychology*, *10*, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01795>
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, *3*, 133–148.
- Salmela-Aro, K., & Nurmi, J. E. (2007). Self-esteem during university studies predicts career characteristics 10 years later. *Journal of Vocational Behavior*, *70*(3), 463–477. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.01.006>.
- Santrock, John W. (2015). *Life – span development* (15th Ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Santrock, John, W. (2016). *Adolescence* (16th Ed). New York : McGraw-Hill

- Schivinski, B., Brzozowska-Woś, M., Stansbury, E., Satel, J., Montag, C., & Pontes, H. M. (2020). Exploring the Role of Social Media Use Motives, Psychological Well-Being, Self-Esteem, and Affect in Problematic Social Media Use. *Frontiers in Psychology, 11*. doi:10.3389/fpsyg.2020.617140
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research, 5*(2), 71-75.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018, Maret 1). Social media use in 2018. *Pew Research Center*. Diunduh dari <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- Solomon, D. (2013). Moving on from Facebook: Using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. *ACRL News, 74*(8), 408-412. doi: 10.5860/crln.74.8.8991
- Sorensen. (2015, Februari 9). Symptoms of low self-esteem. *The Self-Esteem Institute*. Diunduh dari <http://www.getesteem.com/lse-symptoms/symptom-details.html>
- Stone, C. B., & Wang, Q. (2018). From conversations to digital communication: The mnemonic consequences of consuming and sharing information via social media. *Topics in Cognitive Science, 1*-20. doi: <https://doi.org/10.1111/tops.12369>
- Sukanto, M., Hamidah, H., & Fajrianti, F. (2019). "Can I Look Like Her?": Body Image of Adolescent Girls who Use Social Media. *Makara Human Behavior Studies in Asia, 23*(1), 60. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1120519>

- Thorsteinsson, E. B., & Davey, L. (2014). Adolescents compulsive internet use and depression: A longitudinal study. *Open Journal of Depression, 3*, 13–17. doi: 10.4236/ojd.2014.31005
- Wallace, P. (2014). Internet addiction disorder and youth. *EMBO Reports, 15*, 12–16. doi: 10.1002/embr.201338222
- Walther, J.B., Van Der Heide, B., Kim, S.Y., Westerman, D., & Tong, S.T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research, 34*, 28–49. doi : <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00312.x>
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*, 173–177. doi : <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>
- Young, K., & de Abreu, C. (2011). *Internet addiction : A handbook and guide to evaluation and treatment*. New York: Willey & Sons.