

**HUBUNGAN ANTARA MOTIF AFILIASI DENGAN INTENSITAS  
MENGUNAKAN *FACEBOOK* PADA DEWASA AWAL**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mencapai Derajat  
Sarjana-S1 Bidang Psikologi dan Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Oleh :

**ESTI WIKA ARANI**  
**NIM F 100 050 069**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2010**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang masalah

Kecenderungan terhadap *facebook* sekarang ini terkenal dengan istilah ‘*demam facebook*’, karena kehadiran situs yang didirikan oleh Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes ini telah memiliki jumlah pengguna 34 juta orang per Juli 2007. Posisinya sebagai situs populer terus meranjak naik, dari posisi 60 pada September 2006 menjadi 7 pada September 2007. Sementara menurut Alexa, situs pembuat ranking web di dunia, *facebook* menempati urutan 8, dengan *traffic rank* 5. Sementara menurut situs ensiklopedia virtual, Wikipedia, *facebook* menjadi situs nomor satu untuk foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti *Flickr*, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya. Di Indonesia, *facebook* per bulan dikunjungi 13 juta orang, hingga menjangkau angka 73% dari seluruh pengguna internet di Indonesia, total kunjungan keseluruhan per bulan sebanyak 51 juta kunjungan, dan total halaman yang dibuka di *facebook* selama sebulan yaitu 1,1 milyar halaman (Robi, 2009). Banyaknya pengguna *facebook* karena *facebook* memiliki sederet fitur yang memungkinkan penggunaanya berinteraksi langsung (real time), seperti chatting, tag foto, blog, game, dan update status ”what are you doing now” yang dinilai lebih keren dari Friendster (Nurhoiri, 2009).

Situs *facebook* ini dikembangkan dari prinsip jejaring sosial. Jejaring sosial adalah struktur sosial yang dibangun atas *node* (bisa berupa orang/individu

maupun organisasi) yang terikat satu sama lain dengan lebih dari satu model ikatan. Jenis-jenis ikatan tersebut misalnya kesamaan nilai, visi, ide, kepentingan, finansial, pertemanan, ketidak sukaan, konflik dan perdagangan. Melalui *Facebook*, seseorang dapat mengetahui secara lengkap seperti nama, tanggal lahir, foto wajah, alamat, pekerjaan atau semua informasi seseorang yang disertakan di dalamnya. Semakin mudah jaringan tersebut mengakomodasi individu atau kelompok membuat jaringan baru, maka jaringan tersebut akan semakin mudah dan menarik (Robi, 2009).

Jejaring sosial *facebook* kini seolah telah menjadi candu bagi pengguna internet di tanah air. Data dari Google (Robi, 2009) menunjukkan, di bulan Juli 2007 relatif tidak ada data pencarian ke *facebook*. Di awal 2009, situs ini dikunjungi sebanyak 1,4 juta orang per hari, dengan rata-rata waktu berkunjung 32 menit per kunjungan. Sebuah angka yang tinggi untuk satu situs web.

Sedangkan pengguna *facebook* di Indonesia kebanyakan adalah pelajar, mahasiswa, dosen, pekerja, politisi serta beberapa tokoh-tokoh nasional. Dan terhitung sampai 22 Februari 2009, sejumlah 1.333.649 user Indonesia telah terdaftar di *Facebook* yang mana sekitar 73% (976.372 orang) di antaranya adalah user usia produktif (18-34 tahun), dimana usia tersebut adalah termasuk dalam kategori dewasa awal yakni dimulai dari usia 18 hingga 30 tahun. Sedangkan dilihat dari gender, 688.306 user laki-laki dan 600.045 user perempuan (Nurhoiri, 2009).

*Facebook* banyak dikunjungi karena mempunyai keunggulan dibanding situs jejaring sosial lainnya, yakni memudahkan seseorang untuk menelusuri

teman-teman lama yang sudah lama tidak ketemu dan juga sangat terbuka untuk mencari kenalan-kenalan baru. Keunggulan dan kemudahan itulah yang membuat banyak individu hampir tiap hari menggunakan internet untuk membuka situs *facebook*. Dimitri dan Skoric (Mubarak, 2008) pernah melakukan penelitian tentang tingkat kecenderungan menggunakan *facebook*. *Facebook* sebagai salah satu sarana dalam komunikasi melalui internet telah memotivasi individu untuk melakukan kegiatan tersebut. Tingkat kecenderungan yang tinggi terhadap *facebook* tersebut berhubungan dengan umur, jenis kelamin, pola teladan pemakaian, perilaku, dan hubungan antar individu. Melalui *facebook*, individu dapat mengetahui seseorang secara lengkap seperti nama, tanggal lahir, foto wajah, alamat, pekerjaan atau semua informasi seseorang yang disertakan di dalamnya. Manfaat *facebook* memang tidak cuma untuk pergaulan, tapi juga sarana komunikasi, mencari pekerjaan, hingga kampanye.

Seperti yang dilaporkan oleh Nurhoiri (2009) diungkapkan bahwa pengguna *facebook* kebanyakan adalah usia produktif dan termasuk dalam tahap perkembangan sosio-psikologis dewasa awal, yang mana juga dijelaskan oleh Havighurst (dalam Haditono, 1991) bahwa pada masa ini individu cenderung mencari kelompok sosial yang cocok dan menarik. Sehingga banyak para dewasa awal memanfaatkan *facebook*, untuk mencari sebanyak-banyaknya teman baru maupun menelusur teman-teman lama.

Pemanfaatan *facebook* dalam mencari teman sebanyak-banyaknya tersebut pada gilirannya juga akan mengacu pada tingkat intensitas menggunakan *facebook* yang semakin tinggi, sebab untuk mendapatkan jejaring "teman dari teman" perlu

diterima dulu perintah "konfirmasi" dari yang menerima pertemanan, padahal penerimaan "konfirmasi mau menjadi teman" biasanya akan dibalas di hari berikutnya. Sehingga mau tidak mau user pengguna *facebook* harus sering membuka *facebook* untuk melihat apakah "ajakan berteman" sudah mendapat persetujuan atau belum.

Intensitas itu sendiri merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Semakin sering dewasa awal membuat *facebook* semakin banyak teman dalam interaksi sosialnya, namun bila *facebook* ini sudah menggejala terlalu tinggi untuk seorang individu maka dikhawatirkan akan menjadi sebuah sarana untuk menciptakan ketidakseimbangan dalam kehidupan seseorang, yakni misalnya berkurangnya perhatian kepada keluarga atau berkurangnya aktivitas lainnya yang lebih bermanfaat karena waktu telah tersita untuk situs web *facebook*.

Kaloh (dalam Astuti, 2000) berpendapat bahwa intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut. Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Sebaliknya, orang yang mempunyai perasaan tidak suka terhadap suatu kegiatan akan jarang melakukan kegiatan yang tidak disukai, seperti halnya membuat *facebook*.

Adanya *facebook* memungkinkan individu dapat mengembangkan sosialisasinya sampai ke luar pulau dan bahkan luar negara.

Sosialisasi merupakan salah satu kebutuhan manusia. Rasa sosialisasi itu sendiri bisa didasari oleh berbagai motif, yakni dorongan untuk mencari teman atau persahabatan bahkan pasangan hidup. McClelland (Aryana, 2007) menjelaskan bahwa kebutuhan sosialisasi ini merupakan bagian dari motif afiliasi. Motif afiliasi merupakan dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya. Motif afiliasi terefleksikan dalam perilaku yang ditujukan kepada orang lain.

Dalam teori McClelland (Aryana, 2007) bahwa perilaku mencari teman dan hubungan sebanyak-banyaknya itu termasuk dalam kebutuhan untuk hidup bersama dengan orang lain, yang mana hal itu dikategorikan dalam kebutuhan berafiliasi atau disebut dengan motif afiliasi. Selanjutnya dijelaskan bahwa motif afiliasi merupakan dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya. Motif afiliasi membantu individu dalam mengadakan sosialisasi, bekerja sama, dan menjalin hubungan baik dengan orang lain.

Swenson (2000) menambahkan bahwa motif afiliasi terefleksikan dalam perilaku yang ditujukan kepada orang lain. Sedangkan Lestiana (2007) berpendapat bahwa kebutuhan afiliasi merupakan suatu dorongan untuk membentuk hubungan sosial yang memiliki unsur loyalitas, afeksi, dan empati.

Dayakisni dan Hudaniah (2003) berpendapat bahwa afiliasi merupakan suatu keinginan untuk melakukan kontak dengan orang lain, pada umumnya

dilandasi adanya imbalan sosial yang dapat diperoleh individu jika berhubungan dengan orang lain. Individu dapat melakukan analisa terhadap fenomena ini dari dua hal yaitu perbandingan sosial (*social comparison*) dan dukungan emosional (*emotional support*). Berdasar analisa perbandingan sosial, individu membutuhkan orang lain sebagai standar untuk mengevaluasi perilaku individu. Sementara hubungan dengan perhatian akan memberikan dukungan emosional dalam bentuk perhatian dan kasih sayang. Hubungan dengan orang lain dapat memberikan tambahan ganjaran lainnya yaitu, pertama dapat memberikan perasaan positif yang dihubungkan dengan kedekatan (keintiman) hubungan antar pribadi, persahabatan, afeksi, komunikasi, dan cinta. Kedua, orang lain dapat memberikan berbagai tipe perhatian kepada individu dalam bentuk penghargaan, pengakuan, status, dan sebagainya.

Tingginya motif afiliasi para dewasa awal tersebut akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena memang pada masa-masa ini, tugas perkembangan sosial dewasa awal yakni mulai bersiap-siap mencari pekerjaan maupun pasangan hidup (Haditono, 1991). Situs web *facebook* ini dapat dimanfaatkan untuk menjaring relasi sebanyak-banyaknya sehingga peluang untuk mendapatkan pekerjaan dapat terbuka lebar.

Sehingga dapat diasumsikan bahwa pada individu dewasa awal menggunakan *facebook* dalam intensitas yang tinggi terkait karena adanya motif afiliasi yang tinggi pula, yaitu dorongan untuk mencari hubungan pertemanan, persahabatan, komunikasi dan juga dapat berupa cinta.

Namun pada kenyataannya, individu yang tingkat motif afiliasinya tinggi justru akan kurang puas bila hanya berteman di dunai “maya”/”cyber”, bahwa individu yang motif afiliasinya tinggi akan lebih terpuaskan bila berhubungan atau berkomunikasi secara langsung “*face to face*” dengan lingkungan sekitar termasuk dengan teman-temannya, selain itu intensitas yang tinggi dalam menggunakan *facebook* tidak hanya dipengaruhi oleh motif afiliasi, tapi dapat juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti: cuma mengikuti mode/*trend* karena tidak mau ketinggalan jaman atau dikatakan gaptek.

Sehingga berdasarkan uraian di atas muncul permasalahan, “intensitas yang tinggi dalam menggunakan *facebook* pada dewasa awal karena adanya motif afiliasi yang tinggi pula pada diri mereka”

Sehingga dari permasalahan tersebut peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul, ” HUBUNGAN ANTARA MOTIF AFILIASI DENGAN INTENSITAS MENGGUNAKAN *FACEBOOK* PADA DEWASA AWAL”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motif afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook* pada dewasa awal.

## **C. Manfaat Penelitian**



Penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai masukan bagi para ilmuwan dalam usaha mengembangkan ilmu-ilmu psikologi khususnya psikologi sosial yang berkaitan dengan psikologi perkembangan.

2. Manfaat Praktis

Apabila hipotesis teruji maka penelitian ini akan bermanfaat bagi para pengguna *facebook* agar lebih memahami tujuan diri sendiri kaitannya dengan penggunaan *facebook* sehingga media *facebook* dapat dimaksimalkan untuk tujuan-tujuan positif.

Apabila hipotesis tidak teruji maka disarankan kepada para peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang berkaitan dengan intensitas menggunakan *facebook* dengan variabel lain yang lebih bersifat praktis dan dampak negatif penggunaan *facebook* misalnya dampaknya pada keutuhan jalinan perkawinan.