

Hubungan *Self-esteem* dan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Kedokteran

Callista Maharani, Eva Suryani, Mahaputra

Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia
 Alamat korespondensi: eva.suryani@atmajaya.ac.id

Abstrak

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Penggunaan media sosial yang cukup tinggi dapat berdampak pada berbagai aspek, salah satunya adalah *self-esteem*. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan adiksi media sosial pada mahasiswa kedokteran. Penelitian ini menggunakan metode potong lintang dengan jumlah responden 193 orang yang merupakan mahasiswa preklinik angkatan 2018, 2019, dan 2020 di Kampus Kedokteran Swasta di Jakarta yang diperoleh melalui metode *proportionate stratified random sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah *Rosenberg Self-esteem Scale* (RSES) dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS). Analisis data menggunakan uji *chi-square*. Dari 193 responden, 16.1% mengalami adiksi media sosial ringan, 77.2% mengalami adiksi media sosial sedang, dan 6.7% mengalami adiksi media sosial berat. Ditemukan 76.7% memiliki *self-esteem* tinggi dan 23.3% memiliki *self-esteem* rendah. Hasil uji *chi-square* menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan adiksi media sosial, $p = 0,109$ ($p > 0,05$). Penggunaan media sosial yang bijak dapat menjadi penyebab tidak terdapat hubungan antara *self-esteem* dan adiksi media sosial.

Kata Kunci: Adiksi, media sosial, mahasiswa kedokteran, *self-esteem*

The Relationship between Self-esteem and Social Media Addiction in Medical Students

Abstract

Social media is a medium of communication that is often used by the public. The high usage of social media can have various impacts, and one of the impacts is self-esteem. This study aimed to determine the relationship between self-esteem and social media addiction in medical students. This was a cross-sectional study of 193 preclinical students from classes of 2018, 2019, and 2020 in one of the Private Medical schools in Jakarta who were obtained by proportionate stratified random sampling method. The instruments used comprised: Rosenberg Self-esteem Scale (RSES) and Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS). Data analysis was performed using the Chi-square method. Of 193 respondents, 16.1% experienced mild social media addiction, 77.2% experienced moderate social media addiction, and 6.7% experienced severe social media addiction. It was found that 76.7% experienced high self-esteem and 23.3% experienced low self-esteem. The Chi-square method showed that there was no significant relationship between self-esteem and social media addiction, $p = 0.109$ ($p > 0.05$). The wise use of social media could be the cause of no relationship between self-esteem and social media addiction.

Keywords: Addiction, social media, medical student, social media, *self-esteem*

Pendahuluan

Di era modern ini, media sosial tanpa disadari sudah menjadi bagian dari hidup manusia.¹ Media sosial berdampak cukup besar dalam kehidupan. Umumnya, masyarakat membuka media sosial setiap hari tanpa terkecuali.² Pada tahun 2019,

terdapat 56% pengguna media sosial yang aktif dan terdapat lebih dari 15% peningkatan pengguna media sosial yang baru di Indonesia.³ Berdasarkan hasil survei *We Are Social* pada tahun 2021, orang yang terlahir setelah tahun 1995 merupakan orang terbanyak yang menggunakan media sosial. Kurnia juga menyatakan bahwa pada pengguna media

How to Cite :

Maharani, C., Suryani, E., Mahaputra. Hubungan Self-esteem dan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Kedokteran. *J Kdoct Meditek*, 2023; 29(2), 150–157. Available from: <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/Meditek/article/view/2365/version/2356> DOI: <https://doi.org/10.36452/jkdoctmeditek.v29i2.2365>

sosial diperkirakan akan meningkat di tahun 2022, yang berarti bahwa semakin banyak anak yang lahir di era digital. Hal tersebut tentunya menyebabkan peningkatan penggunaan media sosial di Indonesia.⁴

Penting bagi masyarakat untuk mengetahui fenomena adiksi media sosial. Andreassen dan Pallesen menyatakan bahwa adiksi media sosial merupakan suatu ketertarikan terhadap media sosial yang melampaui batas sehingga berpotensi untuk merusak kehidupan seorang individu. Selain itu, adiksi media sosial dapat memicu gangguan tidur, fungsi kognitif, kemerosotan nilai di bidang akademi, masalah dalam hubungan antar orang di sekitarnya, kesepian dan depresi.⁵

Seseorang akan mengalami kesulitan dalam menghargai orang lain jika tidak dapat menghargai dirinya sendiri.⁶ Menurut Sarwono dan Meinarno, orang dapat menangani rasa takut dan penolakan sosial jika memiliki *self-esteem* positif. Bila seseorang merasa diterima dan dapat berbaur dengan orang lain di sekitarnya, hal tersebut menunjukkan bahwa manusia memiliki *self-esteem* yang positif.⁷ Meskipun demikian, *self-esteem* dapat menurun jika seseorang mengalami kegagalan.⁵ Beberapa faktor sosial budaya dapat memengaruhi *self-esteem*, seperti status sosio ekonomi, kesehatan mental, dan dukungan keluarga.⁸

Studi yang dilakukan oleh Apalaoza et al. menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan orang yang menggunakan media sosial dan kebahagiaan. *Self-esteem* juga dapat menjadi sarana untuk mencapai kepuasan dalam hidup.⁹ Sehubungan dengan hal yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan *self-esteem* dengan adiksi media sosial terhadap mahasiswa preklinik kedokteran, karena peneliti melihat tingginya frekuensi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kedokteran, dan peneliti ingin mengetahui tingkat *self-esteem* pada mahasiswa kedokteran. Selain itu, pandemi Covid-19 yang terjadi meningkatkan efek negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan sehingga terdapat risiko tinggi peningkatan adiksi media sosial.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan desain penelitian observasional analitik dengan rancangan penelitian potong lintang yang dilakukan di Jakarta dan melibatkan 193 mahasiswa preklinik di salah satu kampus kedokteran di Jakarta yang dipilih dengan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dan bersedia menjadi responden penelitian ini. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner demografi, *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES), dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *chi-square*. Penelitian ini telah mendapat persetujuan etik dengan nomor 01/02/KEP-FKIKUAJ/2021.

Penilaian *self-esteem* menggunakan kuesioner *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang diciptakan oleh Morris Rosenberg (1965) dan dimodifikasi oleh Ariyani (2004) dengan nilai *cronbach alpha* 0,9024 yang artinya bahwa *item* dalam kuesioner ini reliabel. Kuesioner ini memiliki 10 buah pertanyaan dan menggunakan skala Likert 4 poin.^{10,11} Jika responden memperoleh skor kurang dari 15, maka dapat dikatakan bahwa responden memiliki *self-esteem* yang rendah. Adapun responden disebut memiliki *self-esteem* tinggi apabila responden memperoleh skor diantara 15 hingga 30.¹¹

Penilaian adiksi media sosial menggunakan kuesioner *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) yang diadaptasi dari *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS) dan diciptakan oleh Andreassen et al. (2012).¹² Instrumen ini telah dimodifikasi oleh Maheswari dan Dwiutami (2013) dengan nilai 0,857 yang berarti bahwa *item* dalam kuesioner terbukti reliabel.¹¹ Kuesioner ini menggunakan penilaian berdasarkan skala Likert 5 poin.¹² Jika responden memperoleh nilai kurang dari sama dengan 19, hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki intensitas yang normal dalam menggunakan media sosial. Adapun nilai antara 20-39 menunjukkan adiksi media sosial ringan, lalu nilai 40-69 mengindikasikan adiksi media sosial sedang, dan nilai 70-90 menunjukkan bahwa responden memiliki indikasi dalam mengalami adiksi media sosial berat.¹³

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Karakteristik Responden

Tabel 1. Gambaran Karakteristik Responden

| Karakteristik Responden | N | % |
|-------------------------|-----|------|
| Usia | | |
| < 20 tahun | 110 | 57,0 |
| ≥ 20 tahun | 83 | 43,0 |
| Jenis Kelamin | | |
| Laki-laki | 56 | 29,0 |
| Perempuan | 137 | 71,0 |
| Angkatan | | |
| 2018 | 62 | 32,1 |
| 2019 | 63 | 32,6 |
| 2020 | 68 | 35,2 |

Tabel 2. Gambaran Penggunaan Media Sosial

| Penggunaan Media Sosial | Adiksi Media Sosial | | | | | | Total (N) | p |
|--|---------------------|-------|--------|------|-------|------|-----------|-------|
| | Ringan | | Sedang | | Berat | | | |
| | N | % | N | % | N | % | | |
| Usia mulai menggunakan medsos | | | | | | | | |
| 5-12 tahun | 20 | 13,7 | 115 | 78,8 | 11 | 7,5 | 146 | 0,241 |
| 13-19 tahun | 11 | 23,4 | 34 | 72,3 | 2 | 4,3 | 47 | |
| Jumlah medsos digunakan | | | | | | | | |
| 1 | 1 | 100,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 0,044 |
| 2 | 1 | 33,3 | 1 | 33,3 | 1 | 3,3 | 3 | |
| ≥ 3 | 29 | 15,3 | 148 | 78,3 | 12 | 6,3 | 189 | |
| Medsos yang digunakan | | | | | | | | |
| Facebook | 11 | 15,7 | 53 | 75,7 | 6 | 8,6 | 70 | 0,012 |
| Twitter | 11 | 12,2 | 71 | 78,9 | 8 | 8,9 | 90 | |
| Instagram | 29 | 15,4 | 146 | 77,7 | 13 | 6,9 | 188 | |
| Google+ | 2 | 10,5 | 16 | 84,2 | 1 | 5,3 | 19 | |
| Snapchat | 6 | 12,8 | 34 | 72,3 | 7 | 14,9 | 47 | |
| Tumblr | 2 | 20,0 | 7 | 70,0 | 1 | 10,0 | 10 | |
| Youtube | 26 | 14,4 | 141 | 78,3 | 13 | 7,2 | 180 | |
| LINE | 30 | 15,8 | 148 | 77,9 | 12 | 6,3 | 190 | |
| Ask.fm | 1 | 12,5 | 5 | 62,5 | 2 | 25,0 | 8 | |
| TikTok | 9 | 8,3 | 90 | 83,3 | 9 | 8,3 | 108 | |
| WhatsApp | 27 | 14,8 | 144 | 78,7 | 12 | 6,6 | 183 | |
| Lain-lain | 4 | 20,0 | 15 | 75,0 | 1 | 5,0 | 20 | |
| Frekuensi menggunakan medsos/hari | | | | | | | | |
| 1-3 kali | 4 | 50,0 | 4 | 50,0 | 0 | 0,0 | 8 | 0,001 |
| 4-6 kali | 10 | 35,7 | 18 | 64,3 | 0 | 0,0 | 28 | |
| > 6 kali | 17 | 10,8 | 127 | 80,9 | 13 | 8,3 | 157 | |
| Durasi menggunakan medsos | | | | | | | | |
| 10-15 menit | 8 | 34,8 | 15 | 65,2 | 0 | 0,0 | 23 | 0,021 |
| 16-30 menit | 9 | 25,7 | 25 | 71,4 | 1 | 2,9 | 35 | |

| | | | | | | | | |
|--|----|------|-----|------|----|------|-----|-------|
| 31-45 menit | 6 | 15,4 | 30 | 76,9 | 3 | 7,7 | 39 | |
| ≥ 60 menit | 8 | 8,3 | 79 | 82,3 | 9 | 9,4 | 96 | |
| Aktivitas saat menggunakan medsos | | | | | | | | |
| Upload foto, video, status | 13 | 10,9 | 95 | 79,8 | 11 | 9,2 | 119 | 0,165 |
| Memberi komentar | 8 | 8,9 | 73 | 81,1 | 9 | 10,0 | 90 | |
| Membaca komentar | 16 | 11,6 | 113 | 81,9 | 9 | 6,5 | 138 | |
| Berjualan | 1 | 5,0 | 16 | 80,0 | 3 | 15,0 | 20 | |
| Belanja <i>online</i> | 12 | 10,7 | 89 | 79,5 | 11 | 9,8 | 112 | |
| Lain-lain | 19 | 24,7 | 55 | 71,4 | 3 | 3,9 | 77 | |
| Pengalaman Cyberbully | | | | | | | | |
| Tidak pernah | 26 | 18,6 | 107 | 76,4 | 7 | 5,0 | 140 | 0,054 |
| Ancaman di media sosial | 1 | 8,3 | 10 | 83,3 | 1 | 8,3 | 12 | |
| Kata-kata kasar (umpatan) di media sosial | 1 | 2,9 | 28 | 80,0 | 6 | 17,1 | 35 | |
| Mendengar informasi bohong tentang diri sendiri | 2 | 14,3 | 10 | 71,4 | 2 | 14,3 | 14 | |
| Mendapat ejekan | 3 | 8,3 | 28 | 77,8 | 5 | 13,9 | 36 | |
| Penggunaan medsos yang Sama oleh Orang Tua Responden | | | | | | | | |
| Iya | 28 | 16,9 | 126 | 75,9 | 12 | 7,2 | 166 | 0,558 |
| Tidak | 3 | 11,1 | 23 | 85,2 | 1 | 3,7 | 27 | |
| Penggunaan Media Sosial oleh Orang Tua Responden Secara Aktif | | | | | | | | |
| Iya | 16 | 12,5 | 102 | 79,7 | 10 | 7,8 | 128 | 0,138 |
| Tidak | 15 | 23,1 | 47 | 72,3 | 3 | 4,6 | 65 | |
| Kontrol Penggunaan Media Sosial oleh Orang Tua Responden | | | | | | | | |
| Iya | 6 | 9,5 | 54 | 85,7 | 3 | 4,8 | 63 | 0,142 |
| Tidak | 25 | 19,2 | 95 | 73,1 | 10 | 7,7 | 130 | |
| Adiksi Media Sosial | | | | | | | | |
| Normal | | | | | | | 0 | |
| Ringan | | | | | | | 31 | |
| Sedang | | | | | | | 149 | |
| Berat | | | | | | | 13 | |

Gambaran Adiksi Media Sosial

Tabel 3. Gambaran Adiksi Media Sosial Berdasarkan Karakteristik Responden

| Karakteristik Responden | Adiksi Media Sosial | | | | | | p |
|-------------------------|---------------------|------|--------|------|-------|------|-------|
| | Ringan | | Sedang | | Berat | | |
| | N | % | N | % | N | % | |
| Usia | | | | | | | 0,919 |
| < 20 tahun | 17 | 15,5 | 85 | 77,3 | 8 | 7,3 | |
| ≥ 20 tahun | 14 | 16,9 | 64 | 77,1 | 5 | 6,0 | |
| Jenis Kelamin | | | | | | | 0,406 |
| Laki-laki | 11 | 19,6 | 43 | 76,8 | 2 | 3,6 | |
| Perempuan | 20 | 14,6 | 106 | 77,4 | 11 | 8,0 | |
| Angkatan | | | | | | | 0,550 |
| 2018 | 9 | 14,5 | 49 | 79,0 | 4 | 6,5 | |
| 2019 | 10 | 15,9 | 51 | 81,0 | 2 | 3,2 | |
| 2020 | 12 | 17,6 | 49 | 72,1 | 7 | 10,3 | |

Sebanyak 77,3% responden berusia < 20 tahun mengalami adiksi media sosial sedang. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mark dan Daria yang menyatakan bahwa orang yang berusia lebih muda cenderung beresiko mengalami adiksi media sosial.¹⁴ Dalam fase remaja, terjadi eksplorasi identitas diri. Selain itu, remaja memiliki keingintahuan yang cukup besar dan belum mengetahui kegiatan yang sesuai, sehingga para remaja berpotensi mengalami adiksi.¹⁵

Dari aspek jenis kelamin, 71,0% merupakan perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yusuf dan lainnya yang memaparkan bahwa terdapat lebih banyak responden perempuan (63,0%) daripada laki-laki (37,0%). Penelitian ini memperlihatkan bahwa lebih banyak perempuan yang mengalami adiksi media sosial sedang (77,4%) daripada laki-laki (76,8%). Perempuan dikatakan cenderung mengalami adiksi media sosial karena para perempuan lebih suka mengekspresikan diri.¹⁶ Namun, penelitian dari Rafi dan yang lainnya menemukan bahwa laki-laki cenderung mengalami adiksi media sosial daripada perempuan. Hal ini dapat dikaitkan dengan penggunaan media sosial oleh laki-laki untuk mencari teman dengan minat yang sama.¹⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 75,6% mengakses media sosial untuk pertama kalinya pada rentang usia 5–12 tahun, dan terlihat bahwa 77,3% yang pertama kali mengakses media sosial pada usia sekolah mengalami adiksi media sosial sedang. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Jia dan yang lainnya yang mengatakan bahwa adiksi media sosial dapat dipicu karena lingkungan sekolah yang buruk.¹⁸ Saat menduduki usia sekolah, masyarakat akan mencari teman dalam

upaya menemukan identitas diri. Tetapi, di zaman sekarang, media sosial mulai digunakan pada masa sekolah agar terlihat lebih tenar.¹⁹

Berdasarkan jumlah media sosial yang digunakan, 97,9% menggunakan lebih dari sama dengan 3 media sosial, dan 78,3% yang menggunakan lebih dari sama dengan 3 media sosial mengalami adiksi media sosial sedang. Adapun survei dari Data Reportal sendiri mengemukakan bahwa masyarakat umumnya menggunakan lebih dari 6 media sosial.²⁰ Sebanyak 98,4% menggunakan LINE sebagai salah satu media yang sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan 77,9% yang menggunakan LINE mengalami adiksi media sosial sedang. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi, yang mana penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah *Whatsapp*.²¹

Terdapat 81,3% yang mengecek akun media sosial lebih dari 6 kali, dan 80,9% yang melihat akun media sosial sebanyak lebih dari 6 kali mengalami adiksi media sosial sedang. Hasil penelitian dari Julia menunjukkan bahwa umumnya orang mengecek media sosial sebanyak 5 hingga 15 kali dalam sehari. Biasanya, masyarakat akan melihat gambar dan mengunggah foto sebelum dan sesudah tidur sehingga seringkali masyarakat mengecek akun media sosialnya.²² Terlihat bahwa 49,7% menggunakan media sosial selama lebih dari sama dengan 60 menit, dan 82,3% mengalami adiksi media sosial sedang. Penemuan ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Jerome yang mengemukakan bahwa masyarakat menggunakan media sosial selama 60 menit dalam sehari.²³

Sebanyak 71,5% menggunakan media sosial untuk membaca komentar di akun media sosialnya sendiri dan orang lain, dan 81,9% yang melakukan aktivitas tersebut mengalami adiksi media sosial sedang. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Daria dan Mark yang mengemukakan bahwa masyarakat umumnya menggunakan media sosial untuk membaca komentar pada akun media sosial orang lain atau miliknya sendiri.²⁴ Terdapat 18,7% yang pernah mendapat ejekan di media sosial. Survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dan UNICEF memperlihatkan bahwa 13% pernah menerima ejekan, ancaman, serta dipermalukan melalui media sosial.²⁵ Dalam media sosial, seseorang dapat mengungkapkan apapun karena seseorang tidak akan mengetahui reaksi dari lawan bicara yang dituju, sehingga orang dapat saling menyindir antara satu dengan yang lain.²⁶

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa 86,0% menyatakan bahwa orang tuanya menggunakan media sosial yang sama dengan responden, 66,3% orang tua responden menggunakan media sosial secara aktif, dan 32,6% orang tua responden memantau penggunaan media sosial responden. Orang tua dan anak memiliki kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan media sosial. Media sosial menjadi sarana pengawasan bagi orang tua dalam memantau anaknya.²⁷

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 77,2% yang mengalami adiksi media sosial sedang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seyyed dan lainnya yang mengemukakan bahwa sebagian besar responden (70,6%) mengalami adiksi media sosial sedang.¹³ Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa seluruh responden mengalami adiksi media sosial. Hal itu dapat disebabkan oleh faktor internal dari responden, seperti faktor biologis, faktor sosial, dan faktor psikologis.²⁸ Selain faktor internal, beberapa faktor eksternal juga turut berperan, seperti teman responden yang juga menggunakan media sosial sehingga responden juga merasa harus menggunakannya, dan hubungan keluarga yang kurang harmonis menyebabkan responden menggunakan media sosial untuk mengalihkan perhatian.²⁹ Adapun kebiasaan masyarakat dapat berubah dikarenakan pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung. Dengan adanya pandemi COVID-19, masyarakat seringkali menghabiskan waktunya di rumah, yang mana salah satunya dengan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, mencari hiburan dan mendapatkan informasi.³⁰

Gambaran *Self-esteem*

Tabel 5. Gambaran *Self-esteem* Responden

| <i>Self-esteem</i> | N | % |
|--------------------|-----|------|
| Tinggi | 148 | 76,7 |
| Rendah | 45 | 23,3 |

Hubungan *Self-esteem* dengan Adiksi Media Sosial

Tabel 6. Hubungan *Self-esteem* dengan Adiksi Media Sosial

| <i>Self-esteem</i> | Adiksi Media Sosial | | | | | | Total | p | |
|--------------------|---------------------|-------|--------|------|-------|------|-------|-------|-------|
| | Ringan | | Sedang | | Berat | | | | |
| | N | % | N | % | N | % | | | |
| Tinggi | 23 | 15,5% | 118 | 79,7 | 7 | 4,7 | 148 | 100,0 | 0,109 |
| Rendah | 8 | 17,8 | 31 | 68,9 | 6 | 13,3 | 45 | 100,0 | |

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan adiksi media sosial ($p > 0,05$). Hal ini selaras dengan penelitian Esa dan Ali yang menyatakan bahwa *self-esteem* tidak berhubungan secara signifikan dengan adiksi media sosial.³¹ Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tanvi dan Peel yang mengemukakan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan yang signifikan dengan adiksi media sosial.³² Adiksi media sosial bukan satu-satunya faktor yang berpengaruh pada *self-esteem*. Terdapat beberapa faktor yang berperan dalam *self-esteem* seseorang, seperti lingkungan keluarga, lingkungan sosial, faktor psikologis, dan jenis kelamin.³³ Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mungkin menggunakan media sosial secara bijak sehingga penggunaan media sosial tersebut tidak berdampak pada *self-esteem* para responden. Penelitian Alkan dan Bardakci memperlihatkan bahwa media sosial digunakan menyelesaikan tugas, berinteraksi dengan teman, dan mencari dukungan selain mencari hiburan.³⁴

Adiksi media sosial sendiri dapat dinilai menggunakan beberapa kuesioner, seperti *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS), *Social Media Disorder* (SMD) *Scale*, *Social Media Addiction Scale* (SMAS), dan *Social Media Addiction Questionnaire* (SMAQ).^{32,35,36} Penelitian Tanvi dan Peel menggunakan kuesioner *Social Media Addiction Scale* (SMAS), sedangkan penelitian ini menggunakan kuesioner *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS). Tavşancıl menyatakan bahwa nilai varians dikatakan ideal jika berada dalam kisaran 40 - 60%. Kuesioner

Social Media Addiction Scale (SMAS) memiliki nilai varians sebesar 59%, yang mana nilai tersebut umumnya diterima dalam dunia penelitian.³⁷ Selain itu, kuesioner SMAS memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,93, dan *cronbach alpha* kuesioner BSMAS bernilai 0,857.^{32,37} Hal tersebut mungkin dapat memengaruhi hasil penelitian ini menjadi berbeda dengan hasil penelitian Tanvi dan Peel.³²

Simpulan

Sebagian besar responden mengalami adiksi media sosial sedang dan memiliki *self-esteem* tinggi. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dengan adiksi media sosial. Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai adiksi media sosial dan *self-esteem* terkait faktor-faktor yang memengaruhinya.

Daftar Pustaka

1. Watie E. Komunikasi dan media sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*. 2011;3(1):69-74.
2. Putri W, Nurwati N, S. M. Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. 2016;3(1):1-154.
3. Data Reportal. Digital 2019: Indonesia. [Internet]. [dikutip 29 September 2020]. Diunduh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
4. Kristanti SA, Eva N. Self-esteem dan self-disclosure generasi Z pengguna instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*. 2022;13(1):10–20.
5. Rahardjo W, Qomariyah N, Andriani I, Hermita M, Zanah F. Adiksi media sosial pada remaja pengguna instagram dan whatsapp: Memahami peran need fulfillment dan social media engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*. 2020;18(1):5-16.
6. Srisayekti W, Setiady D. Harga-diri (Self-Esteem) terancam dan perilaku menghindar. *Jurnal Psikologi*. 2015;42(2):141-56.
7. Utami M. Hubungan antara harga diri dan penyesuaian diri siswi kelas X SMA Tarakanita 1. *Jurnal Psiko-Edukasi*. 2016;14(1):68-76.
8. Ingólfssdóttir H. The relationship between social media use and self-esteem: gender difference and the effects of parental support. Reykjavík: Reykjavík University; 2017.
9. Chasanah U, Murtadho A. Life satisfaction, problematic social media use and self-esteem as the mediator. *Jurnal Bimbingan Konseling*. 2020;9(1):18-23.
10. Ratri H. Hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri remaja di SMA Negeri 2 Jember [skripsi]. Jember: Universitas Jember; 2018.
11. Shirley Ryan AbilityLab. Rosenberg self-esteem scale. [Internet]. [dikutip 30 December 2020]. Diunduh dari <https://www.sralab.org/rehabilitation-measures/rosenberg-self-esteem-scale>
12. Lin C, Broström A, Nilsen P, Griffiths M, Pakpour A. Psychometric validation of the Persian Bergen social media addiction scale using classic test theory and rasch models. *Journal of Behavioral Addictions*. 2017;6(4):620-9
13. Azizi, S., Soroush, A. and Khatony, A., 2019. The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: a cross-sectional study. *BMC Psychology*. 7(1), pp.1-8.
14. Griffiths M, Kuss D. Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*. 2017;35(3):49-52.
15. Wulandari R, Netrawati N. Analisis tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*. 2020;5(2):41-6.
16. Yusuf A, Rachmawati P, Rachmawati D. The correlation of internet addiction towards adolescents' social interaction. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*. 2020;0(0):1-5.
17. Alnjadat R, Hmaid MM, Samha TE, Kilani MM, Hasswan AM. Gender variations in social media usage and academic performance among the students of University of Sharjah. *Journal of Taibah University Medical Sciences*. 2019;14(4):390–4.
18. Jia J, Li D, Li X, Zhou Y, Wang Y, Sun W. Psychological security and deviant peer affiliation as mediators between teacher-student relationship and adolescent internet addiction. *Computers in Human Behavior*. 2017;73:345-52.
19. Gantiny T. Gambaran self-esteem siswa yang mengalami kecanduan media sosial di sekolah menengah pertama. *FOKUS (Kajian*

- Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan). 2018;1(4):168-73.
20. DataReportal. Global social media stats [Internet]. [dikutip 17 May 2021]. Diunduh dari <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=The%20typical%20user%20actively%20uses,using%20social%20media%20each%20day>
 21. Saputra A. Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Kota Padang menggunakan teori uses and gratifications. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*. 2019;40(2):207-16.
 22. Wallis J. *The Effects of social media on the body satisfaction of adolescent and young adult females*. Manhattan: Kansas State University; 2015.
 23. Christia J. A Comparison of demographics and social media preferences in an obgyn office [Internet]. [dikutip 19 Mei 2020]. Diunduh dari: https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1455&context=ama_proceedings
 24. Kuss D, Griffiths M. Online Social networking and addiction—A Review of the psychological literature. *international journal of environmental research and public health*. 2011;8(9):3528-52.
 25. Rastati R. Bentuk perundungan siber di media sosial dan pencegahannya bagi korban dan pelaku. *Jurnal Socioteknologi*. 2016;15(2):169-86.
 26. Astuti F. *Perilaku hate speech pada remaja di media sosial instagram [skripsi]*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta; 2019.
 27. Pratiwi M, Mukaromah M, Herdiningsih W. Peran pengawasan orangtua pada anak pengguna media sosial. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*. 2018;22(1):37-57.
 28. Montag C, Reuter M. Internet addiction. In: *The Evolution of internet addiction disorder*. Switzerland: Springer International Publishing, 2015. p. 6-10.
 29. Rakhmawati W, Kosasih C, Widiasih R, Suryani S, Arifin H. Internet addiction among male adolescents in Indonesia: A Qualitative Study. *American Journal of Men's Health*. 2021;15(3):1-9.
 30. Zhao N, Zhou G. COVID-19 Stress and addictive social media use (SMU): mediating role of active use and social media flow. *Frontiers in Psychiatry*. 2021;12.
 31. Wahyuni E, Maksum A. Self-Esteem and social media addiction among college students: Contribution gender as moderator. *1st International Conference on Engineering, Technology, and Social Sciences (ICONETOS)*. 2020;1(1):34-8.
 32. Pawar T, Shah J. The relationship between social media addiction, self-esteem, sensation seeking and boredom among college students. *Indian Journal of Mental Health*. 2019;6(4):333-9.
 33. Istiana I. Perbedaan harga diri remaja ditinjau dari status keluarga pada SMA Al - Ulum Medan. *Jurnal Psikologi Konseling*. 2017;10(1):25-39.
 34. Aksoy M. A Qualitative study on the reasons for social media addiction. *European Journal of Educational Research*. 2018;7(4):861-5.
 35. Shahnawaz M, Rehman U. Social networking addiction scale. *Cogent Psychology*. 2020;7(1):1-16.
 36. Hawi N, Samaha M. The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*. 2016;35(5):576-86.
 37. Tutgun-Ünal A, Deniz L. Development of the social media addiction scale. *AJIT-e Online Academic Journal of Information Technology*. 2015;6(21):51-70.