

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kecanduan Media Sosial

1. Pengertian Kecanduan Media Sosial

Cooper (2000), menjelaskan bahwa kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi. Seseorang biasanya secara otomatis akan melakukan apa yang disukai pada kesempatan yang ada. Kecanduan merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang sangat kuat. Orang yang mengalami kecanduan tidak mampu terlepas dari keadaan tersebut, orang itu kurang mampu mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan kegiatan tertentu yang disukai. Seseorang yang sudah kecanduan akan merasa terhukum apabila tidak memenuhi hasrat kebiasaannya. Menurut Hovart (1989), kecanduan tidak hanya terhadap zat saja tapi juga aktivitas tertentu yang dilakukan berulang-ulang dan menimbulkan dampak negatif.

Menurut Griffiths seorang pecandu tidak dapat mengontrol diri sehingga mengabaikan kegiatan lainnya. Umumnya, remaja yang mengalami kecanduan media sosial asyik sehingga lupa waktu, keadaan lingkungan sekitarnya, dan kewajiban lain. Konsep kecanduan dapat diterapkan pada perilaku secara luas, termasuk kecanduan teknologi komunikasi informasi (ICT) (Yuwanto, 2010)

Goldberg (dalam Saliceti, 2015) menggambarkan kecanduan internet sebagai patologi, gangguan yang terlalu sering menggunakan teknologi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

internet, termasuk berbagai perilaku dan kurangnya kontrol. Kecanduan terhadap internet terlihat dari intensi waktu yang digunakan seseorang untuk terpaku di depan komputer atau segala macam alat elektronik yang memiliki koneksi internet, dimana akibat banyaknya waktu yang mereka gunakan untuk *online* membuat mereka tidak peduli dengan kehidupan mereka yang terancam di luar sana (Santoso, 2013). Hal yang sama juga dikatakan oleh Menayes (2015) bahwa kecanduan internet hampir tidak dapat dibedakan dengan kecanduan media sosial terutama digunakan diperangkat seluler. Perangkat seluler menyediakan akses mudah ke internet yang bisa digunakan ditempat dan waktu kapanpun.

Kecanduan media sosial dapat disimpulkan sebagai seperangkat aplikasi dalam jaringan internet yang memudahkan penggunaanya untuk berpartisipasi dalam membagi berita, informasi, dan konten kepada orang lain dengan menghabiskan waktu yang sangat banyak dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat *online* dan seseorang yang kecanduan merasa terhukum apabila tidak memenuhi hasratnya.

2. Aspek-Aspek Kecanduan Media Sosial

Aspek kecanduan media sosial yang digunakan dalam skala alat ukur Menayes (2015) ini merupakan hasil adaptasi dari IAT (*Internet Addiction Test*) Young (1996) disesuaikan dengan konteks kecanduan media sosial yang mengacu pada dimensi kecanduan internet:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Social Consequences* (Konsekuensi sosial)

Social Consequences atau konsekuensi sosial merupakan cerminan penggunaan media sosial yang mempengaruhi kegiatan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengabaikan teman dan akademik yang memburuk.

b. *Time Displacement* (Pengalihan Waktu)

Time displacement atau pengalihan waktu merupakan cerminan waktu yang digunakan oleh pengguna media sosial, seperti : penggunaan media sosial yang berlebihan, mengabaikan tugas yang harus dilaksanakan, dan peningkatan waktu yang digunakan dalam bermedia sosial.

c. *Compulsive Feelings* (Perasaan Kompulsif)

Compulsive Feelings atau perasaan kompulsif merupakan kecenderungan yang mencerminkan perasaan pengguna media sosial. Misalnya perasaan bosan ketika tidak menggunakan media sosial dan dorongan untuk terus menerus menggunakan media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas maka terdapat tiga aspek kecanduan media sosial yaitu, *social consequences* (konsekuensi sosial), *time displacement* (pengalihan waktu) dan *compulsive feelings* (perasaan kompulsif).

3. Faktor-faktor Kecanduan Media Sosial

Young (dalam Hariadi, 2018) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kecanduan internet diantaranya adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Gender

Gender mempengaruhi jenis aplikasi yang digunakan dan penyebab individu tersebut mengalami kecanduan internet. Laki-laki lebih sering mengalami kecanduan terhadap game online, situs porno, dan perjudian online, sedangkan perempuan lebih sering mengalami kecanduan terhadap *chatting* dan berbelanja online.

b. Kondisi Psikologis

Kecanduan internet juga timbul akibat masalah-masalah emosional seperti depresi dan gangguan kecemasan dan sering menggunakan dunia fantasi di internet sebagai pengalihan secara psikologis terhadap perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan atau situasi yang menimbulkan stress. Berdasarkan hasil survei ini juga diperoleh bahwa 75% individu yang mengalami kecanduan internet disebabkan adanya masalah dalam hubungannya dengan orang lain, kemudian individu tersebut mulai menggunakan aplikasi-aplikasi online yang bersifat interaktif seperti *chat room* dan *game online* sebagai cara untuk membentuk hubungan baru dan lebih percaya diri dalam berhubungan dengan orang lain melalui internet (*need of relatedness*).

c. Kondisi Sosial Ekonomi

Individu yang telah bekerja memiliki kemungkinan lebih besar mengalami kecanduan internet dibandingkan dengan individu yang belum bekerja. Hal ini didukung bahwa individu yang telah bekerja memiliki

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fasilitas internet dikantornya dan juga memiliki sejumlah gaji yang memungkinkan individu tersebut memiliki memiliki komputer dll.

d. Tujuan dan Waktu Penggunaan Internet

Tujuan menggunakan internet akan menentukan sejauh mana individu tersebut akan mengalami kecanduan internet, terutama dikaitkan terhadap banyaknya waktu yang dihabiskannya sendirian di depan *smartphone* atau komputer tempat mereka menghabiskan waktu untuk mengakses internet terutama bermedia sosial. Hal ini diakibatkan tujuan penggunaan internet bukan digunakan sebagai upaya untuk mengatasi atau melarikan diri dari masalah-masalah yang dihadapinya di kehidupan nyata atau sekedar hiburan.

4. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial adalah media *Online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain *Blog*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Wikipedia*.

Definisi lain dari media sosial juga dijelaskan oleh (Boyd & Ellison, 2007). Menurutnya media sosial adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* dengan avatar/karakter 3D.

Media sosial mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, *webblog*, blog sosial, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

video, peringat dan *bookmark* sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian, kehadiran media sosial kekayaan dan proses sosial (*self-presentasi, self-disclosure*) (Kaplan dan Haenlein, 2010).

Kaplan dan Haenlein (2010), ada enam jenis media sosial :

a) Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan user-nya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun *me-remove* konten – konten yang ada di *website* ini. Contohnya *wikipedia*.

b) *Blog* dan *microblog*

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di *blog* ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya *Twitter, Blogspot, Tumblr, Path, instagram* dan lain-lain.

c) Konten

Para *user* dari pengguna *website* ini saling meng-*share* konten-konten media, baik seperti *video, ebook, gambar* dan lain-lain. Contohnya *Youtube*.

d) Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh *Facebook, Path, Instagram* dan lain-lain.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e) *Virtual game world*

Dunia *virtual* dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, contohnya *game online*.

f) *Virtual social world*.

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia *virtual*, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih kearah kehidupan, contohnya *second life*.

Media sosial saat ini telah berkembang sangat pesat dari yang awalnya manusia hanya dapat berhubungan jarak dekat kini manusia dapat berhubungan dengan siapapun, dimanapun dan kapanpun tanpa memandang jarak dan waktu. Seiring perkembangannya tersebut kini media sosial juga sudah terbagi 6 jenis media sosial.

B. *Relatedness*

1. *Pengertian Relatedness*

Relatedness didefinisikan oleh Erich Fromm sebagai kebutuhan untuk bergabung dan menjadi bagian dari sesuatu, dijelaskan sebagai perasaan solidaritas terhadap seseorang atau sekelompok orang yang terdiri dari indikator reciprocal relation of a mutually gratifying nature (hubungan timbal balik yang saling memuaskan), empati, pengertian dan kemampuan melakukan komunikasi mendalam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sementara Baumeister dan Leary (Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Lens & Soenens, 2010) mengartikan *relatedness* sebagai kecenderungan melekat pada individu untuk merasa terhubung dengan orang lain, yaitu untuk menjadi anggota kelompok, untuk mencintai dan peduli, serta dicintai dan diperhatikan.

Menurut Ryan dan La Guardia (Vlachopoulos & Michailidou, 2006) *relatedness* mencerminkan keinginan untuk memiliki orang lain merespon dengan kepekaan dan kepedulian akan pengalaman mereka dan seseorang yang menyampaikan hal tersebut ialah mereka yang berarti dan dicintai.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa *relatedness* merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk menyatu dan melekat dengan orang lain, untuk bisa mencintai dan dicintai, untuk peduli dan memperhatikan orang lain serta diperhatikan dan dianggap berarti oleh orang lain.

2. Dimensi *Relatedness*

Menurut Richer dan Vallerand (1998) (dalam Auzolt 2013) mengidentifikasi dua dimensi penting dari *relatedness* yaitu:

1. *Intimacy* (keintiman) : Yaitu perasaan kedekatan secara emosional dengan rekan-rekan. Komponen emosi dari cinta yang meliputi perasaan hangat, *sharing*, dan kedekatan emosi serta mengandung pengertian sebagai elemen afeksi yang mendorong individu untuk selalu melakukan kedekatan emosional dengan orang yang dicintainya. (Papalia, 2004).
2. *Acceptance* (penerimaan) : Yaitu perasaan dipahami dan diterima oleh orang lain.

C. Kerangka berfikir

Sebagai makhluk sosial manusia memiliki kebutuhan akan kehadiran orang lain. Kebutuhan untuk di mengerti menyatu dan melekat dengan orang lain, hal itu di sebut dengan *Relatedness*. Menurut Ryan dan La Guardia (Vlachopoulos & Michailidou, 2006) *relatedness* mencerminkan keinginan untuk memiliki orang lain merespon dengan kepekaan dan kepedulian akan pengalaman mereka dan seseorang yang menyampaikan hal tersebut ialah mereka yang berarti dan dicintai. Richerdan Vallerand (1998) mengidentifikasi dua dimensi penting dari *relatedness* yakni didefinisikan oleh rasa keintiman dan kedekatan antara dua orang atau lebih, juga rasa penerimaan yang mengatakan bahwa individu merasa dipahami dan didengarkan oleh orang-orang. Hal yang sama juga diutarakan oleh Lavigne, Vallerand, dan Crevier-Braud (Auzoult, 2013), mereka menganggap bahwa *relatedness* dapat dijelaskan dari cerminan rasa penerimaa (*acceptance*) yaitu perasaan dipahami dan diterima oleh orang lain, serta rasa keintiman (*intimacy*), yaitu perasaan melekat secara emosional dengan rekan-rekan. Jadi, *relatedness* terdiri dari dua dimensi utama yaitu keintiman (*intimacy*) dan penerimaan (*acceptance*).

Orang yang mendapatkan keintiman dan penerimaan diri yang baik dari lingkungannya akan cenderung lebih senang untuk berinteraksi secara langsung. Membuat mereka tidak terlalu mengutamakan interaksi melalui media sosial. Lain halnya ketika kebutuhan untuk merasa dekat dan diterima secara langsung itu tidak di dapatkan dengan baik, seseorang akan cenderung untuk memenuhi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan tersebut melalui cara lain. Salah satunya dengan mencari pemenuhan kebutuhan untuk di cintai melalui media sosial.

Perkembangan media sosial yang semakin maju bisa menjadi alat untuk mempermudah komunikasi dan menciptakan keakraban dengan orang lain. Banyak orang yang merasa melekat secara emosi dengan rekan rekannya melalui media sosial, membuat mereka semakin nyaman dan senang menggunakan media sosial, dan hal itu bisa membuat orang untuk lebih ingin berinteraksi secara tidak langsung, hal ini di akibatkan salah satunya karena orang merasa akan lebih praktis jika komunikasi itu di lakukan melalui media, hal itu juga yang akhirnya dapat menjadi faktor pemicu perilaku kecanduan atau ketergantungan dengan media sosial.

Kecanduan sendiri Menurut (Yuwanto, 2010) adalah Konsep kecanduan dapat diterapkan pada perilaku secara luas, termasuk kecanduan teknologi komunikasi informasi (ICT). Griffiths (Essau, 2008) menyatakan bahwa kecanduan merupakan aspek perilaku yang kompulsif, adanya ketergantungan, dan kurangnya kontrol. Cooper (2000) berpendapat bahwa kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi. Individu biasanya secara otomatis akan melakukan apa yang disenangi pada kesempatan yang ada akibat kurangnya kontrol terhadap perilaku sehingga merasa terhukum apabila tidak memenuhi hasrat dan kebiasaannya.

Relatedness merupakan kebutuhan mendasar setiap orang untuk di terima dan di cintai dengan lingkungannya. Ketika seseorang di terima dengan baik di lingkungannya akan membuat dia merasa lebih nyaman untuk berinteraksi secara

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung dengan orang sekitar tanpa harus menggunakan perantara seperti media sosial .Tapi jika orang tersebut kurang di terima dan di cintai lingkungannya, mereka cenderung akan berusaha untuk mendapatkan kebutuhan diterima dan di cintai dengan orang lain melalui media ,ketika orang sudah mulai merasa nyaman yang berlebihan dengan media sosialnya akan menyebabkan intensitas penggunaan media sosial lebih meningkat dan membuat ketergantungan dengan media sosial tersebut,yang pada akhirnya dapat berdampak menjadi kecanduan.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut : terdapat hubungan negatif antara *relatedness* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Semakin tinggi kebutuhan *relatedness* yang diterima maka semakin rendah kecanduan media sosial yang dialami remaja. Begitu juga sebaliknya semakin rendah kebutuhan *relatedness* maka semakin tinggi kecanduan media sosial yang dialami remaja.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.