

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kepribadian

1. Pengertian Kepribadian

Kata *personality* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Yunani-kuno *prosopon* atau *persona*, yang artinya ‘topeng’ yang biasa dipakai artis dalam teater. Para artis itu bertingkah laku sesuai dengan ekspresi topeng yang dipakainya, seolah-olah topeng itu mewakili ciri kepribadian tertentu (Alwisol, 2005).

Menurut Allport kepribadian adalah suatu organisasi dinamik dari sistem psikofisik yang menentukan model penyesuaian individu dengan lingkungan. Definisi ini menekankan pada atribut eksternal seperti peran individu dalam lingkungan sosial, penampilan individu, dan reaksi individu terhadap orang lain (Allport dalam Asra, 2008; Alwisol, 2005). Adler menyatakan kepribadian adalah suatu konfigurasi motif, sifat serta nilai-nilai yang khas yang menjadikan corak khas gaya kehidupan yang bersifat individual. (Adler dalam Asra, 2008).

Murray menyatakan kepribadian adalah suatu lembaga yang mengatur organ tubuh, yang sejak lahir sampai mati tidak pernah berhenti terlibat dalam perubahan kegiatan fungsional. Guilford menyatakan kepribadian adalah pola trait-trait yang unik dari seseorang. Phares menyatakan kepribadian adalah pola khas dari pikiran, perasaan, dan

tingkah laku yang membedakan orang satu dengan yang lainnya dan tidak berubah lintas waktu dan situasi. (Murray dalam Asra,2008).

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah sifat-sifat unik yang ada dalam diri setiap individu yang membedakan individu satu dan lainnya. Kemudian juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi individu untuk berinteraksi dengan lingkungannya.

2. Pengertian *Big Five Personality*

Setelah beberapa dekade, cabang psikologi kepribadian memperoleh suatu pendekatan taksonomi kepribadian yang dapat diterima secara umum yaitu dimensi "*Big Five Personality*". Dimensi *Big Five* pertama kali diperkenalkan oleh Goldberg pada tahun 1981. Dimensi ini tidak mencerminkan perspektif teoritis tertentu, tetapi merupakan hasil dari analisis bahasa alami manusia dalam menjelaskan dirinya sendiri dan orang lain. Taksonomi *Big Five* bukan bertujuan untuk mengganti sistem yang terdahulu, melainkan sebagai penyatu karena dapat memberikan penjelasan sistem kepribadian secara umum. *Big Five* disusun bukan untuk menggolongkan individu ke dalam satu kepribadian tertentu, melainkan untuk menggambarkan sifat-sifat kepribadian yang disadari oleh individu itu sendiri dalam kehidupannya sehari-hari. Pendekatan ini disebut Goldberg sebagai *Fundamental Lexical*. (Goldberg dalam John & Srivastava,1999).

Big Five Personality atau yang juga disebut dengan *Five Factor Model* oleh Costa & McRae dibuat berdasarkan pendekatan yang lebih

sederhana. Peneliti berusaha menemukan unit dasar kepribadian dengan menganalisa kata-kata yang digunakan orang pada umumnya, yang tidak hanya dimengerti oleh para psikolog, namun juga orang biasa (Pervin, 2005).

3. Aspek-aspek dalam *Big Five Personality*

a. *Extroversion*

Sering juga disebut *surgency* adalah orang yang tinggi pada dimensi ini cenderung penuh semangat, antusias, dominan, ramah, dan komunikatif. Orang yang sebaliknya akan cenderung pemalu, tidak percaya diri, submisif dan pendiam.

b. *Agreeableness*

Adalah orang tinggi pada dimensi *Agreeableness* cenderung ramah, kooperatif, mudah percaya dan hangat. Orang yang rendah dalam dimensi ini cenderung dingin, konfrontatif dan kejam.

c. *Conscientiousness*

Disebut juga *Lack Impulsivity* adalah orang yang tinggi pada dimensi *Conscientiousness* umumnya berhati-hati, dapat diandalkan, teratur dan bertanggung jawab. Orang yang rendah dalam dimensi *Conscientiousness* atau impulsif cenderung ceroboh, berantakan, dan tidak dapat diandalkan. Penelitian kepribadian awal menamakan dimensi ini *Will* (kemauan).

d. *Neuroticism*

Disebut juga *Emotional Instability* adalah orang yang tinggi dalam dimensi *Neuroticism* cenderung gugup, sensitive, tegang, dan mudah

cemas. Orang yang rendah dalam dimensi ini cenderung tenang dan santai.

e. Openness

Sering disebut juga *Culture* atau *Intellect* adalah orang yang tinggi dalam dimensi *Openness* umumnya terlihat imajinatif, menyenangkan, kreatif, dan artistik. Orang yang rendah dalam dimensi ini umumnya dangkal, membosankan dan sederhana.

4. Gambaran *Big Five Personality* dengan Pengguna Jejaring Sosial

Penelitian yang dilakukan Ramdhani (2007) mengenai penggunaan *e-mail* dengan kepribadian *openness to experience*, di mana diperoleh hasil bahwa ada hubungan antara kepribadian *openness to experience* dengan penggunaan *e-mail*. Orang yang terbuka mempunyai rasa ingin tahu yang besar dan mempunyai sudut pandang konvensional sehingga bagi individu *openness to experience* penggunaan *e-mail* menantang mereka untuk dapat melakukan sesuatu yang selama ini belum dilakukan dalam rangka meningkatkan kemampuan dirinya.

Kepribadian *agreeableness* juga merupakan salah satu kepribadian yang terkait dengan kecanduan terhadap internet. Individu yang memiliki tingkat *agreeableness* memiliki sedikit permasalahan pada hubungan interpersonalnya, di mana ketika menghadapi suatu konflik, *self-esteem* mereka akan menurun. Selain itu, menghindari usaha langsung untuk memutuskan konflik dengan orang lain. Individu yang mengalami kecanduan internet memiliki permasalahan hubungan dengan individu lain, di mana mereka akan lebih memilih untuk melarikan diri dari permasalahan

yang sedang mereka hadapi di bandingkan harus menyelesaikan masalah tersebut.(Ohorella,2009).

Individu yang mempunyai sifat seperti ini menyukai komunikasi melalui internet karena mereka dapat menemukan ideologi yang radikal atau mendiskusikan hal-hal yang di anggap tabu Young & Rodgers(dalam Ohorella, 2009). Penelitian yang dilakukan Niemz (dalam Ohorella,2009) menunjukkan hasil bahwa siswa yang mengalami gangguan penggunaan internet memiliki harga diri yang rendah dan secara sosial individu tidak merasa kurang ketika mereka sedang online.

Beralihnya individu pada aktivitas internet karena ia merasa mendapatkan teman yang menerima dan tidak menolak sifat atau karakteristik kepribadian yang ia miliki. Individu merasa bahwa aktivitas internet tersebut dapat memberikan informasi yang ia butuhkan. Dengan online individu menemukan perasaan yang menyenangkan, seperti bergairah, gembira, berdebar, atraktif, merasa didukung dan dibutuhkan. Perasaan ini merupakan penguat suatu individu yang mengalami kecanduan internet. Sebaliknya ketika offline individu mendapatkan perasaan yang tidak menyenangkan seperti cemas, dihalangi, frustasi dan sedih. Hasil kategorisasi pada nilai masing-masing skala menunjukkan bahwa kecanduan internet mahasiswa berada pada kategori rendah. Berbeda halnya dengan hasil kategorisasi skala masing-masing dimensi kepribadian *big five*. Dimana dimensi *neuroticism* berada pada kategori sedang, dan dimensi *extroversion*, *openness to experience*, *agreeableness*

dan *conscientiousness* yang berada pada kategori tinggi. (Ohorella & Nu'man, 2009).

McCrae dan Costa mencoba menjelaskan arti dari lima faktor atau dimensi tersebut sebagai berikut: (dalam Pervin, Cervone & Jhon, 2010).

Karakteristik dengan skor yang tinggi	Pendekatan	Karakteristik dengan skor yang rendah
<i>Ekstraversi</i>		
Dapat bersosialisasi, senang berbicara, berorientasi pada orang, optimis, menyukai keceriaan, lembut.	Menilai kuantitas dan intensitas interaksi personal, level aktivitas, kebutuhan akan stimuli, dan kapasitas untuk menikmati.	Menahan diri, bijaksana, sedih, menyendiri, berorientasi pada tugas, menarik diri, diam.
<i>Agreeableness</i>		
Lembut, ramah, dipercaya, pemaaf, mudah dibujuk, terus terang.	Menilai kualitas orientasi interpersonal seseorang sepanjang kontinum dari perasaan dari perasaan terhadap antagonis dalam pemikiran, perasaan dan tindakan.	Klinis, kasar, curiga, tidak kooperatif, pendendam, bengis, pemaarah, manipulatif.
<i>Conscientiousness</i>		
Terorganisir, dapat diandalkan, pekerja keras, disiplin diri, tepat waktu, cermat, rapi, ambisius, keras hati	Menilai tingkat organisasi, ketekunan, dan motivasi dalam perilaku berarah tujuan. Berlawanan dengan orang yang bergantung kepada orang lain dan cerewet dengan mereka yang pemalas dan pembangkang	Tidak berjuang, tidak dapat diandalkan, malas, acuh, sembrono, lemah niat, hedonistik.
<i>Neuroticism</i>		
Cemas, gugup, emosional, tidak aman, tidak cakap, bersedih.	Mengukur penyesuaian diri, mengidentifikasi individu yang mudah stress, memiliki ide yang tidak realistic, menginginkan sesuatu secara berlebihan dan coping secara maladaptif.	Tenang, rileks, tidak emosional, aman, merasa puas, tabah
<i>Openness</i>		
Ingin tahu, minat yang luas, kreatif, orisinal, imajinatif, tidak tradisional	Mengukur pencarian secara proaktif dan penghargaan pengalaman diri, toleransi dan penjelajahan yang tidak familiar	Menurut adat, berpandangan sempit, tidak artistik, tidak analitis

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepribadian

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepribadian seseorang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Faktor Genetik

Faktor genetik mempunyai peranan penting di dalam menentukan kepribadian khususnya yang terkait dengan aspek yang unik dari individu. Pendekatan ini berargumen bahwa keturunan memainkan suatu bagian yang penting dalam menentukan kepribadian seseorang (Mastuti,2005).

b. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan mempunyai pengaruh yang membuat seseorang sama dengan orang lain karena berbagai pengalaman yang dialaminya. Faktor lingkungan terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, keluarga, teman sebaya,dan situasi. Diantara faktor lingkungan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepribadian adalah pengalaman individu sebagai hasil dari budaya tertentu. Masing-masing budaya mempunyai aturan dan pola sanksi sendiri dari perilaku yang dipelajari, ritual dan kepercayaan. Ini berarti masing-masing anggota dari suatu budaya akan mempunyai karakteristik kepribadian tertentu yang umum (Mastuti,2005).

c. Faktor kelas Sosial

Faktor lain yaitu faktor kelas sosial membantu menentukan status individu, peran yang mereka mainkan, tugas yang diembannya dan hak

istimewa yang dimiliki. Faktor ini mempengaruhi bagaimana individu melihat dirinya dan bagaimana mereka mepersepsikan anggota dari kelas sosial lainnya (Mastuti,2005).

B. Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial yang dalam bahasa Inggris disebut *social network sites* merupakan sebuah *web* berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna (Dirgayuza dalam Juditha,2011).

Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia Watkins(dalam Ohorella, 2011). Situs jejaring sosial pertama, yaitu *Sixdegrees.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *lunarstorm*, *live journal*, *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul *Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *friendster* sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, *friendster* ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan *friendster*, *Flick R*, *You Tube*, *Myspace*. Hingga akhir tahun 2005, *friendster* dan *Myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati.(Juditha,2011)

Memasuki tahun 2006, penggunaan *friendster* dan *Myspace* mulai tergeser dengan adanya *Facebook*. *Facebook* dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009, kemunculan *Twitter* ternyata menambah jumlah situs sosial bagi anak muda. *Twitter* menggunakan sistem mengikuti atau tidak mengikuti (*follow-unfollow*), dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*). (Juditha, 2011).

Keberadaan situs jejaring sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi secara mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan menggunakan telepon (Aleman & Wartman dalam Juditha, 2011). Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat (Lin & Atkin dalam Juditha 2011). Namun kemunculan situs jejaring sosial ini menyebabkan interaksi interpersonal secara tatap muka (*facetoface*) cenderung menurun. Orang lebih memilih untuk menggunakan situs jejaring sosial karena lebih praktis. Di lain pihak, kemunculan situs jejaring sosial ini membuat anak muda dapat mengakses internet. Dalam kadar yang berlebihan, situs jejaring sosial ini secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti kecanduan (*addiksi*) yang berlebihan dan terganggunya privasi seseorang (Juditha, 2011).

Teknologi berbasis internet ini, sangat disukai individu *neurotic*. Kepribadian *neurotic* ditandai dengan kecedrungan untuk merasa kecewa, marah, depresi sehingga sering kali mengganggu keharmonisan hubungan individu dengan orang lain. Dengan adanya media internet, individu tidak perlu

berhadapan langsung (*face to face*) dengan orang lain saat berkomunikasi, mereka dapat menyembunyikan posisi sosial dan emosionalnya dihadapan orang lain. Individu cenderung menggunakan internet untuk melarikan diri dari masalah yang dihadapi, individu *neurotic* menemukan kepuasan dalam hidupnya ketika mengakses internet.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa Jejaring Sosial adalah alat atau program komputerisasi yang mampu membantu orang-orang yang menggunakannya untuk mencari informasi yang di butuhkan dalam waktu yang singkat. Membuat jarak menjadi dekat dan juga menjadi gudang ilmu.

Beberapa jenis jejaring sosial diantaranya :

a. Facebook

Facebook (FB) adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School. Ketika awal masa kuliahnya situs web jejaring sosial ini, keanggotaannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Universitas Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam *Ivy League*. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat surat suatu universitas (seperti: .edu, .ac, .uk, dll) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs jejaring sosial ini.(Juditha,2011)

Facebook memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Sejak September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi. Pola komunikasi internet melalui situs pertemanan *Facebook* ini, pada tahap tertentu bisa menimbulkan adiksi yang mungkin berpengaruh terhadap kehidupan nyata. Beberapa ciri-ciri orang yang teradiksi terhadap internet, yaitu penggunaan yang berlebihan, kegelisahan ketika tidak mengakses internet dalam interval waktu tertentu, peningkatan toleransi terhadap addiksi internet itu sendiri, dan dampak negatif (termasuk isolasi sosial) (Jerald dalam Juditha 2011).

Tetapi jika *Facebook* tidak digunakan dengan bijak, hubungan kekerabatan antar manusia akan hilang keintimannya. Tidak dipungkiri, kegunaan *Facebook* bisa sebagai sarana silaturahmi, dan sumber informasi tentang kabar, status hubungan, info rumah, telepon, dan foto terbaru orang di sekeliling kita. Interaksi dalam situs jejaring sosial juga kerap bersifat hiperealitas, yaitu semu menciptakan kondisi fakta bersimpang siur dengan rekayasa. Memang kecemasan yang sering mengemuka, orang akan lebih menyukai bentuk virtual daripada fisik. Komunikasi lebih banyak secara tidak langsung, daripada langsung. Kita akan lebih mengenal orang di ujung dunia, dari pada tetangga sendiri. (Juditha, 2011)

b. Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter* yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Sejak dibentuk pada tahun 2006 oleh Dorsey, *Twitter* telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Hal ini kadang-kadang digambarkan sebagai "SMS dari internet".(Dorsey dalam Kiiyuni,2012).

Manfaat yang dapat kita peroleh dari *Twitter*, salah satunya yaitu, media silaturahmi dengan memfollow dan difollow oleh keluarga dan teman-teman Anda, Anda dapat dengan mudah berbagi informasi dengan mereka. Keuntungan yang ditawarkan oleh *Twitter* adalah Anda hanya perlu sekali mengirim suatu informasi, dengan seketika informasi tersebut disampaikan kepada kerabat (Kiiyuni,2012).

C. Kerangka Berfikir

Situs jejaring sosial (*Social Networking Sites/SNS*) telah menjamur penggunaannya di seluruh dunia. Hanya segelintir orang yang sekarang ini tidak tahu mengenai *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, maupun *Twitter*. Masih ada banyak situs jejaring sosial yang tersedia melalui jaringan internet. *Facebook* dan *Twitter*, menurut www.telegraph.co.uk merupakan dua situs jejaring sosial yang paling banyak di akses diseluruh dunia, di luar beberapa situs yang beredar secara

eksklusif ada di sebuah negara, misalnya *Qzone* dan *Renren* di China. (Milla & Abidin, 2012).

Semua situs jejaring sosial yang tersedia di dunia maya, www.alexacom.com, sebuah situs yang melakukan analisis terhadap berbagai situs di internet berdasarkan popularitasnya, pada tahun 2012 mencatat bahwa Facebook dan Twitter menjadi situs jejaring sosial yang paling banyak diakses di Indonesia. Facebook disebutkan sebagai situs nomor 1 paling banyak diakses di Indonesia. Sedangkan Twitter menurut www.alexacom.com, menjadi situs urutan ke-9 yang paling sering diakses di Indonesia. Dibandingkan negara-negara lain, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna Twitter terbesar ke-5, namun hal yang patut menjadi catatan, 2 kota terbesar yang ada di Indonesia menduduki peringkat 10 besar penghasil tweet terbanyak seluruh dunia. Jakarta di posisi pertama, sedangkan Bandung menempati posisi ke-6. (Semiocast, dalam Milla & Abidin, 2012).

Kepribadian *big five* merupakan pendekatan dalam psikologi kepribadian yang mengelompokkan *trait* kepribadian dengan analisis faktor. (Mastuti, 2005). Tokoh pelopornya adalah McCrae dan Costa. Kepribadian yang unik dan merupakan ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang dengan yang lainnya, dimana dimensi kepribadian memiliki kemampuan untuk meramalkan munculnya perilaku. Perilaku yang muncul dan uniknya tiap kepribadian dapat dilihat melalui tipe kepribadian *big five* yang dianggap dapat menerangkan kepribadian manusia yang menjadi dasar dan landasan perilaku (Paunonen dalam Ohorella 2009).

Setiap kepribadian memiliki keunikan masing-masing. Seperti kepribadian *Extroversion* yaitu kepribadian yang penuh semangat, antusias, ramah, komunikatif. Kemudian kepribadian *agreeableness* yaitu kepribadian yang ramah, kooperatif. Selanjutnya kepribadian *Conscientiousness* umumnya berhati-hati, dapat diandalkan, teratur dan bertanggung jawab. Kemudian kepribadian *Neuroticism* cenderung gugup, sensitive, tegang, dan mudah cemas. Dan kepribadian *Openness* umumnya terlihat imajinatif, menyenangkan, kreatif, dan artistik.

Jadi dalam penelitian ini peneliti ingin memahami Tipe Kepribadian pada Pengguna Jejaring Sosial pada mahasiswa.