

Abstrak

Pada saat ini siswa lebih banyak menghabiskan waktu di sosial media karena menganggap media sosial merupakan kegiatan yang menyenangkan sehingga siswa lebih banyak menghabiskan waktunya dengan menggunakan media sosial daripada berkomunikasi secara langsung. Penelitian ini menggunakan jurnal kecanduan media sosial dari Al Menayes (2015) untuk mengetahui bagaimana gambaran dimensi kecanduan media sosial pada siswa Sekolah Menengah Atas Kelas XI di Kota Bandung.

Terdapat 315 siswa yang berpartisipasi di dalam penelitian ini yang dipilih berdasarkan teknik proportionate random sampling dan teknik random sampling. Setiap partisipan melengkapi kuesioner yang merupakan alat ukur kecanduan media sosial milik Al Menayes (2015) yang ditranslate kedalam Bahasa Indonesia dan terdiri dari 14 item. Validitas alat ukur ini valid yang diuji menggunakan rank pearson correlation. Reliabilitas alat ukur Social Consequences 0.610 (reliabel), Time Displacement 0.570 (cukup reliabel), dan Compulsive Feeling 0.588 (cukup reliabel). Skor total ditabulasi menggunakan uji korelasi rank spearman dengan menggunakan program SPSS 23. Skor kecanduan media sosial kemudian dikelompokkan dalam 2 kelompok tinggi dan rendah. Berdasarkan pengolahan data secara statistik, didapatkan sebanyak 49.8% (157 orang) siswa memiliki kecanduan media sosial yang rendah, dan sebanyak 50.2% (158 orang) siswa kecanduan media sosial yang tinggi.

Kesimpulan yang diperoleh adalah mayoritas siswa SMA di Kota Bandung memiliki kecenderungan kecanduan media sosial yang tinggi. Ketiga dimensi saling berkorelasi terhadap faktor kecanduan media sosial. Peneliti mengajukan saran agar penelitian ini dapat digunakan oleh pihak sekolah dalam membuat program penggunaan media sosial secara bijak. Selain itu juga, untuk lebih lanjut peneliti perlu menambahkan variabel lain sehingga hasil lebih mengabarkan.

Abstract

At this time students spend more time on social media because they think social media is an enjoyable activity for students to use social media more to communicate directly. This study uses a social media journal from Al Menayes (2015) to find out how the dimensions of social media for Class XI High School students in Bandung City.

There were 315 students participating in this study selected based on the technique of proportionate random sampling and random sampling techniques. Each participant completes a questionnaire which is a measure of social media addiction belonging to Al Menayes (2015) which is translated into Indonesian and consists of 14 items. The validity of this valid measuring instrument is tested using the rank pearson correlation. Reliability of the Social Consequences is 0.610 (reliable), Displacement Time is 0.570 (quite reliable), and Compulsive Feeling is 0.588 (quite reliable). The total score is tabulated using the Spearman rank correlation test using the SPSS 23. Social media addiction scores are then grouped into 2 high and low groups. Based on statistical data processing, it was found that 49.8% (157 people) had low social media addiction, and as many as 50.2% (158 people) were addicted to high social media.

The conclusion obtained is that the majority of high school students in the city of Bandung have a tendency towards high social media addiction. The three dimensions correlate with each other on social media addiction factors. The researcher suggested that this study could be used by the school in wisely making programs to use social media. Besides that, for further researchers need to add other variables so that the results are more preaching.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Kerangka Pikir	8
1.6 Asumsi Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Adiksi	13
2.1.1 Pengertian Adiksi	13

2.1.2 Adiksi Internet.....	14
2.2 Kecanduan Media Sosial	15
2.2.1 Pengertian Kecanduan Media Sosial	15
2.2.2 Dimensi Kecanduan Media Sosial	17
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecanduan Media Sosial.....	18
2.3 Remaja	19
2.3.1 Pengertian Remaja.....	19
2.3.2 Batasan Usia Remaja.....	20
2.3.3 Ciri – Ciri Masa Remaja.....	19
2.3.4 Tugas – tugas Perkembangan Remaja.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian	24
3.2 Bagan Prosedur Penelitian	24
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
3.3.1 Variabel Penelitian	25
3.3.2 Definisi Konseptual	25
3.3.3 Definisi Operasional	25
3.4 Alat Ukur	26
3.4.1 Alat Ukur Kecanduan Media Sosial	26
3.4.2 Kisi-kisi Alat Ukur Kecanduan Media Sosial	26
3.4.3 Sistem Penilaian Alat Ukur	27
3.4.4 Data Pribadi dan Data Penunjang	29
3.4.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	29
3.4.5.1 Validitas Alat Ukur	29
3.4.5.2 Reliabilitas Alat Ukur	31

3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	33
3.5.1 Populasi Sasaran.....	33
3.5.1 Karakteristik Sasaran.....	34
3.5.2 Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden	41
4.1.1 Gambaran Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Paling Sering	42
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Experience</i>	43
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan Waktu (Perhari).....	45
4.1.6 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Satisfaction</i>	46
4.2 Hasil Penelitian Terhadap Kecanduan Media Sosial	44
4.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Data Dimensi Kecanduan Media Sosial	47
4.3.1 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Time Displacement</i>	47
4.3.2 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Social Consequences</i>	48
4.2.9 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Compulsive Feeling</i>	49
4.4 Data Tabulasi Silang	48
4.4.1 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Time Displacement</i>	49
4.4.2 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Social Consequences</i>	50
4.4.3 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Compulsive Feeling</i>	51

4.5 Pembahasan.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Teoritis	58
5.2.2 Saran Praktis.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
DAFTAR RUJUKAN	61
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur Kecanduan Media Sosial.....	26
Tabel 3.2 Tabel Skala Interval	27
Tabel 3.3 Tabel Kriteria Reabilitas	30
Tabel 4.1 Gambaran Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Paling Sering	42
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Experience</i>	43
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan Waktu (Perhari)	45
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Satisfaction</i>	46
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Terhadap Kecanduan Media Sosial	44
Tabel 4.8 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Time Displacement</i>	47
Tabel 4.9 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Social Consequences</i>	48
Tabel 4.10 Gambaran Responden berdasarkan Dimensi <i>Compulsive Feeling</i>	49
Tabel 4.11 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Time Displacement</i>	49
Tabel 4.12 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Social Consequences</i>	50
Tabel 4.13 Tabulasi Silang Antara Kecanduan Media Sosial dan Dimensi <i>Compulsive Feeling</i>	51

DAFTAR BAGAN

Halaman

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pikir	12
Gambar 3.1	Bagan Rancangan Penelitian	24



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman	
Lampiran 1	Kata Pengantar Kuesioner.....	L-1
Lampiran 2	Surat Pernyataan Persetujuan	L-2
Lampiran 3	Data Penunjang	L-3
Lampiran 4	Petunjuk Pengisian Kuesioner	L-4
Lampiran 5	Tabel Hasil Analisis Statistik	L-6
Lampiran 6	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	L-15

