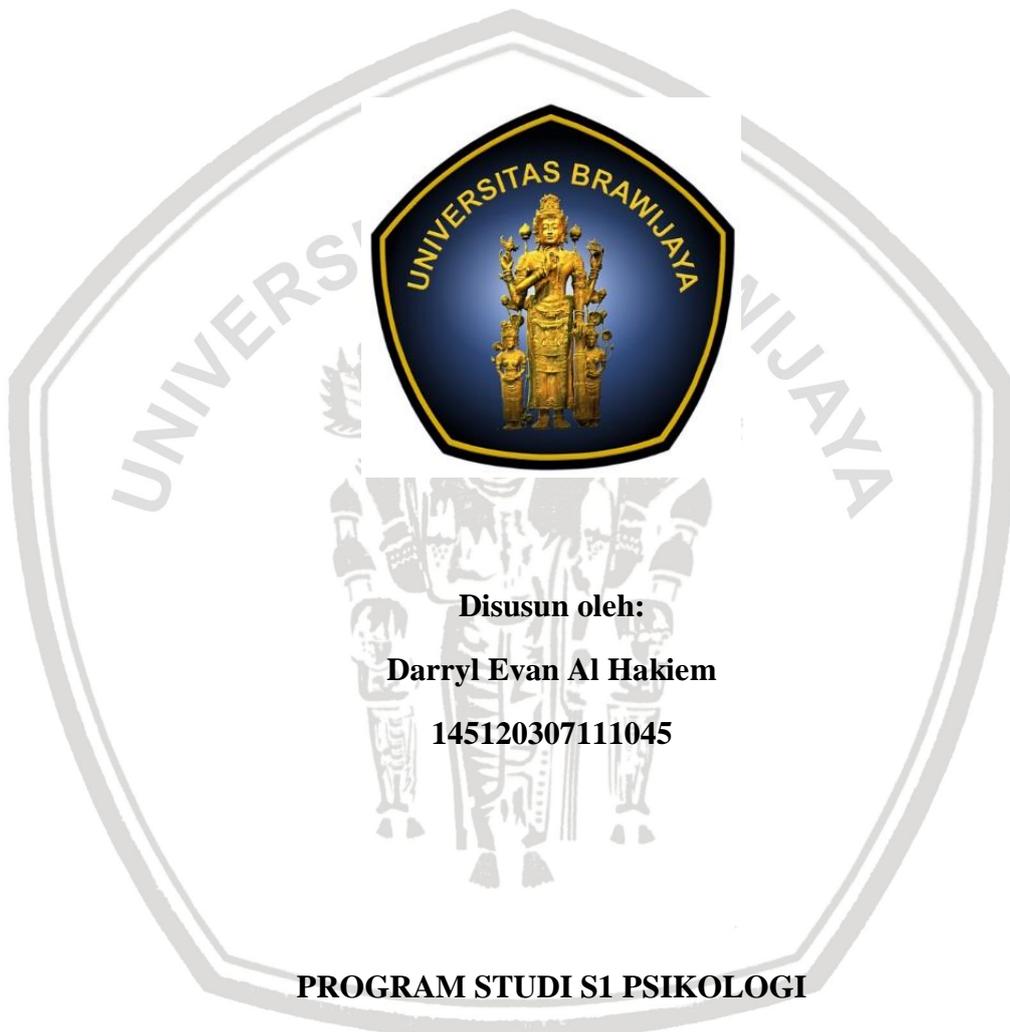


SKRIPSI

**HUBUNGAN KESEPIAN DENGAN KEBUTUHAN AFILIASI PADA
REMAJA AKHIR DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK***



Disusun oleh:

Darryl Evan Al Hakiem

145120307111045

PROGRAM STUDI S1 PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN KESEPIAN DENGAN KEBUTUHAN AFILIASI PADA
REMAJA AKHIR DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK***

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Darryl Evan Al Hakiem

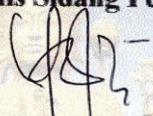
NIM. 145120307111055

Telah disetujui dan dinyatakan lulus dalam ujian sarjana

Pada tanggal **14 Desember 2018**

Tim Penguji

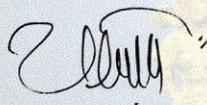
Ketua Majelis Sidang Penguji,



Ari Pratiwi, S.Psi, M.Psi, Psikolog

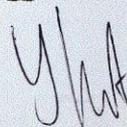
NIP/NIK. 198107252008012012

Ketua Penguji



Ulifa Rahma, S.Psi, M.Psi
NIP/NIK. 2013098803132001

Anggota Penguji,



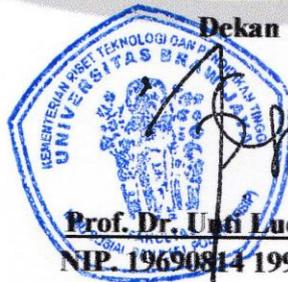
Yunita Kurniawati, S.Psi, M.Psi
NIP/NIK. 2012018406232001

Malang,

31 JAN 2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. Umi Ludigdo, Ak

NIP. 19690814 199402 1 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Darryl Evan Al Hakiem

Nim : 145120307111055

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Hubungan Kesenian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial Facebook* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



Darryl Evan Al Hakiem

NIM. 145120307111055

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang dengan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi. Laporan ini berkatian dengan skripsi penulis yang berjudul “Hubungan Kespian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial Facebook”.

Penyusunan Laporan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

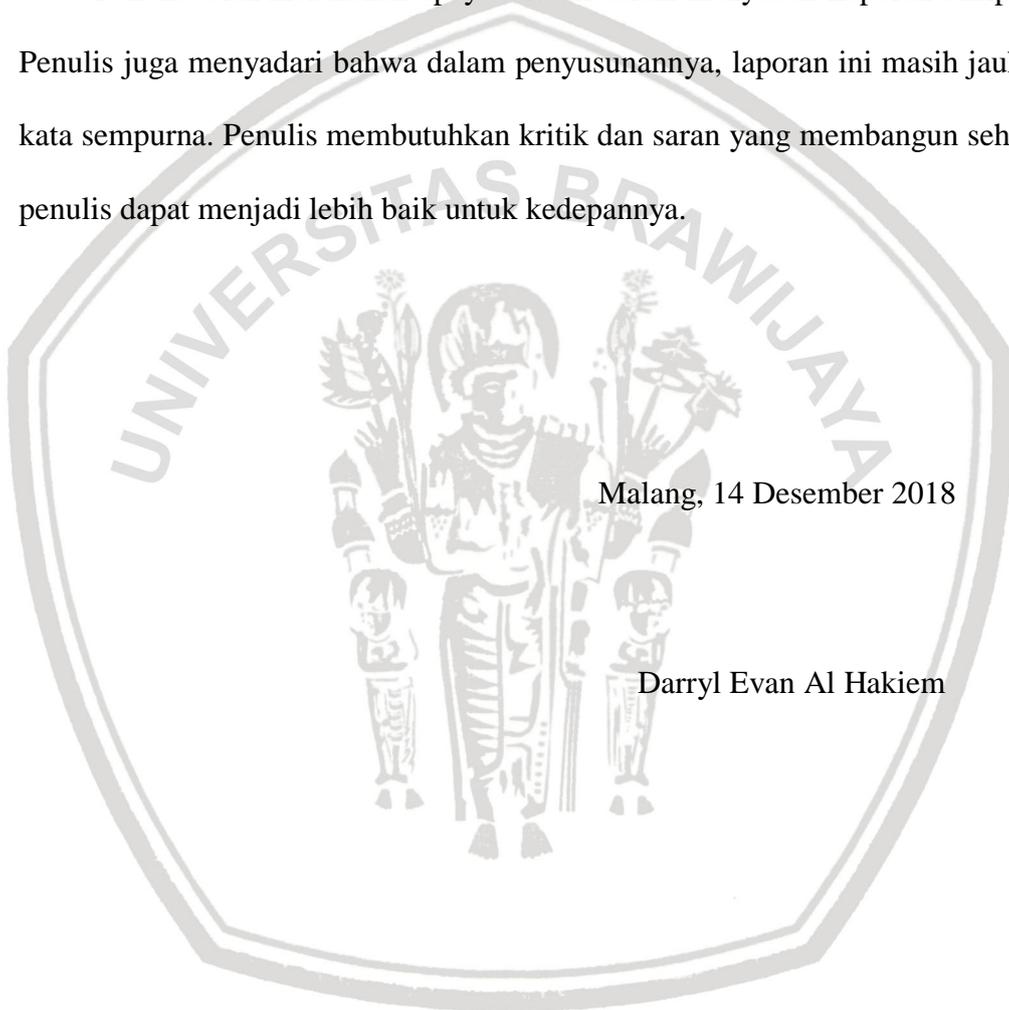
1. Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya lah maka penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi dengan lancar.
2. Keluarga penulis yang memberikan dukungan berupa moril maupun materiil kepada penulis selama mengerjakan Proposal Penelitian.
3. Ibu Cleoputri Al Yusainy, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Brawijaya.
4. Ibu Ari Pratiwi, S.Psi, M.Psi, Psikolog, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis pada penyusunan Laporan Skripsi.
5. Ibu Ulifa Rahma, S.Psi, M.Psi, dan Ibu Yunita Kurniawati, S.Psi, M.Psi, selaku dosen penguji yang telah membantu penulis dalam menyempurnakan penyusunan Laporan Skripsi.
6. Terimakasih kepada Nungsky yang menjadi mentor dan penyemangat penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Terimakasih kepada rekan-rekan Penelitian Payung penulis yang memberikan pengalaman yang tidak terlupakan.

8. Terimakasih kepada teman-teman bimbingan Ibu Ari Pratiwi yang memberikan semangat yang hangat dalam rasa kekeluargaan.
9. Terimakasih kepada sahabat-sahabat penulis yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-satu.

Penulis telah melakukan upaya terbaik dalam menyusun Laporan Skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunannya, laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun sehingga penulis dapat menjadi lebih baik untuk kedepannya.

Malang, 14 Desember 2018

Darryl Evan Al Hakiem



ABSTRAK

Hubungan Kesepian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial *Facebook*

Remaja memiliki tugas perkembangan untuk menjalin relasi dengan orang lain. Jika proses ini tidak berhasil maka remaja akan merasa terisolasi, dimana isolasi yang diterima oleh remaja menjadi salah satu penyebab terjadinya kesepian. Pengguna internet di Indonesia di dominasi oleh remaja dengan prosentase sebesar 80%. Remaja memanfaatkan internet salah satunya untuk mengatasi kesepian yang dialami dengan mencari pertemanan untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*. Pada penelitian ini merupakan penelitian korelasional menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dengan sampel berjumlah 152 remaja akhir dengan kriteria usia 18-21 tahun yang menggunakan dan mempunyai *facebook*. Instrumen penelitian ini menggunakan UCLA Loneliness Scale Version 3 dan Skala Kebutuhan Afiliasi. Hasil uji hipotetis menunjukkan terdapat hubungan yang negatif kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*.

Kata kunci: *Kebutuhan Afiliasi, Kesepian, Media Sosial Facebook, Remaja Akhir.*

ABSTRACT

Relationship Between Loneliness and Affiliation of Adolscents in Facebook

Adolescents have a developmental duty to establish relationships with other people. If this process is unsuccessful, they will feel isolated, where isolation received by them is one of the causes of loneliness. Internet use in Indonesia is dominated by adolescents with a percentage of 80%. Adolescents use the internet to solve their loneliness by seeking friendships to meet their affiliation. This study aims to find out the relationship between loneliness and affiliation of adolescents on Facebook. This research is correlational research using non-probability sampling techniques. The sample of this study is 152 adolescents in Malang who have and use Facebook. The instruments of this research are UCLA Loneliness Scale Version 3 and Affiliation Scale. Hypothesis test results show that there is a negative relationship between loneliness and affiliation, so the higher the loneliness the lower the affiliation, and vice versa.

Keywords: *Adolescents, Affiliation, Loneliness, Facebook.*

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat.....	5
a. Manfaat Teoritis.....	6
b. Manfaat Praktis.....	6
E. Penelitian Terdahulu.....	6
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kesepian.....	10
1. Definisi Kesepian.....	10
2. Cara untuk mengatasi kesepian.....	11
3. Kesepian pada Remaja.....	11
B. Kebutuhan Afiliasi.....	12
1. Definisi Kebutuhan Afiliasi.....	12
2. Aspek-Aspek Kebutuhan Afiliasi.....	13
3. Kebutuhan Afiliasi pada Remaja.....	14
C. Remaja Akhir di Media Sosial Facebook.....	15
D. Hubungan Kesepian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial Facebook.....	16
E. Kerangka Berpikir.....	17

F. Hipotesis	18
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
A. Desain Penelitian	19
B. Identifikasi Variabel Penelitian	19
C. Definisi Operasional	20
D. Populasi dan Sampel	21
E. Instrumen Penelitian	21
F. Tahap Pelaksanaan Penelitian	24
G. Validitas dan Reliabilitas	25
H. Data	26
I. Analisis Data	26
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
A. Hasil	28
B. Hasil Penelitian	31
C. Pembahasan	34
D. Keterbatasan Penelitian	37
BAB V	39
KESIMPULAN DAN SARAN	39
A. Kesimpulan	39
B. Saran	39
1. Saran Teoritis	39
2. Saran Praktis	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44

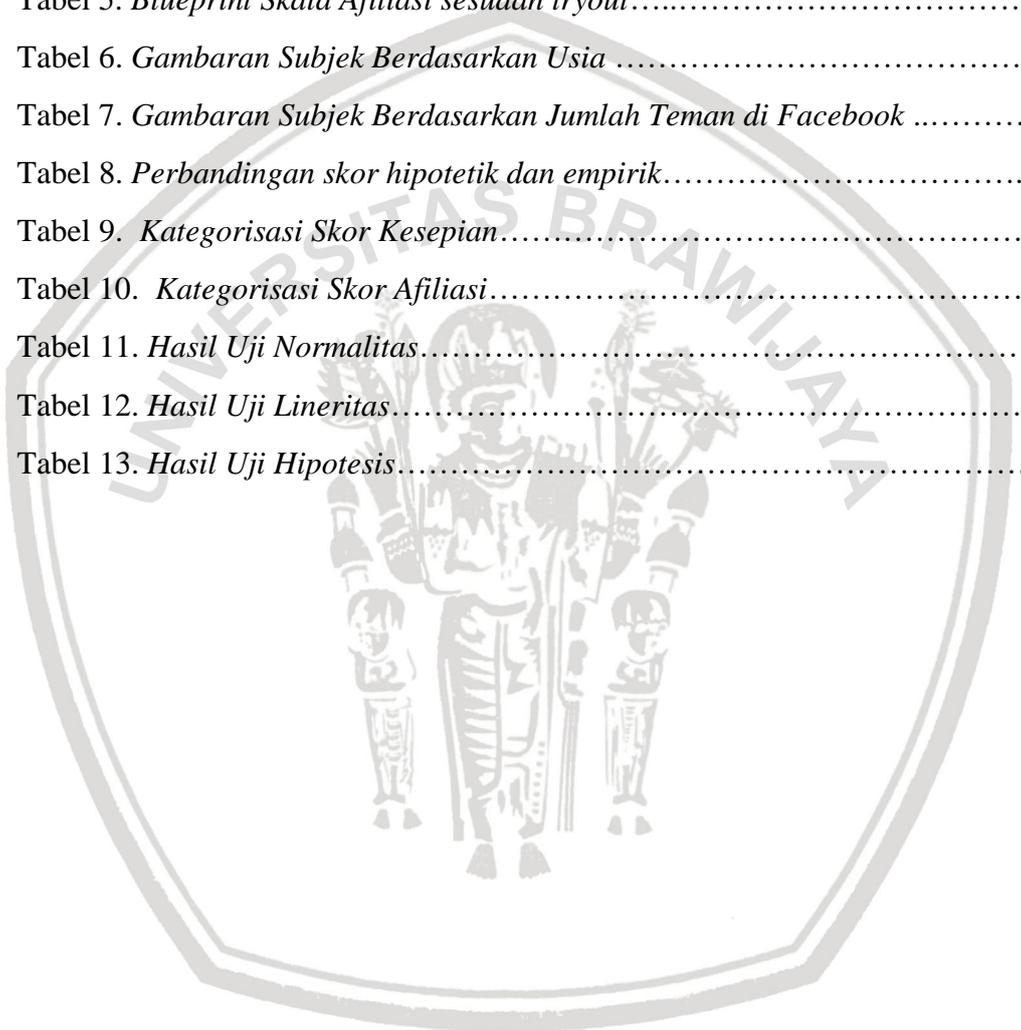
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia</i>	2
Gambar 2. <i>Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia berdasarkan Usia</i>	4
Gambar 3. <i>Bagan Kerangka Berfikir</i>	17
Gambar 4. <i>Scatterplot</i>	32
Gambar 5. <i>Grafik Linieritas</i>	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Penelitian Terdahulu</i>	7
Tabel 2. <i>Blueprint Skala Kesenian sebelum tryout</i>	22
Tabel 3. <i>Blueprint Skala Kesenian sesudah tryout</i>	22
Tabel 4. <i>Blueprint Skala Afiliasi sebelum tryout</i>	23
Tabel 5. <i>Blueprint Skala Afiliasi sesudah tryout</i>	24
Tabel 6. <i>Gambaran Subjek Berdasarkan Usia</i>	28
Tabel 7. <i>Gambaran Subjek Berdasarkan Jumlah Teman di Facebook</i>	28
Tabel 8. <i>Perbandingan skor hipotetik dan empirik</i>	29
Tabel 9. <i>Kategorisasi Skor Kesenian</i>	30
Tabel 10. <i>Kategorisasi Skor Afiliasi</i>	31
Tabel 11. <i>Hasil Uji Normalitas</i>	32
Tabel 12. <i>Hasil Uji Lineritas</i>	33
Tabel 13. <i>Hasil Uji Hipotesis</i>	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Skala Kebutuhan Afiliasi
2. Skala Kesepian
3. Hasil Uji Normalitas
4. Hasil Uji Linieritas
5. Hasil Uji Hipotesa
6. Hasil Uji G-Power
7. Lembar Monitoring



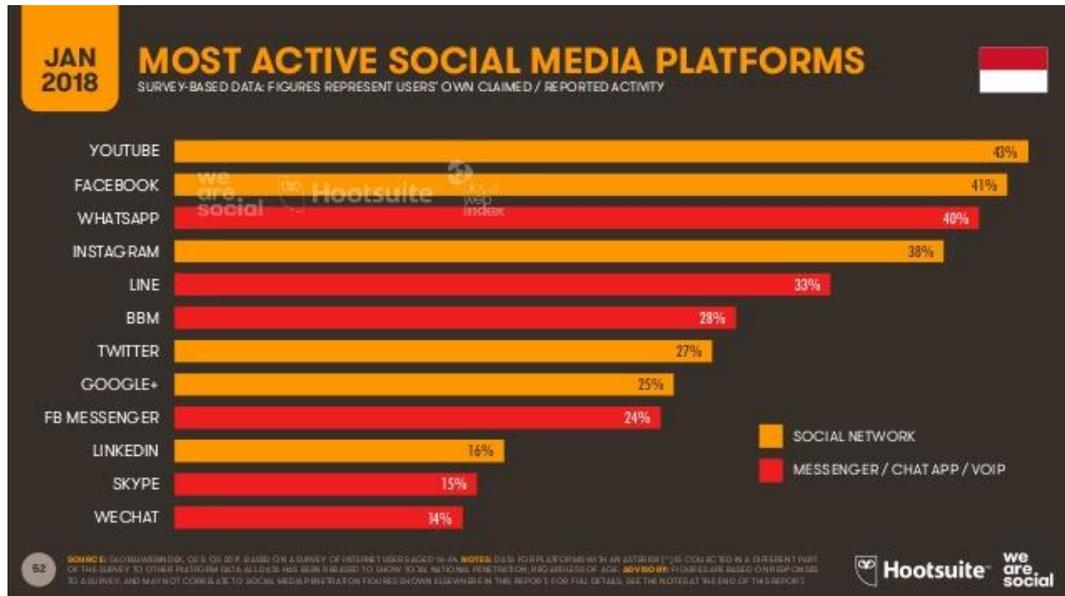
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada tahun ke tahun meningkat secara pesat dan merata di seluruh dunia. Tidak terkecuali dengan negara Indonesia yang memiliki jumlah pengguna internet terbesar keenam di dunia. Berdasarkan hasil survei eMarketer, diperkirakan pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 112 Juta orang (Kominfo, 2014). Penggunaan internet di Indonesia digunakan dalam berbagai hal, seperti dalam pekerjaan, pendidikan, maupun kegiatan rumah tangga. Selain digunakan untuk kegiatan di atas, internet digunakan juga dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Menurut Kominfo RI (2013), 95 persen internet di Indonesia digunakan untuk mengakses media sosial. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 130 juta orang. Peringkat pertama media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah *Youtube*, menyusul di peringkat kedua *Facebook*, dan *Whatsapp* serta *Instagram* menempati posisi ketiga dan keempat. Hal ini dijelaskan pada *Gambar 1*.



Gambar 1. Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Menurut Griffin (1997), komunikasi online digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan mudahnya untuk berhubungan orang lain melalui internet maka tidak perlu peduli seberapa jauhnya jarak dan waktu yang berbeda serta tidak peduli dengan batasan usia. Menurut CNN Indonesia (2016), pengguna internet di Indonesia didominasi oleh remaja dengan prosentase 80%. Remaja menggunakan internet untuk keperluan menonton film secara online, memutar musik, serta mencari pertemanan.

Menurut Santrock (2007), usia remaja dibagi menjadi dua kategori yaitu remaja awal dengan rentang usia 10-13 tahun dan remaja akhir dengan rentang usia 18-22 tahun. Menurut Papalia (2007), ketika manusia berada pada masa perkembangan remaja memiliki keinginan yang besar untuk berhubungan dengan orang lain. Remaja akhir yang dalam masa perkembangannya ini mengalami dinamika dalam proses mencari jati diri menuju dewasa sehingga membutuhkan

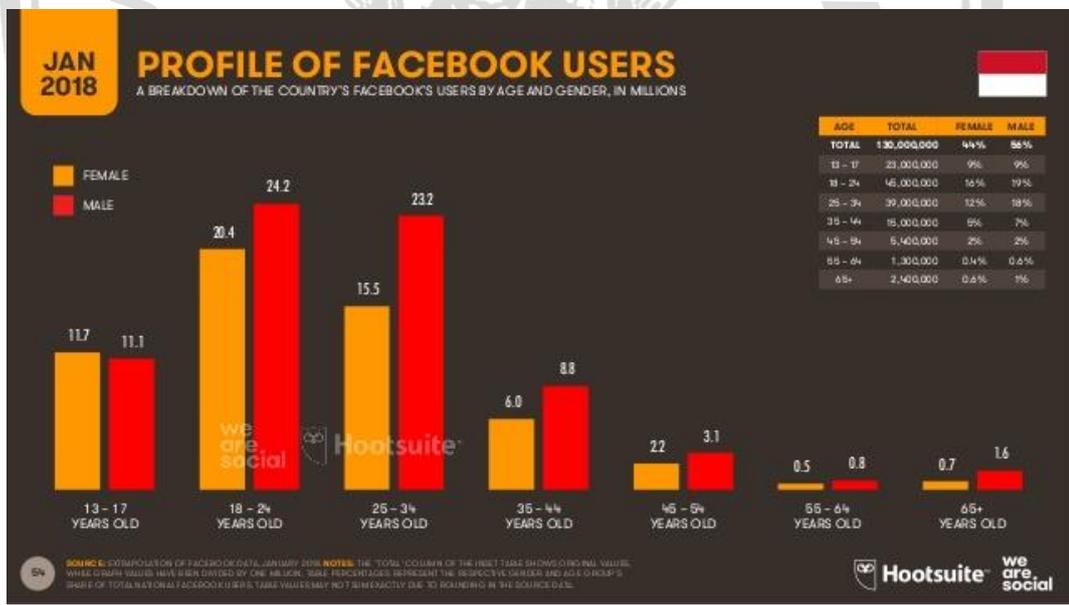
kehadiran orang lain sebagai elemen penting dalam perkembangannya. Kebutuhan individu untuk berinteraksi dengan orang lain dengan tujuan untuk membangun pertemanan, hubungan sosial, dan hubungan yang intim dengan orang lain disebut sebagai kebutuhan afiliasi. Kebutuhan afiliasi ini sangat besar ketika individu tersebut pada tahap perkembangan remaja.

Kebutuhan afiliasi yang tinggi pada remaja berguna bagi remaja. Pada masa ini remaja memiliki keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial. Saat ini remaja memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi, sehingga remaja dikenal orang lain dan terjalin sebuah hubungan. Melalui media sosial remaja dapat membangun sebuah hubungan tanpa perlu bertatap muka sehingga remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung lebih sering mengakses media sosial (Rinjani & Firmanto, 2013).

Dalam tugas perkembangan Erikson (2010), remaja yang memasuki usia 18 tahun berada pada tahap *Intimacy vs Isolation*. Di masa ini individu menghadapi tugas perkembangan yang berkaitan dengan pembentukan relasi intim dengan orang lain. Jika individu membentuk persahabatan yang sehat dan sebuah relasi yang intim dengan orang lain, keintiman akan dicapai. Jika tidak, maka individu akan merasa terkucilkan. Menurut Doman & Boux (2010), isolasi merupakan salah satu penyebab kesepian.

Kesepian yang dirasakan oleh remaja segera diatasi dengan cara memanfaatkan internet salah satunya dengan mengakses media sosial (Hagie & Dickson, 2004). Karena remaja tidak menyukai suasana yang sepi sehingga

menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya dengan memanfaatkan teknologi untuk mencari pertemanan di media sosial, salah satunya di *Facebook*. Menurut Kemenkominfo (2013), pengguna *Facebook* di Indonesia menempati peringkat ke 4 di dunia setelah USA, Brazil, dan India. Berdasarkan data dari *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna *Facebook* terbanyak di Indonesia berada dalam rentang usia 18-24 tahun yang berjumlah 45 juta pengguna sesuai dengan *Gambar 2*. *Facebook* yang memiliki fitur-fitur seperti menambah teman, *comment*, *like*, dan sebagainya dimanfaatkan remaja akhir untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Dengan menggunakan fitur menambah teman, remaja dapat menjalin hubungan timbal balik dengan jumlah pertemanan maksimal yang disediakan *facebook* sejumlah 5000 pertemanan.



Gambar 2. Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia berdasarkan Usia

Penelitian yang membahas kesepian dan kebutuhan afiliasi dilakukan oleh Putra dan Marhaeni (2015), remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi diasumsikan memiliki keinginan yang tinggi untuk menjalin hubungan yang hangat



dengan individu lain melalui komunikasi dengan perantara media sosial. Penelitian dengan tema yang sama juga dilakukan oleh Dariyo (2016) dan Tiska (2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh Dariyo (2016), didapatkan hasil bahwa kesepian memiliki hubungan yang negatif dengan motif persahabatan yang dilakukan oleh remaja akhir yang melakukan komunikasi *online*. Serta terdapat hubungan kesepian dengan komunikasi *online*, dimana ketika remaja merasa kesepian maka remaja cenderung untuk melakukan komunikasi *online*. Sedangkan pada Tiska (2012), bahwa semakin tinggi tingkat kesepian maka semakin tinggi kebutuhan afiliasinya.

Berdasarkan penjelasan yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel kesepian dan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir yang dikaitkan dengan media sosial *facebook*. Penelitian ini berjudul Hubungan Kesepian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial Facebook.

B. Rumusan Masalah

Rumusan penelitian ini berdasarkan permasalahan diatas adalah apakah terdapat hubungan kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*?

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*.

D. Manfaat

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat:

a. Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan mengenai teori psikologi yang berhubungan dengan kesepian dan kebutuhan afiliasi yang berkaitan dengan media sosial khususnya *facebook*.

b. Manfaat Praktis

1. Memberikan pengetahuan tentang hubungan kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*.
2. Memberikan saran-saran untuk terhindar dari kesepian bagi para remaja akhir.
3. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu psikologi media.
4. Membantu para akademis yang lainnya untuk menyempurnakan penelitian yang sama.

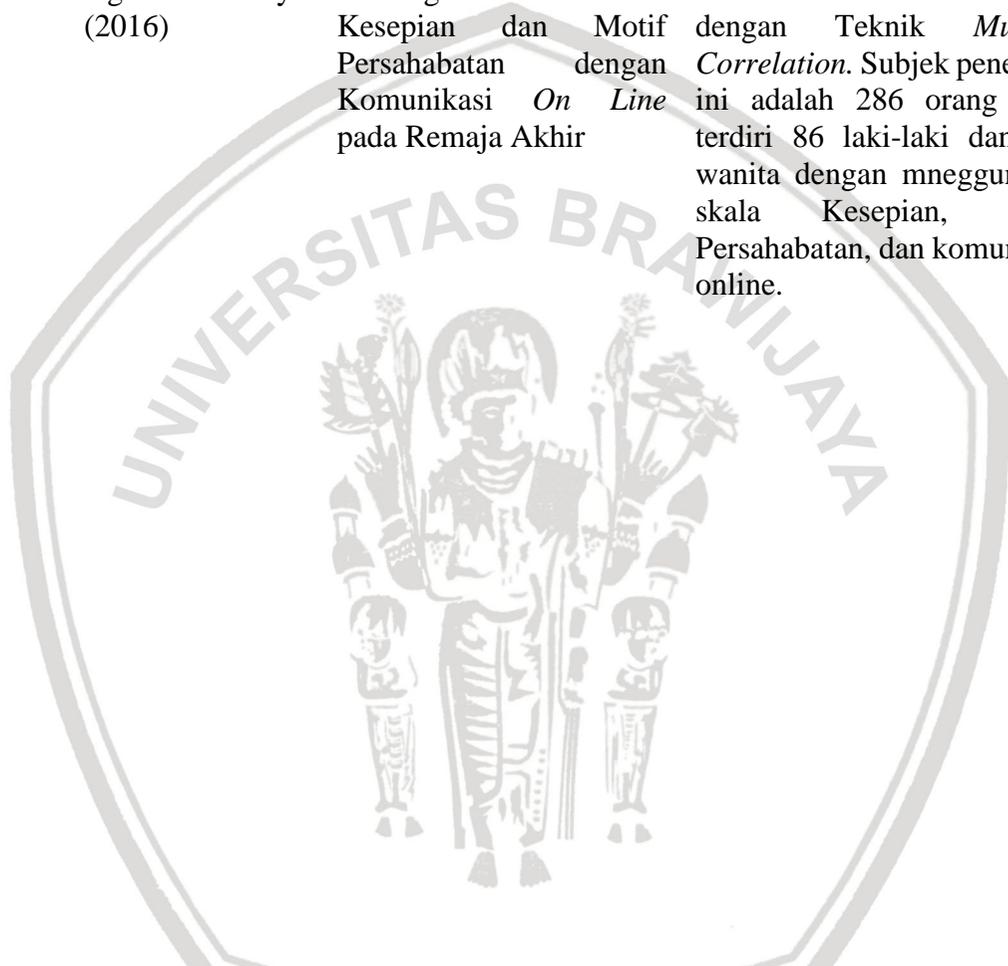
E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan untuk mendukung penelitian ini.

Tabel 1. *Penelitian Terdahulu*

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Çetin Tan et al (2013)	Loneliness and Mobile Phone	Metode penelitian Kuantitatif dengan model survey. Subjek dengan jumlah 527 mahasiswa yang terdiri dari 372 mahasiswa laki-laki dan 155 mahasiswa perempuan yang berasal dari berbagai fakultas di Universitas Forat dan menggunakan alat ukur UCLA Loneliness Scale dan Skala Penggunaan telepon bermasalah.	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan hubungan antara kesepian secara signifikan dengan Penggunaan telepon bermasalah dan terdapat perbedaan yang signifikan antara kesepian dan variabel independen (jenis kelamin, kecanduan ponsel, dan waktu penggunaan telepon sehari-hari).
2.	M. Hood et al. (2017)	Loneliness and Online Friendships in Emerging Adults	Metode penelitian Kuantitatif dengan subjek 149 mahasiswa baru psikologi dengan umur 17 sampai 25 tahun yang terdiri dari 120 perempuan dan 28 laki-laki. Menggunakan alat ukur Social and Emotional Loneliness Scale and Internet use Motive Scale.	Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hubungan kesepian sosial dan kesepian emosional berkaitan dengan jumlah teman di <i>Social Networking Sites</i> melalui social compassion dan social networking motives serta mekanisme menghabiskan waktu untuk online communication dan self disclosure. Sedangkan kesepian emosional berkaitan dengan banyaknya jumlah teman baru <i>Social Networking Sites</i> melalui social compassion dan social networking motives.

- | | | | |
|---|---|--|---|
| <p>3. Meylina Diah Ekasari & Sri Hartati (2014)</p> | <p>Hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dengan Kesepian pada Remaja di Panti Asuhan Putri Aisyiyah dan Putra Muhammadiyah Tuntang dan Salatiga.</p> | <p>Metode Penelitian Kuantitatif dengan Teknik <i>Puposive Sampling</i>. Subjek penelitian ini 69 remaja Panti Asuhan dengan rentang usia 12-21 Tahun dengan menggunakan skala kebutuhan afiliasi dan skala kesepian.</p> | <p>Berdasarkan analisa hasil yang dilakukan didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antar variabel kebutuhan afiliasi dengan kesepian pada remaja di panti asuhan.</p> |
| <p>4. Agoes Dariyo (2016)</p> | <p>Hubungan antara Kesepian dan Motif Persahabatan dengan Komunikasi <i>On Line</i> pada Remaja Akhir</p> | <p>Metode Penelitian Kuantitatif dengan Teknik <i>Multiple Correlation</i>. Subjek penelitian ini adalah 286 orang yang terdiri 86 laki-laki dan 200 wanita dengan mnegggunakan skala Kesepian, Motif Persahabatan, dan komunikasi online.</p> | <p>Dari penelitian ini, didapatkan hasil kesepian memiliki hubungan yang negatif dengan motif persahabatan yang dilakukan oleh remaja akhir yang melakukan komunikasi <i>online</i>. Terdapat hubungan kesepian dengan komunikasi online dimana ketika remaja merasa kesepian maka remaja akan cenderung untuk melakukan komunikasi <i>online</i>. Terdapat hubungan positif signifikan antara motif persahabatan dengan komunikasi <i>online</i> dimana remaja menyadari persahabatan merupakan bagian penting hidupnya sehingga remaja memanfaatkan kemajuan teknologi untuk berkomunikasi.</p> |



5. Sri Yola Tiska (2012) Hubungan antara Kesepian dan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir yang Senang Clubbing. Metode Penelitian Kuantitatif dengan subjek penelitian remaja akhir yang telah lulus Sekolah Menengah Atas dengan jumlah 80 orang yang berdomisili di daerah Depok. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi. Dimana semakin tinggi kesepian maka remaja akan semakin tinggi kebutuhan afiliasinya dan sebaliknya semakin rendah tingkat kesepian subjek maka semakin rendah pula tingkat kebutuhan afiliasi pada remaja
-



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kesepian

1. Definisi Kesepian

Menurut Peplau dan Perlman, kesepian adalah reaksi emosional dan kognitif terhadap dimilikinya hubungan yang lebih sedikit dan lebih tidak memuaskan daripada yang diinginkan oleh orang tersebut (Baron, & Byrne, 2004). Menurut Myers (2012), kesepian adalah perasaan menyakitkan ketika hubungan sosial memiliki arti kurang dari yang diharapkan.

Sedangkan menurut Daryaksini dan Hudaniah (2003), kesepian merupakan adanya perasaan yang kurang dimiliki dalam hubungan dengan orang lain, yang dapat diakibatkan karena rasa ketidakpuasan yang dialami individu dengan hubungan yang ada. Santrock (2011) mengatakan kesepian adalah ketika individu merasa tidak memiliki seseorang yang mampu memahami dirinya sehingga individu merasa terisolasi dan tidak memiliki seseorang sebagai pelarian. Menurut Russel (1980), kesepian yang tidak teratasi akan menimbulkan kondisi psikoemosional yang tidak baik dan akan cenderung membuat individu mengalami depresi. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesepian adalah perasaan sunyi tidak ada teman, terisolasi dari sosial, dan perasaan yang menyakitkan karena tidak terpenuhinya harapan. Kesepian dalam penelitian ini

diukur menggunakan skala UCLA Loneliness Scale Version 3 berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Russel (1996). UCLA Loneliness Scale Version 3 merupakan skala unidimensional dimana kesepian merupakan dimensi satu-satunya yang diukur.

2. Cara untuk mengatasi kesepian

Kesepian pada remaja menurut Robinson (1994) dapat diatasi dengan belajar mengetahui tentang diri sendiri dan membangun harga diri, yaitu dengan cara:

- a. Bersosialisasi dengan orang lain
- b. Belajar untuk mengembangkan kemampuan sosial
- c. Mengikuti kegiatan sosial/organisasi
- d. Memberikan waktu sendiri untuk bersenang-senang

3. Kesepian pada Remaja

Masa remaja akhir kurang lebih terjadi pada pertengahan dasawarsa yang kedua dari kehidupan. Minat karir, pacaran, dan eksplorasi identitas sering kali menonjol di masa ini. Remaja yang dalam masa perkembangan mencari sebuah identitas. Menurut Sarwono (2001), dalam proses pencarian identitas seorang remaja sering terkait dengan kesepian. Kesepian pada remaja dipengaruhi tentang pemahaman dirinya yang sedang memasuki masa transisi yaitu masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Menurut Goswick (Fuhrmann, 1990), kesepian pada remaja berhubungan dengan adanya perasaan inferior yang dimiliki dan tidak adanya penerimaan sosial dan fasilitas sosial. Beliau menambahkan

bahwa kesepian pada remaja merupakan hal yang wajar hanya saja mereka seringkali memperburuk keadaan tersebut dengan perasaan dan pikiran subjektif mereka yang negatif.

B. Kebutuhan Afiliasi

1. Definisi Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan afiliasi didefinisikan sebagai kebutuhan individu terhadap orang lain dalam pertemanan dan persahabatan. Menurut Baumeister dan Leary, kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan untuk berinteraksi dan diterima oleh orang lain yang merupakan hal mendasar sebagai kebutuhan psikologis manusia, sama halnya dengan lapar dan haus (Baron & Byrne, 2004). Karena manusia adalah makhluk sosial maka keberadaan orang lain di sekitarnya sangat dibutuhkan tidak terlepas sejak kecil hingga dewasa.

McClelland (1987) mengemukakan tiga kebutuhan utama manusia, yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan kekuasaan, dan kebutuhan afiliasi. Menurut McClelland (Baron, & Byrne, 2003) kebutuhan afiliasi dapat diartikan sebagai kebutuhan untuk menjalin hubungan akan kehangatan dan sokongan dengan orang lain. Dengan adanya dorongan yang kuat dalam individu maka ketika kebutuhan tersebut terpenuhi akan mendapatkan kepuasan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan mendasar manusia untuk menjalin hubungan yang hangat dengan orang lain untuk berteman dan bekerja sama.

2. Aspek-Aspek Kebutuhan Afiliasi

Menurut Mclelland (1961) terdapat beberapa aspek dalam kebutuhan afiliasi, yaitu:

a. *Lebih suka bersama orang lain daripada sendirian*

Individu dengan afiliasi yang tinggi lebih suka bersama dengan orang lain. Hal ini juga didukung karena manusia adalah makhluk sosial. Pada masa remaja adalah remaja ingin melepaskan diri dari lingkungan keluarga dan memilih bersama teman-temannya.

b. *Sering berinteraksi dengan orang lain*

Individu dengan afiliasi yang tinggi lebih banyak memiliki lingkungan pertemanan yang luas sehingga interaksi dengan orang lain lebih banyak dari pada dengan individu yang memiliki afiliasi yang rendah.

c. *Ingin disukai dan diterima orang lain*

Individu dengan afiliasi yang tinggi memiliki eksistensi yang tinggi sehingga mereka ingin diakui oleh lingkungannya. Hal ini juga terjadi pada remaja karena ketika remaja mendapatkan pengakuan dari lingkungannya membuat harga diri remaja menjadi naik.

d. *Menyenangkan hati orang lain*

Individu dengan afiliasi yang tinggi untuk mendapatkan penerimaan dari lingkungannya akan berusaha menjadi pribadi yang baik dan menyenangkan hati orang lain sehingga memudahkan individu untuk diterima di lingkungannya.

e. *Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman*

Dengan diterimanya dan dihargainya individu oleh lingkungannya membuat individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi memiliki rasa takut kehilangan yang membuat individu tersebut setia terhadap pertamanan yang ada.

f. *Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain*

Individu dengan afiliasi yang tinggi ketika memiliki masalah akan cenderung untuk mengambil sikap dan keputusan dengan bantuan orang lain.

McClelland menambahkan individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan berusaha keras dalam sebuah persahabatan, menyukai situasi yang kooperatif dibandingkan kompetitif, serta sebuah hubungan dengan timbal balik yang tinggi. Sehingga remaja akhir yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan berusaha untuk mencari pertemanan sebanyak-banyaknya dan berusaha mempertahankannya.

3. Kebutuhan Afiliasi pada Remaja

Pada masa remaja merasa lebih senang untuk menghabiskan waktu dengan teman-temannya. Remaja melakukan pertemanan untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Menurut Chaplin (2009) kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan untuk menjalin pertemanan, pembentukan sahabat, dan ikut serta dalam kelompok tertentu. Menurut Papalia (2007), ketika manusia berada pada masa perkembangan remaja, memiliki keinginan yang besar untuk berhubungan dengan orang lain.

Tingginya kebutuhan afiliasi pada remaja akan berguna untuk individu itu sendiri karena pada masa ini tugas perkembangan remaja yaitu untuk mempersiapkan karier, ekonomi, dan perkawinan (Rinjani & Firmanto, 2013). Menurut Santrock (2007), remaja lebih senang menghabiskan waktu luangnya dengan teman-teman sepermainan dan meningkatkan minat remaja terhadap relasi interpersonal.

C. Remaja Akhir di Media Sosial Facebook

Remaja atau dalam bahasa latinnya *adolescence*, menurut Hurlock (1991) remaja adalah tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan. Masa remaja merupakan masa yang penting dalam perkembangan hidup manusia. Menurut Santrock (2007), masa remaja sebagai metode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional. Santrock juga membagi usia remaja dalam dua kategori yaitu remaja awal berusia 10 sampai dengan 13 tahun dan remaja akhir berusia 18 sampai dengan 22 tahun.

Menurut Kemenkominfo RI (2013), 95 persen internet di Indonesia digunakan untuk mengakses media sosial. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 130 juta orang. Peringkat pertama media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah *Youtube*, menyusul di peringkat kedua *Facebook*, dan *Whatsapp* serta *Instagram* menempati posisi ketiga dan keempat. Menurut CNN Indonesia (2016), pengguna internet di Indonesia didominasi oleh remaja dengan

prosentase 80%. Remaja menggunakan internet untuk keperluan menonton film secara online, memutar musik, serta mencari pertemanan.

Berdasarkan data dari *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna *Facebook* terbanyak di Indonesia berada dalam rentang usia 18-24 tahun yang berjumlah 45 juta pengguna. *Facebook* yang memiliki fitur-fitur seperti menambah teman, *comment*, *like*, dan sebagainya dimanfaatkan remaja akhir untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Dengan menggunakan fitur menambah teman, remaja dapat menjalin hubungan timbal balik dengan jumlah pertemanan maksimal yang disediakan *facebook* sejumlah 5000 pertemanan.

D. Hubungan Kesenian dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir di Media Sosial Facebook

Perkembangan teknologi informasi pada tahun ke tahun meningkat secara pesat dan merata di seluruh dunia. Tidak terkecuali dengan negara Indonesia yang memiliki jumlah pengguna internet terbesar keenam di dunia. Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi saat ini mengatasi hambatan yang dirasakan masyarakat. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 130 juta orang. Peringkat pertama media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah *Youtube*, menyusul di peringkat kedua *Facebook*, dan *Whatsapp* serta *Instagram* menempati posisi ketiga dan keempat.

Menurut CNN Indonesia (2016), pengguna internet di Indonesia didominasi oleh remaja dengan prosentase 80%. Menurut Santrock (2007), usia remaja dibagi menjadi dua kategori yaitu remaja awal dengan rentang usia 10-13 tahun dan remaja

akhir dengan rentang usia 18-22 tahun. Dalam tugas perkembangannya remaja akhir dihadapkan dengan pembentukan relasi intim dengan orang lain. Jika remaja akhir tidak dapat membangun relasi akan merasakan terkucilkan atau merasa terisolasi.

Menurut Doman & Boux (2010), isolasi merupakan salah satu penyebab kesepian. Menurut Rice (1993), ketika remaja menyadari akan kesepiannya, mereka berusaha akan memenuhi kebutuhan afiliasinya dengan membangun hubungan bersama orang lain. Kebutuhan afiliasi ini sangat besar ketika individu tersebut pada tahap perkembangan remaja (Papalia, Olds, & Feldman, 2007). Remaja akhir dalam memenuhi kebutuhan afiliasinya memanfaatkan teknologi untuk mencari pertemanan di media sosial, salah satunya di *Facebook*. Berdasarkan data dari *We Are Social and Hootsuite* (2018), pengguna *Facebook* terbanyak di Indonesia berada dalam rentang usia 18-24 tahun yang berjumlah 45 juta pengguna. *Facebook* yang memiliki fitur-fitur seperti menambah teman, *comment*, *like*, dan sebagainya dimanfaatkan remaja akhir untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Dengan menggunakan fitur menambah teman, remaja dapat menjalin hubungan timbal balik dengan jumlah pertemanan maksimal yang disediakan *facebook* sejumlah 5000 pertemanan.

E. Kerangka Berpikir



Gambar 3. Bagan Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian pada penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hubungan antara variabel kesepian dan variabel kebutuhan afiliasi adalah saling berhubungan di mana semakin tinggi kesepian maka semakin tinggi kebutuhan afiliasi di media sosial dan semakin rendah kesepian maka semakin rendah kebutuhan afiliasinya di media sosial.

F. Hipotesis

Hipotesis alternatif :

Terdapat hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*.

Hipotesis Nihil :

Tidak terdapat hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana data yang di dapatkan berupa angka. Menurut Azwar (2013), penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya dalam data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Korelasi mengacu pada hubungan antara dua variabel. Penelitian korelasional adalah jenis penelitian nonexperimental di mana peneliti mengukur dua variabel dan menilai hubungan statistik antara variabel tersebut. Korelasi bisa kuat atau lemah, juga positif atau negatif, dan mungkin juga tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau biasa disebut variabel X. Pada penelitian ini variabel X adalah Kesepian.
2. Variabel Terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang tergantung dari pengaruh variabel bebas atau biasa disebut variabel Y. Pada penelitian ini variabel Y adalah Kebutuhan afiliasi.

C. Definisi Operasional

1. Kesepian

Kesepian adalah perasaan yang dirasakan oleh individu dikarenakan tidak mempunya individu dalam menjalin hubungan sosial sehingga individu berusaha menjalin hubungan sosial lain dengan melalui media sosial. Perasaan ini dirasakan oleh individu meskipun individu berada dalam lingkungan yang ramai. Dalam Skala Kesepian tidak terdapat dimensi atau disebut dengan unidimensional.

2. Kebutuhan afiliasi

Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan individu untuk berinteraksi dengan orang lain dengan tujuan untuk membangun pertemanan, hubungan sosial, dan hubungan yang intim dengan orang lain. Apabila kebutuhan afiliasi tidak terpenuhi maka individu cenderung merasa memiliki emosi yang negatif dan perasaan dikucilkan oleh lingkungan sosial. Terdapat enam dimensi yang membentuk kebutuhan afiliasi yaitu lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, serta mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan subjek yang memiliki ciri-ciri yang sama untuk digunakan dalam penelitian (Azwar, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja akhir yang berusia 18-22 Tahun

2. Sampel

Sampel adalah individu yang menjadi target peneliti dari populasi penelitian (Narbuko, & Achmadi, 2013). Berdasarkan hasil G*Power versi 3.1.9.2 dengan *correlation ρ H1* sebesar 0.3, *error probability* 0.05, serta *power* 0.95 didapatkan hasil minimal sampel 138 orang.

3. Metode Pengambilan sampel

Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel dengan terpenuhinya karakteristik khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel penelitian ini adalah remaja akhir usia 18-22 tahun yang mempunyai dan menggunakan media sosial *facebook* dengan jumlah subjek 152 orang.

E. Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data atau instrument penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode skala. Menurut Azwar (2012), metode skala digunakan untuk mengukur data yang berupa konsep psikologis. Penggunaan skala dikarenakan lebih mudah untuk disebarkan kepada partisipan. Selain itu

penggunaan skala membuat hemat biaya, waktu, dan tenaga. Namun penggunaan ini membuat adanya interaksi antara partisipan penelitian dengan peneliti. Model skala yang digunakan pada skala afiliasi dan skala kesepian adalah model skala likert.

1. Skala kesepian

Skala kesepian yang digunakan adalah *UCLA Loneliness Scale version 3* yang telah dikembangkan oleh Russel (1996) hasil dari transadaptasi penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyaldi, Ulfa Kusuma, Puput Trisnawati, dan Amalia Citra dengan nilai reliabilitas 0,91. Skala ini adalah skala unidimensional dimana kesepian merupakan dimensi satu-satunya. Skala ini menggunakan model skala likert dengan rentang skor 0 sampai 3 dalam empat pilihan jawaban yaitu, Sering (3), Kadang-kadang (2), Jarang (1), dan Tidak Pernah(0). Berikut ini adalah lampiran *Blueprint* Skala Kesepian sebelum dan sesudah dilakukan uji coba.

Tabel 2. *Blueprint Skala Kesepian sebelum tryout*

Variabel	Favorable	Unfavorable	Total
Kesepian	2,3,4,7,8,11,12,13,14,17,18	1,5,6,9,10,15,16,19,20	20

Tabel 3. *Blueprint Skala Kesepian sesudah tryout*

Variabel	Favorable	Unfavorable	Total
Kesepian	2,3,4,7,8,11,12,13,14,17,18	1,5,6,9,15,16,19,20	19

2. Skala kebutuhan afiliasi

Skala kebutuhan afiliasi yang digunakan adalah modifikasi skala yang digunakan pada penelitian Laila (2014) berdasarkan teori Kebutuhan Afiliasi McClelland (1987) dengan nilai reliabilitas 0,911. Skala ini memiliki enam dimensi yaitu lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, serta mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain. Pada skala ini menggunakan model skala likert dengan rentang skor 1 sampai 4 dalam pilihan jawaban yaitu, Sangat Sesuai (4), Sesuai (3), Tidak Sesuai (2), dan Sangat Tidak Sesuai (1). Berikut ini adalah lampiran *Blueprint* Skala Afiliasi sebelum dan sesudah dilakukan uji coba.

Tabel 4. *Blueprint Skala Afiliasi sebelum tryout*

No	Aspek	No Aitem		Jumlah
		F	U	
1.	Lebih suka bersama orang lain dari pada sendirian	1,2,3,4		4
			5,6	2
2.	Sering berinteraksi dengan orang lain	7,8,9,10		4
			11,12	2
3.	Ingin disukai dan diterima oleh orang lain	13,14,15,16		4
			17,18	2
4.	Menyenangkan hati orang lain	19,20		2
			21,22	2
5.	Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman	23,24,25		3
			26,27,28	3
6.	Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain	29,30		2
			31,32,33,34	4
Total		17	17	34

Tabel 5. *Blueprint Skala Afiliasi sesudah tryout*

No	Aspek	No Aitem		Jumlah
		F	U	
1.	Lebih suka bersama orang lain dari pada sendirian	1,2,3,4		4
			5,6	2
2.	Sering berinteraksi dengan orang lain	7,8,10		4
			11,12	2
3.	Ingin disukai dan diterima oleh orang lain	15		4
			17	2
4.	Menyenangkan hati orang lain	20		2
			22	2
5.	Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman	23		3
			26,27,28	3
6.	Mencari persetujuan dan kesekapatan orang lain	30		2
			31,32,33	4
Total		11	12	23

F. Tahap Pelaksanaan Penelitian

1. Mempersiapkan Alat Ukur

Pada tahap ini peneliti membantu penelitian yang dilakukan oleh melakukan persiapan skala *UCLA Loneliness Scale version 3* yang dikembangkan oleh Russel (1996) hasil dari transadaptasi penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyaldi, Ulfa Kusuma, Puput Trisnawati, dan Amalia Citra dan Skala kebutuhan afiliasi yang digunakan adalah modifikasi skala yang digunakan pada penelitian Laila (2014) berdasarkan teori Kebutuhan Afiliasi McClelland (1987).

2. Menguji Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur yang digunakan pada penelitian dengan target penelitian yang berbeda sehingga diperlukan uji coba skala. Uji coba skala dilakukan pada 30 remaja akhir usia 17-22 tahun di salah satu universitas swasta di Kota Malang pada bulan Juli 2018. Setelah mendapatkan hasil uji

coba skala dengan lulus uji validitas dan reliabilitas item-item yang gugur dengan batas daya diskriminasi minimal item sebesar 2,5 (Azwar, 2014).

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan akan dilakukan setelah melakukan seminar proposal dengan cara membagikan skala kepada subjek yang menjadi kriteria penelitian.

4. Pengelolaan Data

Pengelolaan data pada penelitian ini menggunakan *SPSS 20.0 for windows* untuk menunjukkan hasil penelitian.

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas mengarah pada apakah sesuatu instrumen benar-benar mengukur apa yang hendak diukur (Azwar, 2014). Skala yang telah disusun akan dilakukan uji validitas berdasarkan pertimbangan dari *expert judgment* yaitu dosen pembimbing penelitian Ari Pratiwi, S.Psi., M.Psi., Psikolog. Uji validitas dilakukan pada skala Kebutuhan Afiliasi pada penelitian Laila (2014) berdasarkan Teori McClelland (1987) dikarenakan terdapat kata-kata yang harus disesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan. Sedangkan pada *UCLA Loneliness Scale version 3* yang dikembangkan oleh Russel (1996) merupakan hasil dari transadaptasi penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyaldi, Ulfa Kusuma, Puput Trisnawati, dan Amalia Citra.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2014). Pada skala Kebutuhan Afiliasi reliabilitias diuji menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan SPSS 20 *For Windows* dan didapatkan *cronbach alpha* 0.866 dan *standardized item* 0.871. Sedangkan reliabilitas dari skala kesepian dari hasil transadaptasi *UCLA Loneliness Scale Version 3* diukur dengan internal konsistensi menghasilkan *cronbach alpha* 0.908 dan *standardized item* 0.912. Berdasarkan nilai Cronbach alpha dapat dinyatakan bahwa instrumen ini reliabel.

H. Data

Dalam penelitian data yang didapatkan adalah data primer. Menurut Azwar (2012), data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan skala. Data ini didapatkan dari subjek yang diberikan skala kesepian dan skala afiliasi kepada subjek remaja akhir yang berada di Kota Malang.

I. Analisis Data

1. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat bagaimana data tersebut tersebar secara normal atau tidak sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik. Dalam penelitian ini digunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi

kumulatif distribusi empirik. Signifikan jika $p > 0.05$ maka data dapat dikatakan terdistribusi normal (Widhiarso, 2002).

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat hubungan linear antara variabel terikat dan variabel bebas. Uji linieritas digunakan peneliti untuk mengetahui apakah kedua variabel penelitian mempunyai hubungan signifikan linier atau tidak. Variabel yang dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signifikansi yang tertera pada *Deviation from linearity* $> 0,05$.

3. Uji Hipotesis

Untuk uji hipotesis dalam menemukan hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*. Uji hipotesis untuk membuktikan apakah hipotesa yang telah dibuat dapat diterima atau tidak. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *Product Moment Pearson* dengan bantuan software *SPSS 20.0 for windows*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Deskripsi Data

Data penelitian diperoleh dari hasil *output* skala yang disebarakan secara *online* kepada mahasiswa S1 di Kota Malang dengan rentang usia 18-22 tahun yang menggunakan media sosial *Facebook*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 152 orang. Berdasarkan pengolahan data diperoleh gambaran subjek sebagai berikut :

Tabel 6. *Gambaran Subjek Berdasarkan Usia*

Usia	Jumlah Partisipan	Presentase
22	57	38%
21	35	23%
20	34	22%
19	21	14%
18	5	3%
Total	152	100%

Tabel 7. *Gambaran Subjek Berdasarkan Jumlah Teman di Facebook*

Jumlah Pertemanan	Jumlah Partisipan	Presentase
<500	39	26%
501-1000	47	31%
1001-2000	39	26%
2001-3000	17	11%
3001-4000	6	4%
>4000	4	2%
Total	152	100%

Berdasarkan kategori usia remaja milik Santrock diperoleh data pengguna *Facebook* dalam rentang usia 18-22 tahun, dimana usia 22 tahun memiliki prestanse paling tinggi sebesar 38% sedangkan usia 18 tahun memiliki presantase yang kecil sebesar 3%. Berdasarkan table 7, jumlah maksimal pertemanan di *Facebook* yang mencapai 5000 orang, diperoleh data pengguna dengan rentang jumlah kurang dari 500 orang sampai 5000 orang didapatkan hasil bahwa subjek paling banyak memiliki pertemanan di rentang 501-1000 orang dengan presentase 31% sedangkan subjek dengan rentang jumlah pertemanan lebih dari 4000 hanya 2%

2. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif berisi tentang gambaran atau deskripsi subjek penelitian berdasarkan data dari masing-masing variabel melalui kelompok subjek. Salah satu dasarnya adalah perhitungan skor maksimum, minimum, *mean* dan standar deviasi. Berikut ini merupakan perbandingan skor hipotetik dan skor empirik pada masing-masing variabel:

Tabel 8. *Perbandingan skor hipotetik dan empirik*

Variabel	Statistik	Hipotetik	Empirik
Kesepian	Nilai Minimum	0	2
	Nilai Maksimum	57	45
	Mean	28.5	23.91
	Standar Deviasi	9.5	9.826
Kebutuhan Afiliasi	Nilai Minimum	23	51
	Nilai Maksimum	92	88
	Mean	57.5	68.59
	Standar Deviasi	11.73	7.30

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh nilai *mean* hipotetik kebutuhan afiliasi sebesar 28.5 dan nilai *mean* empirik sebesar 23.91 yang dapat dikatakan bahwa kesepian subjek cenderung tinggi daripada jumlah rata-rata di populasi. Sedangkan nilai nilai *mean* hipotetik kebutuhan afiliasi sebesar 57.5 dan nilai *mean* empirik sebesar 68.59 yang dapat dikatakan bahwa kebutuhan afiliasi subjek cenderung rendah dari jumlah rata-rata populasi.

3. Kategorisasi Skor

a. Kesepian

Kategori skor digunakan untuk membagi kategori menjadi tiga bagian yaitu, rendah, sedang, dan tinggi. Panjang interval didapatkan dari hasil pengurangan skor maksimum dan skor minimum kemudian dibagi dalam kategori yang diinginkan. Sehingga diperoleh panjang interval untuk variabel kesepian yaitu 19.65

Tabel 9. *Kategorisasi Skor Kesepian*

Variabel	Kategori	Skor	Jumlah	Presentase
Kesepian	Rendah	$X < 14.08$	32	21%
	Sedang	$14.08 \leq X \leq 33.73$	91	60%
	Tinggi	$X > 33.73$	29	19%
Total			152	100%

Berdasarkan pada tabel di atas, didapatkan kategorisasi skor kesepian subjek dengan jumlah terbesar di kategorisasi sedang dengan prosentase 60% dari seluruh total subjek.

b. Kebutuhan Afiliasi

Kategori skor digunakan untuk membagi kategori menjadi tiga bagian yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Panjang interval didapatkan dari hasil pengurangan skor maksimum dan skor minimum kemudian dibagi dalam kategori yang diinginkan. Sehingga diperoleh panjang interval untuk variabel kebutuhan afiliasi yaitu 14.61

Tabel 10. *Kategorisasi Skor Afiliasi*

Variabel	Kategori	Skor	Jumlah	Presentase
Kebutuhan Afiliasi	Rendah	$X < 61.28$	20	13%
	Sedang	$61.28 \leq X \leq 75.89$	107	70%
	Tinggi	$X > 75.89$	25	17%
Total			152	100%

Berdasarkan pada tabel di atas, kategorisasi skor kebutuhan afiliasi diperoleh bahwa rata-rata subjek dalam penelitian ini memiliki kebutuhan afiliasi yang sedang dengan skor 61,28 sampai dengan 75.89 dengan jumlah subjek 107 orang.

B. Hasil Penelitian

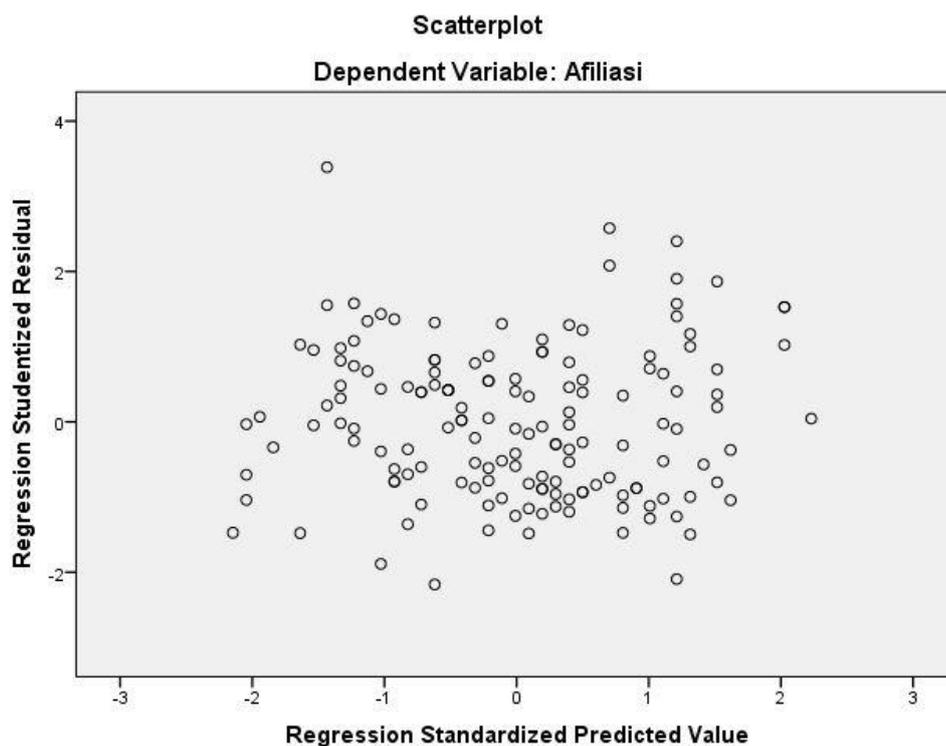
1. Hasil Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini digunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengukur penyebaran data variabel. Dari hasil uji yang dilakukan dengan syarat $p > 0.05$ menunjukkan bahwa kesepian terdistribusi secara normal sedangkan pada kebutuhan afiliasi terdistribusi secara normal.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Z	Sig.	Keterangan
Kesepian	.664	.770	Normal
Kebutuhan Afiliasi	1.205	.110	Normal



Gambar 4. Scatterplot

Berdasarkan tabel diatas di dapatkan nilai signifikansi variabel kesepian dan variabel kebutuhan afiliasi diatas nilai $p > 0.05$ dengan signifikansi 0.770 dan 0.110. Sedangkan pada gambar scatterplot, dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

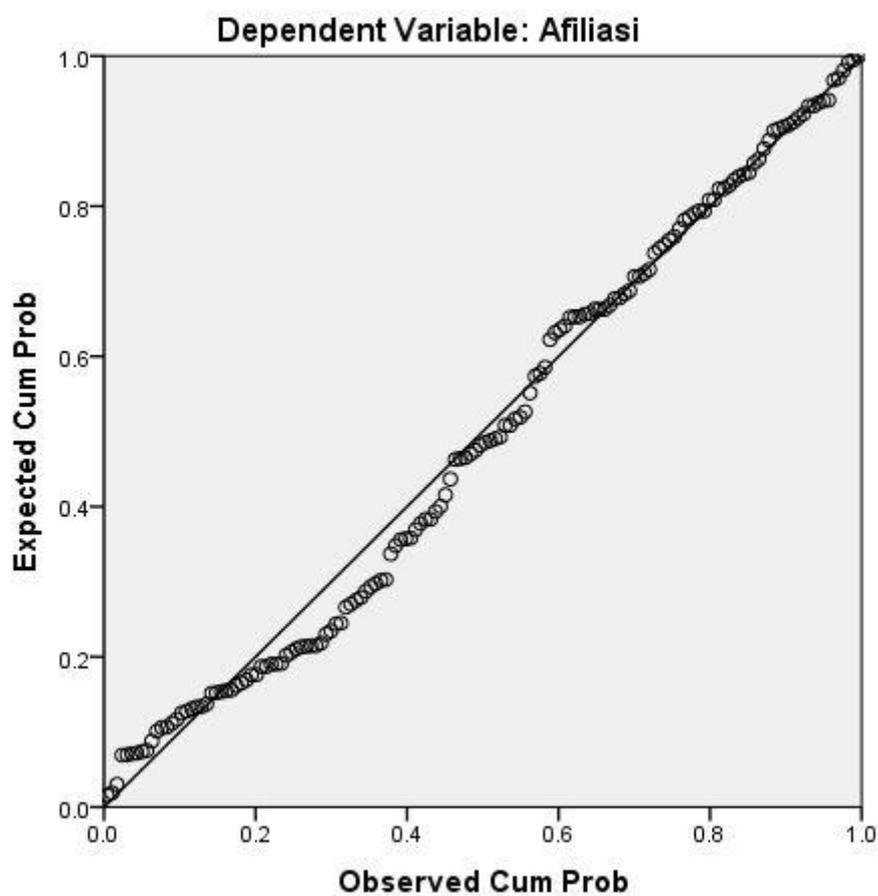
b. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat hubungan linear antara variabel terikat dan variabel bebas. Hasil uji linieritas pada kedua variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 12. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F Hitung	Signifikansi	Keterangan
Kesepian*Kebutuhan afiliasi	1.339	.123	Linier

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5. Grafik Linieritas

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai F dari penyimpangan linieritas sebesar 1.339 didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.123 yang dapat diartikan bahwa hubungan variabel kesepian dengan kebutuhan afiliasi adalah linier.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* pada aplikasi SPSS versi. 20. Berikut hasil table uji hipotesis yang dilakukan:

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis

		Kebutuhan Afiliasi
Kesepian	Pearson Correlation	-.563
	Sig.	.000

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *pearson correlation* -0,563 dengan nilai signifikansi 0,000 yang dibawah $p < 0.05$ sehingga dapat diartikan terdapat hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*, hubungan yang terjadi memiliki arah negatif dimana semakin tinggi kesepian yang dialami oleh remaja akhir maka semakin rendah kebutuhan afiliasinya di media sosial *facebook* dan juga begitu sebaliknya.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*. Subjek penelitian ini

adalah remaja akhir yang memiliki rentang usia 18 sampai 22 tahun. Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 152 orang yang terdiri dari 118 perempuan dan 34 laki-laki.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* -0,563 dengan nilai signifikansi 0,000 yang dibawah $p < 0.05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, yaitu terdapat hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*. Tinggi rendahnya kesepian yang dialami oleh remaja akhir memiliki hubungan dengan tingkat kebutuhan afiliasi di *facebook*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja akhir yang mengalami kesepian memiliki hubungan dengan kebutuhan afiliasi. Hubungan yang terjadi memiliki arah negatif dimana semakin tinggi kesepian yang dialami oleh remaja akhir maka semakin rendah kebutuhan afiliasinya di media sosial *facebook* dan juga begitu sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai mean hipotetik kesepian sebesar 28,5 dengan subjek terbanyak berada di rentang skor 14,08 sampai dengan 33,73 dengan jumlah 90 orang (60%). Dimana dalam perkembangannya remaja akhir dihadapkan dengan tahap perkembangan *Intimacy vs Isolation* (Erikson, 2010), ketika remaja mengalami isolasi dapat menyebabkan kesepian (Douman & Roux, 2010). Remaja akhir yang dalam masa perkembangannya ini mengalami dinamika dalam proses mencari jati diri menuju dewasa sehingga membutuhkan kehadiran orang lain sebagai elemen penting dalam perkembangannya.

Kebutuhan individu untuk berinteraksi dengan orang lain dengan tujuan untuk membangun pertemanan, hubungan sosial, dan hubungan yang intim dengan orang lain disebut sebagai kebutuhan afiliasi. Kebutuhan afiliasi ini sangat besar ketika individu tersebut pada tahap perkembangan remaja (Papalia, Olds, & Feldman, 2007). Berdasarkan hasil nilai mean hipotetik kebutuhan afiliasi didapatkan hasil 57,5 dengan jumlah subjek terbesar berada di rentang skor 61.28 sampai dengan 75.89 yang merupakan kategori sedang dengan jumlah 107 orang (70%). Kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook* yang sedang dilatarbelakangi dengan *facebook* merupakan peringkat kedua media sosial yang sering diakses di Indonesia.

Remaja akhir yang menyadari akan kesepiannya, mereka berusaha akan memenuhi kebutuhan afiliasinya dengan membangun hubungan bersama orang lain (Rice, 1993). Remaja akhir dalam memenuhi kebutuhan afiliasinya memanfaatkan teknologi untuk mencari pertemanan di media sosial, salah satunya di *Facebook*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinjani dan Firmanto (2013) tentang kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook*, remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi berusaha menciptakan interaksi dengan remaja lainnya.

Remaja akhir memiliki presantase yang besar dalam mengakses media sosial *facebook* menyusul peringkat kedua terdapat dewasa awal, dan peringkat ketiga remaja awal. Di Indonesia media sosial yang diakses paling tinggi adalah *Facebook*, disusul di tempat kedua terdapat *Instagram*, dan di tempat ketiga terdapat *Twitter* (We Are Social Media & Hootsuite, 2018). Dengan banyaknya

media sosial yang tersedia remaja akhir tidak hanya menggunakan satu media sosial saja. Remaja juga menggunakan media sosial lainnya sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Marhaeni (2015) tentang hubungan kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan media sosial *twitter*, didapatkan hasil bahwa remaja dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan intensif mengakses media sosial *Twitter*.

Hubungan yang negatif yang terdapat dalam penelitian ini disebabkan diantaranya karena remaja akhir tidak hanya memiliki media sosial *facebook* sehingga remaja telah mengantisipasi kesepiannya dengan memenuhi kebutuhan afiliaisnya di media sosial lain ataupun di dunia nyata. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2010), dimana remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah akan mudah meninggalkan dunia nyata dan cenderung melarikan diri ke dunia maya. Sedangkan pada remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan menyeimbangkan kebutuhan afiliasinya di dunia nyata maupun di dunia maya. Menurut kompas.com (2018), saat ini remaja lebih memilih untuk menggunakan media sosial lain seperti *instagram* dan *snapchat* yang lebih sesuai dengan keinginan para remaja karena lebih memfasilitasi penggunaanya dalam memamerkan foto atau video perjalanan, hobi, dan keseharian lainnya yang lekat dengan kreativitas remaja dibandingkan dengan *facebook* yang memiliki fokus dalam menambah pertemanan.

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang dialami, beberapa item pertanyaan dalam kuesioner sulit dipahami oleh subjek dan tidak pemberian nomor urut pada kuesioner membuat subjek merasa mengerjakan banyak item pertanyaan.

Transadaptasi alat ukur yang dilakukan oleh tim penelitian yang lain sehingga diperlukannya koordinasi yang baik. Media sosial yang dilakukan penelitian ini terbatas pada media sosial *facebook*. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner online sehingga dikhawatirkan subjek mengisi kuisisioner dengan asal karena tidak adanya pengawasan langsung dari peneliti.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir di media sosial *facebook*, hubungan memiliki arah negatif dimana semakin tinggi kesepian yang dialami oleh remaja akhir maka semakin rendah kebutuhan afiliasinya di media sosial *facebook* dan juga begitu sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian yang telah dilakukan, pada penelitian selanjutnya harap dipertimbangkan saran berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan media sosial yang lain selain *Facebook*, contohnya yang sedang disenangi oleh remaja sekarang seperti *Instagram*.
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lanjut tentang kesepian atau kebutuhan afiliasi dengan variabel lain pada media sosial lainnya.

2. Saran Praktis

Disarankan kepada remaja akhir untuk lebih sering berinteraksi dengan lingkungan sekitar untuk dapat menghindari dan mengatasi kesepian yang

dialami. Hal ini bisa dilakukan dengan mengikuti kegiatan organisasi atau kegiatan sosial sehingga mereka dapat melakukan interaksi dengan orang lain dan menghasilkan sebuah hubungan pertemanan.

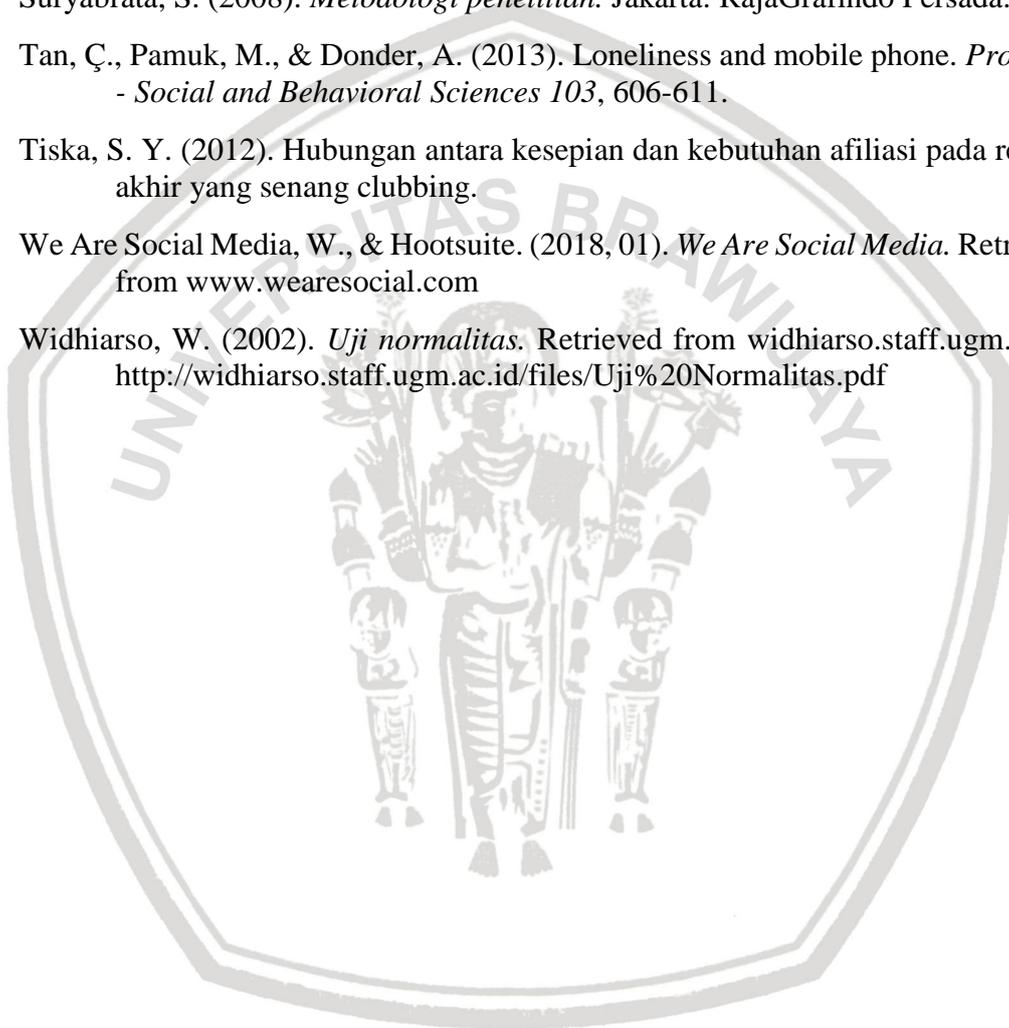


DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. R. (2003). *Psikologi sosial Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Baron, R. A., & Byrne, D. R. (2004). *Psikologi sosial Jilid 1 Edisi kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Chaplin. (2009). *Kamus lengkap psikologi. Alih Bahasa: Kartini Kartono*. Jakarta: Rajawali Press.
- CNN Indonesia, C. (2016, 10 24). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>
- Dariyo, A. (2016). Hubungan antara kesepian dan motif persahabatan dengan komunikasi on line pada remaja akhir. *Psikodemensia Volume 15 No.2*, 236-253.
- Dariyo, A., & Widiyanto, M. A. (2013). Pengaruh kesepian, motif persahabatan, komunikasi online, dan terhadap penggunaan internet kompulsif pada remaja. *Jurnal Psikologi Vol. 11 No.2*.
- Dayaksini, T., & Hudaniah. (2003). *Psikologi sosial*. Malang: UMM Press.
- Douman, L., & Roux, A. L. (2010). The causes of loneliness and the factors that contribute towards It: A literature review. *Tydskrift Vir Geesteswetenskappe*, 216-228.
- Ekasari, M. D., & Hartati, S. (2014). Hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan kesepian pada remaja di Panti asuhan Putri Aisyiyah dan Putra Muhammadiyah Tuntang dan Salatiga. *Empati Vol. 3 No.4*.
- Erikson, E. (2010). *Childhood and society*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Fuhrmann, B. (1990). *Adolescence adolescent*. London: Brown Higher Education Glenview.
- Griffin, E. (1997). *Communication theory (3rd edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Hagie, B., & Dickson, D. (2004). *Skilled interpersonal communication 4th Edition*. New York: Roudledge.
- Hood, M., Creed, P. A., & Mills, B. J. (2017). Loneliness and online friendships in emerging adults. *Personality and Individual Differences*.

- Hurlock, E. (1991). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Kominfo. (2013). *Kominfo: Pengguna internet di Indonesia 63 juta orang*. Retrieved from Kominfo.go.id: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kominfo. (2014). *Pengguna internet Indonesia nomor enam dunia*. Retrieved from Kominfo.go.id: https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Kompas. (2018, 02 13). *Kompas.com*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/13/11130017/2018-saatnya-anak-muda-tinggalkan-facebook>
- Laila, Y. N. (2017). Korelasi antara kebutuhan afiliasi dan keterbukaan diri dengan intensitas menggunakan jejaring sosial pada siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Yogyakarta.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. New York: D. Van Nostrand Company.
- McClelland, D. (1987). *Human motivation*. New York: Cambridge University Press.
- Myers, G. (2012). *Psikologi sosial Edisi 10*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2007). *Human development (9th edition)*. New York: McGrawHill.
- Putra, I. P., & Marhaeni, A. (2015). Hubungan kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial twitter pada remaja akhir. *Jurnal Psikologi Udayana Vol.2 No.1*, 45-58.
- Rice, F. (1993). *The adolescent: Developmental, relationship, and culture. Ninth edition*. Boston: Allyn and Bacon.
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Vol.01 No.01*.
- Riyanti, Y. A. (2016). Hubungan intensitas mengakses sosial media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten.
- Robinson, K. (1994). *Loneliness*. Retrieved from University Buffalo: <http://ubcounseling.buffalo.edu.shtml>
- Russel D. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor. *Journal of Personality Assessment*, 20-40.

- Russel, D., Peplau, L., & Cutrona, C. (1980). The revised UCLA loneliness scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 472-480.
- Santrock, J. (2007). *Remaja Edisi kesebelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. (2011). *Life span development Edisi ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S. (2001). *Psikologi remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suryabrata, S. (2008). *Metodologi penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tan, Ç., Pamuk, M., & Donder, A. (2013). Loneliness and mobile phone. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 103, 606-611.
- Tiska, S. Y. (2012). Hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi pada remaja akhir yang senang clubbing.
- We Are Social Media, W., & Hootsuite. (2018, 01). *We Are Social Media*. Retrieved from www.wearesocial.com
- Widhiarso, W. (2002). *Uji normalitas*. Retrieved from [widhiarso.staff.ugm.ac.id: http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Uji%20Normalitas.pdf](http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Uji%20Normalitas.pdf)



LAMPIRAN

1. Skala Kebutuhan Afiliasi

Skala Penelitian Psikologi

Bagian 2

Saya senang jika di sekitar saya ada banyak teman

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya merasa nyaman dengan banyak orang disekitar saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Jika ada teman yang sedang berkumpul saya selalu ikut bergabung

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Ketika bertemu atau berpapasan dengan orang yang saya kenal, saya berusaha menyapa terlebih dahulu

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya senang mendapatkan teman baru dari lingkungan pertemanan saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya merasa senang ketika ada yang menanyakan keadaan saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya senang beraktifitas bersama teman

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya sering menjalin komunikasi dengan teman sekalipun sudah lama tidak bertemu

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya selalu mengikuti berbagai kegiatan sosial di kampus maupun di rumah

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya senang ketika mendapat perhatian dari teman-teman saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya merasa teman-teman menerima saya tanpa mempedulikan latar belakang saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya cenderung suka kekompakan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya senang ketika diberi kepercayaan oleh orang lain

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya cenderung menyendiri di kelas

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya tidak mempunyai teman dekat

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya merasa malu menyapa orang yang saya kenal jika bertemu atau berpapasan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya tidak memberikan pujian ketika teman saya berhasil melakukan sesuatu

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya menjaili teman untuk membuatnya merasa kesal

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya tetap akan mempertahankan pendapat saya apapun yang terjadi

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Ketika teman saya banyak masalah saya menghindarinya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Saya tidak mudah sepakat dengan masukan teman akan masalah saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju



Saya merasa bisa mengambil keputusan sendiri tanpa saran atau pendapat dari orang lain

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Setuju atau tidaknya teman terhadap pendapat saya, tidak berpengaruh bagi saya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

KEMBALI

BERIKUTNYA

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.



2. *UCLA Loneliness Scale version 3*

Skala Penelitian Psikologi

Bagian 1

Seberapa sering anda merasa cocok dengan orang-orang di sekitar anda?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa tidak punya teman?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa tidak ada seseorang untuk membantumu?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa sendiri?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa menjadi bagian dari suatu kelompok pertemanan?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa memiliki banyak kesamaan dengan orang-orang di sekitar anda?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering



Seberapa sering anda merasa sudah tidak dekat dengan siapapun?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa minat dan ide anda tidak sama dengan orang-orang di sekitar anda?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa ramah dan bersahabat?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering



Seberapa sering anda merasa ditinggalkan?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa hubungan dengan orang lain tidak berarti?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa tidak ada seorangpun yang mengenali anda dengan baik?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering



Seberapa sering anda merasa terasingkan dari orang lain?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa anda bisa mendapatkan teman selama anda mau?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa ada orang yang memahami anda?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering



Seberapa sering anda merasa malu?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa sendirian meskipun sedang di sekeliling orang banyak?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa punya orang yang bisa dijadikan teman bicara?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

Seberapa sering anda merasa bahwa ada orang yang mau membantu anda?

- Tidak Pernah
- Jarang
- Kadang-kadang
- Sering

KEMBALI

BERIKUTNYA

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

3. Lampiran Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kesepian	Afiliasi
N		152	152
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23.91	68.59
	Std. Deviation	9.826	7.303
Most Extreme Differences	Absolute	.054	.098
	Positive	.054	.098
	Negative	-.042	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.664	1.205
Asymp. Sig. (2-tailed)		.770	.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. Lampiran Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Afiliasi * Kesepian	Between Groups	(Combined)	4226.883	38	111.234	3.285	.000
		Linearity	2548.841	1	2548.841	75.279	.000
		Deviation from Linearity	1678.042	37	45.352	1.339	.123
Within Groups			3826.006	113	33.858		
Total			8052.888	151			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Afiliasi * Kesepian	-.563	.317	.724	.525

5. Lampiran Uji Hipotesa

Correlations

		Kesepian	Afiliasi
Kesepian	Pearson Correlation	1	-.563**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	152	152
Afiliasi	Pearson Correlation	-.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	152	152

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Lampiran G-Power

