

**KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS MENGAKSES *FACEBOOK*
PADA REMAJA****Hefrina Rinjani dan Ari Firmanto**

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang

have.rina@gmail.com

Salah satu sumber informasi internet yang saat ini sangat terkenal di kalangan masyarakat adalah situs jejaring sosial *facebook*. Situs jejaring sosial *facebook* ini dapat dimanfaatkan untuk mencari teman sebanyak-banyaknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 12-22 tahun yang memiliki akun *facebook*. Sampel penelitian ini berjumlah 50 orang dan sampling yang digunakan adalah *incidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala dan dokumentasi, selanjutnya dianalisa dengan korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh hasil $r_{xy} = 0,675$ $p = 0,000$ yang berarti adanya hubungan positif dan sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja. Sumbangan efektif kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* sebesar 45,6%.

Kata kunci: Kebutuhan Afiliasi, Intensitas Mengakses *Facebook*, Remaja

Facebook is one of a well known social media nowadays. Facebook can be used to find friends as much as it can. This research aimed to know correlation between need of affiliation and intensity in using Facebook. Population in this research is adolescent in 12-22 years old who has Facebook account. Samples consisted of 50 people and sampling technique used is incidental sampling. Data collection method used is scale and documentation, while data analysis method is product moment correlation. The resulted showed correlation coefficient value (r) = 0,675 and level of significance (p) = 0,000, which means there is significant and positive correlation between need for affiliation and Facebook accessing intensity in adolescent. Effective contribution of affiliation needs with Facebook accessing intensity is 45.6%.

Keywords: Affiliation Needs, Facebook Accessing Intensity, Adolescent

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi meningkat secara cepat, salah satunya adalah internet. Kehadiran internet telah membawa revolusi serta inovasi pada cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berhasil mengatasi masalah klasik manusia, karena keterbatasan jarak, ruang, dan waktu tidak lagi menjadi kendala berarti. Adapun salah satu sumber informasi internet yang saat ini sangat terkenal di kalangan masyarakat adalah situs jejaring sosial *facebook*.

Facebook kini seolah telah menjadi candu bagi pengguna internet di tanah air. Penggunaan *facebook* di Indonesia tumbuh begitu cepat dan saat ini menempati urutan pertumbuhan tercepat kedua di dunia dari sisi jumlah pengguna. Indonesia hanya kalah dari Amerika Serikat yang juga merupakan pengguna *facebook* terbanyak di dunia. Jumlah pengguna *facebook* diseluruh dunia pada tahun 2010 mencapai 316.402.480 pengguna. Di Indonesia sendiri, pengguna *facebook* mencapai 11.759.980 pengguna dengan presentase terbesar 40,1% pada remaja berusia 18-24 tahun (www.checkfacebook.com). Hal ini menunjukkan betapa menjamurnya jejaring sosial *facebook* dalam masyarakat khususnya remaja.

Facebook banyak dikunjungi karena mempunyai keunggulan dibanding situs jejaring sosial lainnya, yakni pengguna *facebook* dapat tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, dapat bertemu dan berbungan dengan teman lama, berkenalan dengan teman dari sahabat, serta berkenalan dengan orang yang belum pernah dikenal sebelumnya. Selain itu, pengguna situs ini memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman, hobi, dan minat dengan orang-orang dengan latar belakang, budaya dan negara yang berbeda. Keunggulan dan kemudahan itulah yang membuat banyak individu hampir tiap hari menggunakan internet untuk membuka situs *facebook*.

Dibalik atmosfer positifnya ternyata tidak dapat dipungkiri *facebook* menyimpan pula sisi negatifnya. Terutama kasus-kasus kejahatan melalui media *facebook* yang menimpa para remaja sebagai korbannya. Misalnya kasus menghilangnya Rakhma Safitri (19 tahun), mahasiswi Akademi Kebidanan Bakti Asih Purwakarta dengan teman yang diduga dikenalnya melalui *facebook* (www.metrobalikpapan.co.id). Hal ini dikarenakan ketidakmatangan seorang remaja dalam mengenali identitas diri maupun lingkungannya. Mengingat usia remaja merupakan masa pencarian dan pengukuhan jati diri sebelum menginjak usia dewasa.

Situs jejaring sosial *facebook* itu sendiri dapat juga dimanfaatkan untuk mencari teman sebanyak-banyaknya. Pemanfaatan *facebook* dalam mencari teman sebanyak-banyaknya tersebut pada gilirannya juga akan mengacu pada tingkat intensitas menggunakan *facebook* yang semakin tinggi, sebab untuk mendapatkan jejaring “teman dari teman” perlu diterima dulu perintah “konfirmasi” dari yang menerima pertemanan, padahal penerimaan “konfirmasi ingin menjadi teman” biasanya akan dibalas pada hari berikutnya. Sehingga mau tidak mau *user* pengguna *facebook* harus sering membuka *facebook* untuk melihat apakah “ajakan berteman” sudah mendapat persetujuan apa belum.

Intensitas itu sendiri merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Sebaliknya, orang

yang mempunyai perasaan tidak suka terhadap suatu kegiatan akan jarang melakukan kegiatan yang tidak disukai, seperti halnya mengakses *facebook*.

Tingkat intensitas seseorang dalam mengakses *facebook* pun dapat diteliti berdasarkan pengalaman secara empirik. Bagi mereka yang mempunyai intensitas yang tinggi, selalu saja ada motivasi tertentu dari dalam diri yang mendorong dirinya untuk membuka *facebook*. Setidaknya dalam satu hari, orang tersebut harus menyempatkan diri untuk mengakses *facebook*, entah dalam waktu luangnya atau bahkan sambil mengerjakan sesuatu.

Penelitian yang dilakukan oleh Stern dan Taylor (2007) pada *facebook* mendapatkan 49% dari sampel peneliti menggunakan *facebook* kurang lebih 10 menit tiap harinya, 21% dari sampel menggunakan *facebook* antara 30-60 menit tiap harinya, 11% dari sampel menggunakan *facebook* kurang lebih antara 1-2 jam setiap harinya dan hanya 3% dari sampel yang lebih dari 2 jam setiap harinya menggunakan *facebook*.

Perkembangan *facebook* saat ini diperkirakan terdapat penambahan sekitar 100.000 akun baru setiap harinya diseluruh dunia. Lebih dari 25 juta pengguna aktif diperkirakan juga menggunakan *facebook* setiap harinya. Rata-rata setiap pengguna menghabiskan waktu sekitar 20 menit perhari untuk melakukan berbagai aktifitas di *facebook* (Yoseptian, 2010). Fenomena inilah yang memungkinkan para pengguna *facebook* untuk saling membagi perasaan dan informasi yang akrab dengan orang lain melalui banyaknya aplikasi pada *facebook* itu sendiri. Dengan mengungkapkan informasi pribadi melalui status *facebook* dan dikomentari oleh orang lain, remaja dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk menjalin hubungan dengan orang lain atau kelompok yang sering disebut dengan kebutuhan afiliasi.

Menurut Mc.Clelland (dalam Munandar, 2006) kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain, kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. Di dalam kebutuhan afiliasi itu sendiri terkandung keinginan untuk membentuk dan mempertahankan beberapa hubungan interpersonal yang memberikan ganjaran. Membentuk hubungan interpersonal tersebut dapat dilakukan dengan cara *update* status, mencari pertemanan dan mengkonfirmasi pertemanan. Sedangkan mempertahankan hubungan interpersonal itu dapat dilakukan melalui interaksi yang sering dilakukan saat *update* status dengan bertukar komentar antara pengguna *facebook* lain, dimana jika perilaku tersebut tetap dipertahankan akan memberikan ganjaran tersendiri yaitu, memberikan perasaan positif yang dihubungkan dengan kedekatan (keintiman) hubungan antar pribadi. Jika kedekatan (keintiman) sudah terbangun biasanya individu juga ikut merasakan, memahami dan memperhatikan ketika ada salah satu pihak membagi informasi-informasi yang bersifat pribadi, sehingga terbentuklah rasa saling mempercayai satu sama lain, dimana semua itu merupakan bagian dari kebutuhan afiliasi.

Tingginya kebutuhan afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena pada masa ini remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial, serta pada masa ini tugas perkembangan remaja yaitu mempersiapkan karier ekonomi dan perkawinan. Saat ini melalui media situs jejaring sosial *facebook*, remaja dapat berkoneksi dengan jaringan sosial yang luas dan bisa terlihat dalam sebuah jaringan sosial sehingga membuat mereka menjadi dikenal oleh orang lain dan dapat

berkembang menciptakan sebuah hubungan (Yoseptian, 2010). Oleh karena itu, melalui media situs jejaring sosial *facebook* remaja bisa memenuhi kebutuhan afiliasinya tanpa harus bertatap muka secara langsung karena situs jejaring sosial *facebook* ini menyediakan fitur untuk membangun hubungan dengan orang lain sehingga individu yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung lebih sering dan lebih lama menggunakannya.

Sehingga dapat diasumsikan bahwa remaja menggunakan *facebook* dalam intensitas yang tinggi terkait karena adanya kebutuhan afiliasi yang tinggi pula, yaitu dorongan untuk mencari hubungan pertemanan, persahabatan, komunikasi dan juga dapat berupa cinta.

Berdasarkan uraian tersebut, masalahnya adalah intensitas yang tinggi dalam menggunakan *facebook* pada remaja timbul karena adanya kebutuhan afiliasi yang tinggi pula pada diri mereka. Sehingga dari permasalahan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja.

Kebutuhan Afiliasi

Menurut Murray kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk mendekat atau keinginan untuk kerjasama dengan orang lain, menyenangkan dan mendapat afeksi dari orang lain, dan setia terhadap teman. Dalam kebutuhan berafiliasi ini terkandung kepercayaan, kemauan baik, afeksi, kasih, dan empati yang simpatik yang dimanifestasikan dalam sikap bersahabat, sosial, menyenangkan, penuh kasih dan kepercayaan, dan bersifat baik (Martaniah, 1984).

Murray juga mengatakan bahwa kebutuhan afiliasi terkait dengan kecenderungan untuk membentuk pertemanan dan untuk bersosialisasi, untuk berinteraksi secara dekat dengan orang lain, untuk bekerjasama dan berkomunikasi dengan orang lain dengan cara yang bersahabat, dan untuk jatuh cinta (Baron & Byrne, 2003). McClelland menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain, kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. McClelland juga mengatakan bahwa kebutuhan afiliasi adalah dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya (Munandar, 2006; Arani, 2010).

Menurut Maslow kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan sosial teman, dicintai dan mencintai serta diterima dalam pergaulan kelompok dan lingkungannya. Manusia pada dasarnya selalu ingin hidup berkelompok dan tidak seorangpun manusia menyendiri di tempat terpencil (Hasibuan, 2005). McClelland mengidentifikasi tiga karakteristik orang yang memiliki kebutuhan berafiliasi yang tinggi, yaitu keinginan yang kuat untuk bersepakat dan memperoleh dukungan dari orang lain, cenderung menyesuaikan diri terhadap harapan dan norma orang lain saat “ditekan” oleh hubungan persahabatan yang mereka nilai berharga, memiliki keinginan yang tulus untuk menjaga perasaan orang lain (Yuwono, 2005).

Sedangkan menurut Munandar (2006), orang-orang dengan kebutuhan untuk berafiliasi yang tinggi ialah orang-orang yang berusaha mendapatkan persahabatan. Mereka ingin disukai dan diterima oleh orang lain. Mereka lebih menyukai situasi-situasi yang

kooperatif dari situasi yang kompetitif, dan sangat menginginkan hubungan-hubungan yang melibatkan saling pengertian dalam derajat yang tinggi. Mereka akan berusaha menghindari konflik.

Menurut McClelland aspek-aspek kebutuhan afiliasi adalah: (1) Lebih suka bersama orang lain daripada sendirian; pada intinya remaja lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, hal ini didasarkan pada usia remaja adalah usia dimana ia ingin melepaskan diri dari lingkungan keluarga khususnya orang tua. (2) Sering berinteraksi dengan orang lain; kecenderungan remaja untuk mencari lingkungan baru dan memperbanyak teman secara otomatis membuat remaja lebih banyak berinteraksi dengan orang lain (senang bergaul). (3) Ingin disukai dan diterima oleh orang lain; terjadi karena adanya dorongan dari keinginan remaja yaitu untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain dan untuk meningkatkan harga diri. (4) Menyenangkan hati orang lain; salah satu keinginan remaja adalah untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan dimana ia berada atau kelompoknya. Untuk memenuhi hal itu remaja berusaha untuk menjadi pribadi yang menyenangkan untuk orang lain. (5) Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman; karena kebutuhan remaja untuk diakui, dihargai dan tergantung pada kelompok sehingga menyebabkan remaja mempunyai rasa takut kehilangan yang secara otomatis membuat untuk setia terhadap teman. (6) Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain; ketika remaja dihadapkan pada suatu masalah, dalam hal mengambil sikap dan memutuskan ia selalu membutuhkan orang lain untuk menyelesaikannya (Rupawanti, 2008).

Martaniah (1984), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan afiliasi adalah: (1) Kebudayaan. Kebutuhan afiliasi sebagai kebutuhan sosial juga tidak luput dari pengaruh kebudayaan, nilai-nilai yang berlaku pada suatu tempat ataupun kebiasaan-kebiasaan. Dalam masyarakat yang menilai tinggi kebutuhan berafiliasi, akan mengakibatkan pengembangan dan pelestarian kebutuhan tersebut, sebaliknya jika kebutuhan tersebut tidak di nilai tinggi, itu akan menipis dan tidak akan tumbuh subur. (2) Situasi yang bersifat psikologik. Seseorang yang tidak yakin akan kemampuannya atau tidak yakin pendapatnya, akan merasa tertekan, rasa tertekan ini akan berkurang jika dilakukan perbandingan sosial. Kesempatan untuk meningkatkan diri melalui perbandingan dengan orang akan meningkatkan afiliasi, dan bila orang tersebut dalam perbandingan ini merasa lebih baik, ini akan lebih menguatkan sehingga menghasilkan afiliasi yang lebih besar. Keinginan untuk berafiliasi akan meningkat kalau orang dalam keadaan bimbang yang bertingkat sedang dan yang bertingkat tinggi. (3) Perasaan dan kesamaan. Dapat berupa kesamaan dalam pendidikan, kesamaan dalam status, kesamaan kelompok etnik atau kesamaan bangsa; person takut atau cemas. Pengaruh faktor-faktor persamaan dan kesamaan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, sebagai contoh dapat dilihat bahwa orang yang memiliki kesamaan pendidikan, kesamaan status, kesamaan kelompok etnik lebih tertarik satu sama lain dan saling membentuk kelompok, misalnya kelompok perguruan tinggi tertentu, kelompok profesi tertentu, kelompok suku tertentu. Orang yang kesepian akan lebih terdorong membuat afiliasi daripada orang yang tidak kesepian, juga orang yang kurang mempunyai perasaan aman akan terdorong untuk membuat afiliasi daripada orang yang mempunyai perasaan aman tinggi.

Intensitas Mengakses *Facebook*

Menurut Kapang (2009) *facebook* merupakan salah satu situs jejaring sosial dimana para penggunanya dapat berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia. Toejoeh (dalam Pita, 2011) mengatakan bahwa *facebook* adalah situs jejaring sosial dimana para penggunanya dapat bergabung dalam komunikasi seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan interaksi dengan orang lain. Sedangkan menurut Yuhefizar (2009) *facebook* merupakan salah satu jenis *website* yang khusus menyediakan fasilitas untuk membangun jejaring pertemanan melalui internet. Intensitas yaitu kedalaman atau reaksi emosional dan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap. Intensitas juga diartikan sebagai tingkat/ukuran intensitasnya. Tingkatan disini menggambarkan seberapa banyak *facebook* diakses oleh remaja untuk *update* dan membalas komentar status.

Klaoh berpendapat bahwa intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut (Kilimanca, 2006). Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Sebaliknya, orang yang mempunyai perasaan tidak suka terhadap suatu kegiatan akan jarang melakukan kegiatan yang tidak disukai, seperti halnya mengakses *facebook*. Jadi intensitas mengakses *facebook* adalah tingkatan seseorang menggunakan *facebook* untuk berinteraksi dengan orang lain yang didasari oleh perasaan senang.

Hipotesa

Ada hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja.

METODE PENELITIAN

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah remaja usia 12-22 tahun yang memiliki akun *facebook*, dimana akun *facebook* mereka terhubung dengan akun *facebook* peneliti.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala dan dokumentasi. Untuk mengungkap kebutuhan afiliasi digunakan skala kebutuhan afiliasi, dimana pernyataan-pernyataan dalam skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek dari teori McClelland, yaitu lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima oleh orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain.

Data dihimpun dengan menggunakan metode skala yang teruji (Azwar, 2007; 2010). Skala ini terdiri dari 4 alternatif jawaban dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Jumlah item keseluruhan 48 item, yang dinyatakan gugur sebanyak 6 item. Korelasi item total bergerak dari 0,304 sampai dengan 0,813. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0,955.

Metode Analisa Data

Proses analisa data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 13.00. Hasil uji statistik tersebut lalu diinterpretasi dengan melihat taraf kemaknaannya yang ditunjukkan oleh indeks kesalahan yang mungkin terjadi, yang biasa disebut *probable error* (p). Nilai (p) berkisar 0,05 sampai 0,01. Apabila dari hasil uji statistik didapatkan nilai $p > 0,05$ maka hasil penelitian yang diperoleh tidak signifikan, sedangkan hasil penelitian dapat dikatakan signifikan apabila nilai $p \leq 0,05$.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* diperoleh r_{xy} sebesar 0,675 dengan p sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan dengan arah positif dan sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook*. Sehingga dapat dikatakan apabila kebutuhan afiliasi tinggi maka intensitas mengakses *facebook*nya juga tinggi. Sebaliknya apabila kebutuhan afiliasi rendah maka intensitas mengakses *facebook*nya juga rendah. Hal ini membuktikan bahwa hipotesa dalam penelitian ini diterima.

DISKUSI

Hipotesa penelitian ini terbukti, ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja. Individu dengan kebutuhan afiliasi tinggi berusaha menciptakan hubungan yang bersahabat dengan orang lain. Interaksi yang terjalin dengan teman pada situs jejaring sosial *facebook* terjadi lewat komentar-komentar pada saat *update* status yang ditujukan kepada teman. Komentar yang ditujukan kepada teman akan memicu respon teman dan komunikasi akan berlangsung secara timbal balik, sehingga berpengaruh pada lama akses situs jejaring sosial *facebook*. Memberikan komentar pada teman juga menunjukkan keinginan untuk ingin bersama orang lain sekalipun dalam dunia maya dan pada umumnya respon-respon selanjutnya memunculkan insentif afiliasi seperti perasaan diterima dan diakui.

Selain itu adanya hubungan timbal balik saat memberikan komentar tersebut jika tetap dipertahankan maka akan memberikan ganjaran tersendiri yaitu, memberikan perasaan positif yang dihubungkan dengan kedekatan (keintiman) hubungan antar pribadi. Jika kedekatan (keintiman) sudah terbangun biasanya individu juga ikut merasakan, memahami dan memperhatikan ketika ada salah satu pihak membagi informasi-informasi yang bersifat pribadi, sehingga terbentuklah rasa saling mempercayai satu sama lain, dimana semua itu merupakan bagian dari kebutuhan afiliasi. Seperti yang diungkapkan oleh Martaniah (1984) bahwa dalam kebutuhan berafiliasi ini terkandung kepercayaan, kemauan baik, afeksi, kasih, dan empati yang simpatik yang dimanifestasikan dalam sikap bersahabat, sosial, menyenangkan, penuh kasih dan kepercayaan, dan bersifat baik.

Tingginya kebutuhan afiliasi pada remaja akan sangat berguna bagi individu itu sendiri, karena pada masa ini remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk mengadakan interaksi sosial. Oleh karena itu, melalui situs jejaring sosial *facebook* remaja dapat berkoneksi dengan jaringan sosial yang luas dan bisa terlihat dalam sebuah jaringan tersebut sehingga membuat mereka menjadi dikenal oleh orang lain dan dapat berkembang menciptakan sebuah hubungan.

Remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi maka remaja tersebut akan lebih suka bersama orang lain daripada sendirian, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai dan diterima oleh orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, serta mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain. Oleh karena itu, saat ini melalui media situs jejaring sosial *facebook* remaja bisa memenuhi kebutuhan afiliasinya tanpa harus bertatap muka secara langsung karena situs jejaring sosial *facebook* ini menyediakan fitur untuk membangun hubungan dengan orang lain sehingga individu yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung lebih sering dan lebih lama menggunakannya. Hasil penelitian ini juga diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,456. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan efektif kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti, misalnya faktor luar atau faktor lingkungan dan faktor dalam individu seperti kepribadian.

Berdasarkan hasil perhitungan *T-score* kebutuhan afiliasi terdapat 27 orang atau 54% yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi dan 23 orang atau 46% yang memiliki kebutuhan afiliasi rendah. Sedangkan untuk hasil perhitungan *T-score* intensitas mengakses *facebook* terdapat 26 orang atau 52% yang intensitas mengakses *facebook*nya tinggi dan 24 orang atau 48% yang intensitas *facebook*nya rendah. Dapat dilihat dari analisis data di atas jelas bahwa kebutuhan afiliasi cukup memiliki pengaruh terhadap intensitas mengakses *facebook*. Dimana jika kebutuhan afiliasi tinggi maka intensitas mengakses *facebook*nya juga tinggi. Tetapi di dalam penelitian ini ditemukan ada 3 orang (6%) yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi tetapi intensitas mengakses *facebook* rendah. Hal ini kemungkinan subjek lebih memilih berinteraksi secara langsung atau *face to face* dengan teman-temannya untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya daripada melalui situs jejaring sosial *facebook*. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik dunia maya, dimana di dalam dunia maya perilaku seseorang akan berbeda dengan dunia nyata (Pita, 2011).

Individu yang tidak menggunakan *facebook* sebagai media interaksi sosial, memilih menggunakan cara konvensional untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya, seperti bergaul secara langsung atau sms. Karena cara tersebut dianggap lebih *privacy*. Seperti yang diungkapkan Asiqin (2009) dampak negatif *facebook* itu sendiri adalah tersebarnya data penting yang tidak semestinya.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan dengan arah positif dan sangat signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses *facebook* pada remaja dengan r_{xy} sebesar 0,675 dengan p sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan apabila kebutuhan afiliasi tinggi maka intensitas mengakses *facebook* juga tinggi. Adapun sumbangan efektif kebutuhan afiliasi terhadap intensitas mengakses *facebook* sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti, misalnya faktor luar atau faktor lingkungan dan faktor dalam individu seperti kepribadian.

Implikasi

Bagi remaja agar lebih memahami tujuan penggunaan *facebook* itu sendiri sehingga media *facebook* dapat dimaksimalkan untuk tujuan-tujuan positif. Diharapkan juga bagi remaja dalam memenuhi kebutuhan afiliasinya tidak hanya melalui dunia maya seperti *facebook* melainkan di dalam kehidupan nyata, yaitu berinteraksi secara langsung.

REFERENSI

- Arani, E. W. (2010). *Hubungan antara motif afiliasi dengan intensitas menggunakan facebook pada dewasa awal*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Ed. revisi V). Jakarta: Rineka Cipta.
- Asiqin, A. (2009). *Dampak penggunaan jejaring sosial*. Diakses tanggal 25 Januari 2012 pukul 20.30 dari <http://luyyayang.wordpress.com/2009/10/>
- Azwar, S. (2007). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2001). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., Byrne & Donn. (2003). *Psikologi sosial jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Dayaksini, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi sosial*. Malang. UMM Press.
- Hasibuan. (2005). *Organisasi dan motivasi dasar peningkatan produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kapang, F. Y. (2009). *Planet facebook. 6 jurus ampuh menguasai facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Kilamanca, D. F. (2006). *Hubungan antara kebutuhan afiliasi dan keterbukaan diri dengan intensitas mengakses situs jejaring sosial pada remaja*. (Skripsi, Universitas Negeri Surakarta).
- Martaniah, S. M. (1984). *Motif sosial remaja suku jawa dan keturunan cina di beberapa SMA Yogyakarta*. Yogyakarta: UGM Press.
- Munandar, A. S. (2006). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: UI Press.
- Pita, C. A. (2011). *Self disclosure pada remaja pengguna facebook*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rupawanti, T. S. (2008). *Hubungan kebutuhan afiliasi dengan perilaku konsumtif pada remaja*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja* (Ed. Kesebelas). Jakarta: Erlangga.
- Stern, L., A., & Taylor, K. (2007). Social networking on facebook. *Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota* 20, (3), 9-20.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Yoseptian. (2010). *Hubungan kebutuhan afiliasi dengan keterbukaan diri pada remaja yang menggunakan fitur update status pada situs jejaring sosial facebook*. Diakses tanggal 13 Februari 2012 dari <http://library.gunadarma.ac.id>
- Yuhefizar. (2009). *Berteman dan berbisnis lewat facebook*. Jakarta: PT: Elex Media Komputindo.
- Yuwono, I. (2005). *Psikologi industri dan organisasi*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.