

# ANALISIS KORELASI KESEPIAN EMOSIONAL, SENSATION SEEKING, DAN KECENDERUNGAN PENGGUNAAN INSTAGRAM PADA REMAJA

Rizki Ariqa<sup>1</sup>, Nur Saqinah Galugu<sup>2\*</sup>, Ainul Fahmi<sup>3</sup>

[1] Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia. [2] Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia. [3] Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia

## Abstract

This era of globalization is a digital era where almost everyone can use smartphones and the internet to make their daily lives easier. The era of digital development was also followed by the rapid development of information technology, one of information technology is social media. this research is a quantitative research with correlation research design. The population of this study were students of the Teaching and Education Faculty of Muhammadiyah University of Palopo. The sample in this study was 171 people who were selected using a purposive sampling technique with the criteria of having Instagram accounts and active Instagram users. The measuring instrument used in this research is the tendency to use Instagram by using the Del Barrio scale, whereas sensation seeking uses the sensation-seeking scale form v, and loneliness is measured by using the UCLA Loneliness scale version 3. Data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques with the assistance of SPSS 20 program for windows. The results of this study indicate that there is a relationship between emotional loneliness and the tendency to use Instagram (p value = 0.001 0.05) is in the weak category and the direction of positive correlation. Sensation seeking also has a relationship with the tendency to use Instagram (p value = 0.000 0.05) is in the weak category and the direction of a positive correlation, which means that the higher the level of emotional loneliness, the higher the tendency to use Instagram in adolescents, as well as sensation seeking, which means that the higher the level of sensation seeking, the higher the level of tendency to use Instagram in adolescents. Thus it can be concluded that the two variables, which are emotional loneliness (X1) and sensation seeking (X2) have a relationship with the tendency to use Instagram (Y).

**Keywords:** Emotional Loneliness; sensation seeking; tendency to use Instagram

## Article Info

Artikel History: Submitted: 2023-06-09 | Published: 2023-09-30

DOI: <http://dx.doi.org/10.24127/gdn.v13i3.8000>

[Vol 13, No 3 \(2023\)](#) Page: 588-598

(\*) Corresponding Author: Nur Saqinah Galugu, Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia, Email: [nursaqinah@umpalopo.ac.id](mailto:nursaqinah@umpalopo.ac.id)



This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium provided the original work is properly cited.

## INTRODUCTION

Era globalisasi ini merupakan era digital dimana hampir semua orang dapat menggunakan *smartphone* dan internet untuk mempermudah kehidupan sehari-harinya. Era perkembangan digital juga diikuti dengan perkembangan bidang teknologi informasi yang sangat pesat (Wiranata et al., 2022). Salah satu media informasi yang berkembang dengan pesat yakni media sosial yang merupakan platform online untuk komunikasi jarak jauh tanpa batasan ruang dan waktu.

Media sosial merupakan media yang dapat dijadikan sebagai komunitas untuk interaksi secara virtual/online yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video dengan sinonim lain seperti media baru, digital media, online sosial, dll (Oberst et al, 2017; Philip et al, 2016; Varinder et al, 2012). Jadi dapat dipahami bahwa media sosial merupakan sebuah media online yang digunakan sebagai media interaksi yang dengan mudah membagikan informasi kepada seluruh pengguna media sosial.

Beberapa media sosial telah diperkenalkan dan menjadi populer di dunia seperti Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, tik-tok, Whatsapp dll. Setiap media sosial memiliki tujuan masing-masing agar penggunaannya dapat benar-benar membagikan pengalaman, ide atau momen hidup mereka (Mahendra, 2017). Pada tahun 2022 ada 3 media sosial yang paling banyak digunakan yaitu Whatsapp, instagram, dan facebook. Whatsapp merupakan aplikasi yang paling populer dengan persentasenya mencapai 88,7%, kemudian Instagram ada pada posisi kedua dengan jumlah persentasenya yaitu 84,8% karena Instagram merupakan salah satu media sosial untuk berbagi foto dan video, bahkan instagram sudah memiliki banyak fitur seperti instastory, *direct message*, IGTV dll. Pada posisi ketiga ada facebook dengan jumlah presentase 81,3% dan Facebook juga menyediakan jaringan sosial teman, keluarga, dan orang lain yang anda kenal pada kehidupan nyata (Agianto et al., 2020).

Masyarakat semakin banyak menggunakan Internet, terutama pada jejaring sosial. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022, menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia yang telah mengakses internet pada kurun waktu 2021-2022 mencapai 210 juta orang dan sebelum pandemik mencapai angka 196,71 juta Seperti dikutip dari blog fortuneidn.com (2022), Perkembangan internet semakin pesat sejak munculnya situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dll (Fauzia et al., 2019).

Banyak pengguna Instagram yang mencoba mengekspresikan kepribadiannya melalui media sosial, salah satunya dengan menciptakan kesenangan dan kepuasan dengan mengunggah fotonya. Dalam hal mengunggah foto ke Instagram, itu bisa menawarkan kebebasan berekspresi untuk kepuasan diri sendiri. Efek dari pengguna Instagram adalah krisis kepercayaan diri, persaingan untuk hidup mewah dan keengganan untuk melihat kenyataan, selalu ingin mengikuti tren, dan rela mengeluarkan budget yang besar untuk mendapatkan foto bagus yang sedang trend saat itu agar terlihat seperti dengan orang lain. Popularitas mereka diukur dari banyaknya video atau foto kualitas terbaik yang mereka unggah (Akhmad Rifqi Azis & Prili Aprilia Salam, 2018).

Remaja sering mengalami perubahan pada pola pikirnya, perasaannya dan mengungkapkan penerimaan terhadap lingkungannya melalui perilaku mereka. Remaja juga merupakan kelompok usia yang memiliki kecenderungan untuk merasa kesepian, berdasarkan survey nasional Amerika pada majalah *Psychology today* dilaporkan bahwa dari 40 ribu orang yang mengalami kesepian, 79 % diantaranya adalah kategori usia remaja (Febriani, 2021). Berdasarkan usia pada remaja dibagi menjadi tiga tahap, pada

masa remaja awal usia (10-13 tahun), masa remaja tengah usia (14-17 tahun), dan masa remaja akhir berusia 18-21 tahun). WHO mengklasifikasikan usia kaum muda dari rentang 10-24 tahun (Ragita & Fardana N., 2021), sedangkan menurut Psikologi, masa remaja merupakan fase peralihan dari masa anak-anak sampai dengan masa dewasa awal yang terjadi sekitar usia 10-12 tahun dan berakhir pada usia 18-22 tahun (Kaparang, 2013).

Usia remaja memiliki karakteristik perkembangan yang unik dan suka mencoba hal yang baru, termasuk dalam hal sosial media. Remaja cenderung menyukai untuk mencoba fitur-fitur dan memposting di Instagram tentang aktivitas, cerita, dan foto pribadi mereka bersama teman-temannya. Mereka percaya bahwa semakin aktif seorang remaja di media sosial, dalam hal ini Instagram, maka mereka akan dianggap keren dan gaul. Sebaliknya remaja yang tidak memiliki dan tidak update di media sosial biasanya terlihat kuno, kolot dan kurang bergaul. Cara berpikir seperti ini kadang-kadang membuat remaja berperilaku jauh dari urusan agama tanpa memikirkan nilai-nilai keislamannya. Perilaku pemuda yang mencerminkan nilai-nilai Islam seperti beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksis dan menjalankan perintah-Nya serta menjauhi larangan-Nya dalam kehidupan sehari-hari (Reni Ferlitasari, Suhadi, Ellya Rosana, 2020).

Keinginan untuk menjadi populer dan mendapatkan perhatian dari pengguna instagram/followers atau biasa dikenal dengan mencari sensasi menyebabkan seseorang betul-betul akan melakukan apa saja meskipun itu hal yang konyol atau akan mengeluarkan biaya yang banyak. Mencari sensasi adalah mencari pengalaman yang muncul apabila suatu stimulus merangsang suatu respon yang memiliki keberanian ekstrim, toleran terhadap kesulitan atau rasa sakit yang rentan terhadap kebosanan dan selalu menimbulkan rasa ingin tahu (Agistya & Suhana, 2019).

Selain faktor mencari sensasi, kesepian merupakan salah satu masalah kehidupan psikologis yang tidak akan dapat kita pisahkan dengan kehidupan manusia itu sendiri. Setiap manusia pernah merasakan posisi dimana dirinya merasakan kesepian dan sangat sulit menghadapi situasi yang menyebabkan manusia itu kesepian baik pada kalangan remaja maupun dewasa. Kesepian sering terjadi karena adanya perubahan ekonomi yang sangat berkembang pesat sehingga remaja ini sangat membutuhkan dorongan dari keluarga atau teman sebaya untuk keluar dari situasi tersebut.

Menurut Peplau & Goldstone (Yusuf, 2014), Kesepian dikaitkan dengan keterampilan sosial yang buruk, hubungan yang buruk, harga diri rendah, rasa malu, dan penyesuaian sosial yang buruk. Orang yang kesepian cenderung memiliki kepribadian *introvert*, cemas, depresi, dan neurotik. Orang yang kesepian melihat diri mereka memiliki banyak masalah karena mereka menarik diri dari hubungan sosial, menyebabkan kecemasan dan keterasingan yang besar dari masyarakat (Hardika et al., 2019).

Penelitian terdahulu telah mengkaji terkait *sensation seeking*, kesepian dan kecenderungan penggunaan media sosial. Penelitian tersebut fokus pada media sosial secara umum, sedangkan pada penelitian ini fokus pada media sosial instagram. Peneliti memilih media sosial instagram karena pada sosial media instagram terdapat banyak pilihan fitur yang dapat digunakan oleh remaja untuk mengedit foto sebelum memposting, selain itu instagram juga menjadi salahsatu media yang digemari oleh remaja dalam mengabadikan aktivitas atau hanya sekedar foto selfie mereka. Penelitian terdahulu terkait variabel ini juga menunjukkan hasil yang berbeda, dimana ada penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan, akan tetapi ada juga penelitian yang menunjukkan hubungan sangat lemah sehingga muncullah perbedaan pada penelitian tersebut (Eka Rahmadani Anugerah, 2023; Sipangkar et al., 2021; Cahyanti & Neviyarni, 2022). Hal ini menjadi menarik untuk diteliti kembali khususnya di

lingkup Universitas Muhammadiyah Palopo. Pada penelitian ini, peneliti ingin membuktikan kembali apakah benar kecenderungan menggunakan Instagram memiliki hubungan dengan kesepian emosional dan *sensation seeking* pada remaja khususnya mahasiswa yang ada di lingkup kampus Universitas Muhammadiyah Palopo.

Berdasarkan uraian di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kesepian emosional dan *sensation seeking* memiliki hubungan dengan kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja.

## **METHOD**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan desain penelitian korelasi dan mencakup analisis regresi linear berganda. Peneliti menggunakan kriteria mahasiswa yang memiliki akun instagram yang aktif dengan pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

### **Populasi dan sampel**

Populasi pada penelitian ini yakni mahasiswa semester 2-6 pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palopo sebanyak 461 orang. Adapun sampel yakni sebanyak 171 orang yang diambil dengan taraf kesalahan 10% dari total populasi dengan tingkat signifikan 95%. Sampel dipilih dengan menggunakan *Teknik purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif FKIP, memiliki akun Instagram dan pengguna aktif Instagram.

### **Instrumen**

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kecenderungan penggunaan instagram menggunakan skala *Del Bario*, sedangkan untuk *sensation seeking* menggunakan *sensation-seeking scale form v*, dan kesepian diukur dengan skala *UCLA Loneliness scale version 3*. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan uji coba, kemudian dilakukan uji validitas serta reliabilitas. Skala intensitas pemakaian media sosial/instagram *Del Bario* yang dimodifikasi dari penelitian Zahra (2019) dan diadaptasi dari penelitian sebelumnya untuk menjadi kebutuhan khusus penelitian ini yang aspeknya merujuk pada aspek perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi (Riski Rahmawati, Musfichin, 2021). Alat ukur kesepian yaitu *UCLA Loneliness Scale Version 3*, berupa sejumlah pernyataan terdiri dari dua kelompok item *favorable* dan *unfavorable* yang diadaptasi dari penelitian terdahulu untuk menjadi kebutuhan penelitian ini yang merujuk pada aspek *desperation*, *impatient boredom*, *self-deprecation*, *depression* (Robinson et al., 2020). Kemudian alat ukur skala *Sensation-seeking* yang digunakan pada penelitian ini adalah adaptasi dari penelitian sebelumnya yang telah dimodifikasi dari alat ukur *Sensation-Seeking Scale Form V* oleh Zuckerman (1978) yang merujuk pada aspek mencari pengalaman, mencari pertualangan dan kesenangan, perilaku impulsif, dan rentan akan rasa bosan (Ramdhani & Rinaldi, 2020).

### **Analisis data**

Pada tindakannya, partisipan diminta untuk melakukan pemilihan terhadap jawaban alternatif yang sudah disediakan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada skala kesepian alternatif pemilihan jawaban yang disediakan yaitu Tidak Pernah (TP), Jarang (J), Kadang-Kadang

(KK), Sering (S), Sangat Sering (SS). Keseluruhan data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 20 for windows.

## RESULT AND DISCUSSION

### RESULT

#### Deskripsi data statistik

#### Gambaran Kesenjangan Emosional Pada Sampel

Tabel 1. Gambaran Kesenjangan Emosional Pada Sampel

No	Interval	Frekuensi	Persentase	Klasifikasi
1	≥ 115	10	6%	Sangat Tinggi
2	95 – 115	45	26%	Tinggi
3	73 – 94	62	36%	Sedang
4	51 – 72	42	24%	Rendah
5	33 – 50	12	7%	Sangat Rendah

(Sumber: Analisis data, 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa tingkat kesenjangan emosional pada remaja di Universitas Muhammadiyah Palopo yang berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 10 orang (6%), kategori tinggi sebanyak 45 orang (26%), kategori sedang sebanyak 62 orang (36%), kategori rendah sebanyak 42 orang (24%), dan kategori sangat rendah sebanyak 12 (7%). Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa kesenjangan emosional pada remaja mayoritas berada pada kategori sedang yakni 36%.

#### Gambaran *Sensation Seeking*

Table 2. Gambaran *Sensation Seeking* Pada Sampel

No	Interval	Frekuensi	Persentase	Klasifikasi
1	≥ 84	12	7%	Sangat Tinggi
2	79 – 84	16	9%	Tinggi
3	66 – 78	90	53%	Sedang
4	56 – 65	45	26%	Rendah
5	48 – 55	8	5%	Sangat Rendah

(Sumber: Analisis data, 2023)

Tabel di atas menjelaskan bahwa *sensation seeking* yang berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 12 orang (7%), kategori tinggi sebanyak 16 orang (9%), kategori sedang sebanyak 90 orang (53%), kategori rendah sebanyak 45 orang (26%), kategori sangat rendah sebanyak 8 orang (5%). Dapat dipahami bahwa *sensation seeking* mayoritas berada pada kategori sedang yakni 53%.

#### Gambaran Kecenderungan Penggunaan Instagram

No	Interval	Frekuensi	Persentase	Klasifikasi
1	≥ 108	11	6%	Sangat Tinggi
2	95 – 108	46	27%	Tinggi
3	81 – 94	63	37%	Sedang

4	67 – 80	39	23%	Rendah
5	44 – 66	12	7%	Sangat Rendah

Tabel 3. Gambaran Kecenderungan Penggunaan Instagram  
 (Sumber: Analisis data, 2023)

Berdasarkan penjelasan pada tabel di atas bahwa tingkat kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja di Universitas Muhammadiyah Palopo berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 11 orang (6%), tinggi sebanyak 46 orang (27%), sedang sebanyak 63 orang (37%), rendah sebanyak 39 orang (23%), dan kategori sangat rendah sebanyak 12 orang (7%). Dapat dipahami bahwa kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja mayoritas berada pada kategori sedang yakni 37%.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau uji prasyarat yang digunakan pada pengujian statistik penelitian ini yakni uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui sebaran data penelitian apakah terdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4. Uji Normalitas

	N	Sig
Kesepian emosional	171	0,536
<i>Sensation seeking</i>	171	0,148
Kecenderungan penggunaan Instagram	171	0,114

(Sumber: Analisis data, 2023)

Pengambilan keputusan pada uji normalitas yakni jika nilai sig lebih besar dari 0.05 ( $\text{sig} > 0.05$ ) maka data dinyatakan normal. Pada tabel 4 di atas, dapat kita lihat bahwa nilai sig masing-masing variabel lebih besar dari 0.05 maka data dinyatakan normal.

#### Uji Hipotesis

##### Hubungan Kesepian Emosional dan Kecenderungan Penggunaan Instagram

Tabel 5. Hubungan kesepian emosional terhadap kecenderungan penggunaan Instagram

Model	N	R	R Square	t	sig
Konstant)				17.945	.000
KE	171	.246	.061	3.305	.001

(Sumber: Analisis data, 2023)

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai sig sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung}$  3,305 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,974 ( $3,305 > 1,974$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan kesepian emosional terhadap kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja. Adapun derajat kekuatan hubungan antar variabel berada pada kategori hubungan yang lemah.

##### Hubungan Sensation Seeking dan Kecenderungan Penggunaan Instagram

Table 6. Hubungan *sensation seeking* terhadap kecenderungan penggunaan Instagram

	N	R	R Square	t	sig
Konstant)				4.638	.000
KE	171	.550	.303	8.569	.000

(Sumber: Analisis data, 2023)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig *sensation seeking* yakni 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung}$  8,569 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,974 ( $8,569 > 1,974$ ) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan *sensation seeking* terhadap kecenderungan penggunaan Instagram. Adapun derajat kekuatan hubungan antar variabel berada pada kategori sedang.

**Hubungan antara kesepian emosional, *sensation seeking* dan kecenderungan penggunaan instagram**

Tabel 7. Hubungan secara simultan

Model	Sum of Squares	Df	R square	F	Sig
Regression	10292.067	2		36.802	.000 <sup>b</sup>
Residual	23491.173	168			
Total	33783.240	170	.305		

(Sumber: Analisis data, 2023)

Hasil uji secara simultan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $36.802 > 3,05$ ) dapat disimpulkan bahwa kesepian emosional dan *sensation seeking* berpengaruh positif secara simultan terhadap kecenderungan penggunaan Instagram.

**DISCUSSION**

Berdasarkan hasil analisis deskripsi kecenderungan penggunaan Instagram yang ditemukan oleh peneliti, bahwa mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Palopo termasuk dalam kategori sedang, adapun *sensation seeking* berada pada kategori sedang dan kesepian juga berada pada kategori sedang. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya hubungan positif secara simultan pada variabel kesepian emosional (X1) dan *sensation seeking* (X2) terhadap kecenderungan penggunaan Instagram.

Membicarakan tentang media sosial Instagram itu tidak lepas dari beberapa alasan mengapa mahasiswa sangat tertarik menggunakan media sosial Instagram tersebut. Mulai dari untuk mendapatkan perhatian, meminta pendapat, menumbuhkan citra dan juga sekedar untuk hobi, dan terlebih lagi untuk mencari teman baru, berbisnis, berpolitik dan bahkan menemukan pasangan hidup. Selain itu juga terdapat alasan lain diantaranya media tersebut digunakan oleh teman sebaya mereka, menonton atau menyaksikan, mereka dapat berkomentar, membagikan foto aktivitas mereka, bergabung dalam group suatu komunitas yang mereka gemari, memiliki fungsi hiburan dan mudah diakses (Nainggolan et al., 2018; Triastuti, Endah, Dimas Adrianto, 2017).

Penggunaan instagram yang marak di kalangan remaja tentu memiliki dampak yang positif dan juga negatif. Adapun dampak positif diantaranya media instagram dapat dijadikan wadah untuk menyalurkan bakat fotografi, menulis, berbisnis dll. Namun disisi lain instagram juga memiliki dampak negatif seperti penggunaan berlebihan oleh mahasiswa seperti pada kehilangan konsentrasi pada saat proses belajar, menunda-nunda dalam mengerjakan tugas, menampilkan gaya kehidupan mereka pada masyarakat atau publik untuk menampilkan dirinya sebagai pribadi yang sangat mengesankan bagi teman-teman sebaya mereka (Anidiah Paramesti, Ayu Purnamasari, 2019). Akan tetapi terkadang apa yang mereka posting tidak sesuai dengan kenyataan hidup mereka, misal mereka memposting sesuatu yang menyenangkan pada kenyataannya mereka merasa kesepian.

Kesepian secara umum terkait dengan perasaan negatif tentang hubungan interpersonal. Orang yang merasakan kesepian dianggap kurang kompeten secara interpersonal dibandingkan dengan yang tidak merasakan kesepian (Yurni, 2015). Kesepian terbagi menjadi dua macam yaitu kesepian emosional dan kesepian sosial. Kesepian emosional secara sederhana dapat dipahami sebagai suatu kondisi emosi negatif yang dirasakan oleh seseorang meskipun dia berada pada tempat keramaian, perasaan tersebut muncul disebabkan kurangnya kelekatan dengan orang lain. Pada penelitian ini membahas tentang kesepian emosional. Kesepian emosional memiliki dampak yang negatif terhadap remaja, seperti memicu perilaku agresif, *clubbing*, dan kecanduan internet (Agusti, R. D. C. W., & Leonardi, 2015; Farah et al., 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesepian emosional ada hubungannya dengan kecenderungan penggunaan Instagram dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,246 serta nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,305 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yang sebesar 1,974 dan nilai  $p$  sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama dalam penelitian ini (H1) diterima. Hasil penelitian di atas menunjukkan semakin tinggi kesepian maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan penggunaan Instagram. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan hal yang serupa bahwa rasa kesepian pada remaja memiliki korelasi dengan penggunaan media sosial atau internet sebagai pelariannya, terutama dalam hal interaksi sosial serta *coping* secara emosional, sehingga remaja yang kesepian akan lebih rentan terhadap *Problematic Internet Use* (PIU) (Garvin, 2019).

Selanjutnya dalam penelitian ini juga menguji variabel lain yang memiliki korelasi dengan kecenderungan menggunakan instagram, yakni *sensation seeking* dengan koefisien beta sebesar 0,550 serta nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $8,569 > 1,974$ ) dan nilai  $p$  sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua pada penelitian ini (H2) diterima, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *sensation seeking* maka semakin tinggi pula kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variable *sensation seeking* memberikan kontribusi sebesar 30.3% pengaruhnya terhadap kecenderungan remaja menggunakan Instagram, sedangkan variable kesepian hanya 6.1%. Hal ini mengindikasikan bahwa kebanyakan sampel menggunakan media sosial Instagram untuk mencari sensasi.

*Sensation seeking* ialah perilaku seseorang yang cenderung mencari perhatian dengan berbagai cara, meskipun itu dengan cara yang berbahaya sekalipun. Setiap individu pada dasarnya memiliki keinginan untuk diperhatikan, akan tetapi tingkat kecenderungan tersebut berbeda didasarkan pada kebutuhan masing-masing individu. Seseorang yang memiliki dorongan *sensation seeking* yang tinggi akan lebih berusaha untuk meningkatkan arousal yang mereka miliki dan bahkan bersedia untuk menerima resiko sebagai konsekuensi agar mendapatkan perhatian, sebaliknya seseorang yang memiliki *sensation seeking* yang rendah akan cenderung menghindari resiko dan bahkan tidak melihat keuntungan dari mencari perhatian tersebut (Rachmahana, 2002)

Perilaku mencari sensasi (*sensation seeking*) melalui media sosial memiliki kerentanan permasalahan walaupun remaja berfikir bahwa sensasi merupakan tantangan dan salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi dan popularitas, dengan demikian remaja yang mencari sensasi tinggi menghabiskan banyak waktu hanya untuk online. Adapun beberapa alasan untuk terlibat dalam perilaku mencari sensasi yaitu untuk mendapatkan ketenaran dan popularitas, serta untuk mendapatkan prestise. Konten yang sensasional dan kuat memiliki umur yang lebih panjang dari pada konten yang biasanya hanya ke satu arah saja, dalam hal ini media arus utama tidak akan sama dengan konten

sensasional. Media sosial adalah contoh dari sesuatu yang tidak dapat dibagikan oleh seorang individu. Kebanyakan orang di dunia menggunakan media sosial untuk komunikasi dan penyebaran informasi (Nurhanifah, 2021).

*Sensation seeking* mempunyai empat dimensi yang mendasarinya, yakni mencari petualangan, mencari pengalaman, *disinhibition*, & gampang bosan. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa alasan remaja menggunakan smartphone/media sosial yakni sebagai bentuk sensasi, berusaha menghindari rasa bosan dan menghindari aktivitas monoton dalam pembelajaran jarak jauh di rumah. Kebosanan yang mereka alami disalurkan dengan mendengarkan musik, menonton video atau film dan bermain game di smartphone mereka (Assari, 2021). Maraknya media sosial juga menjadikan remaja semakin mudah untuk melakukan perilaku mencari sensasi melalui media sosial. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa fenomena mencari sensasi melalui media sosial dominan dilakukan pada kisaran usia 18-21 tahun, pada usia ini remaja mereka tidak segan-segan untuk melakukan aksi-aksi yang dapat menarik perhatian follower (menonton, like dan komentar) dan bahkan mereka akan cenderung menghabiskan waktu lebih lama untuk bermain media sosial mencari sensasi dalam bentuk mengupload foto atau video (Nurhanifah, 2021).

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kesepian emosional dengan kecenderungan penggunaan Instagram (nilai  $p = 0,001 < 0,05$ ) dengan kekuatan hubungan dalam kategori yang lemah dan arah korelasi positif, yang artinya semakin tinggi tingkat kesepian emosional maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja. Demikian pula dengan *sensation seeking* juga memiliki hubungan dengan kecenderungan penggunaan Instagram (nilai  $p = 0,000 < 0,05$ ) dengan kekuatan hubungan dalam kategori yang sedang dan arah korelasi yang positif, yang artinya semakin tinggi tingkat *sensation seeking* maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan penggunaan Instagram pada remaja. Berdasarkan uji hubungan secara simultan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 30,5% dapat disimpulkan bahwa kesepian emosional dan *sensation seeking* berpengaruh secara positif terhadap kecenderungan penggunaan Instagram dan pada uji hipotesis dominan yang memiliki pengaruh lebih kuat yaitu *sensation seeking* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 30.3%.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah memberikan kami kesempatan menyelesaikan studi jalur Karya Ilmiah Setara Skripsi (publikasi artikel ilmiah), orangtua dan keluarga yang tidak berhenti mendo'akan kami, seluruh dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dosen pembimbing yang telah membimbing kami dalam penulisan karya ilmiah ini serta rekan-rekan mahasiswa yang telah bersedia menjadi sampel pada penelitian ini.

## REFERENCES

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 130–139.
- Agistya, F., & Suhana. (2019). Studi deskriptif mengenai sensation seeking pada komunitas B.O.B dalam aktivitas sunmori di Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 1028–1035.
- Agusti, R. D. C. W., & Leonardi, T. (2015). Hubungan Antara Kesepian dengan Problematic Internet Use pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 04(1), 9–13.
- Akhmad Rifqi Azis, & Prili Aprilia Salam. (2018). Keefektifan layanan informasi berbasis instagram untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa IKIP PGRI Jember. *Original Article*, 183(3), 183–191. <https://doi.org/10.26539/teraputik.32153>
- Anidiah Paramesti, Ayu Purnamasari, A. J. (2019). Kecenderungan Adiksi Instagram Pada Mahasiswa : Apakah Terkait Dengan Regulasi Diri Yang Dimiliki? *Psychology Journal of Mental Health*, 1(2010), 40–51.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94. <https://doi.org/10.22373/jp.v4i2.11080>
- Assari, A. (2021). kecanduan smartphone ditinjau dari sensation seeking pada siswa SMA di Yogyakarta. *Acta Psychologica*, 3(2), 138–147.
- Eka Rahmadani Anugerah, R. S. W. & A. A. N. P. (2023). Pengaruh Loneliness dan Sensation Seeking terhadap Smartphone Addiction pada Remaja di Surabaya The Effect of Loneliness and Sensation Seeking on Smartphone Addiction of Adolescents in Surabaya. 5(3), 1825–1831. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1561>
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Febriani, Z. (2021). Perbedaan Tingkat Kesepian Pada Remaja Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 7032–7037.
- Garvin. (2019). Hubungan Antara Kesepian Dengan Problematic Internet Use Pada Remaja. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 8(1), 15–19.
- Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan Self-Esteem Dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30587/psikosains.v14i1.928>
- Kaparang, O. M. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna*, 3(2).
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160.
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15.
- Nurhanifah, N. (2021). Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Remaja. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 116–124. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.5013>

- Rachmahana, R. S. (2002). Dorongan Mencari Sensasi Dan Perilaku Pengambilan Resiko Pada Mahasiswa Raina Syifa'a Rachmahana. *Psikologika*, VII, 53–69.
- Ragita, S. P., & Fardana N., N. A. (2021). Pengaruh Keterlibatan Ayah Dalam Pengasuhan Terhadap Kematangan Emosi Pada Remaja. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 417–424. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.24951>
- Ramdhani, R. A., & Rinaldi. (2020). Hubungan Sensation Seeking Dengan Kecanduan Game Online pada Mahasiswa Pemain Game PUBG. *Jurnal Riset Psikologi*, 1, 1–12.
- Reni Ferlitasari, Suhadi, E. R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. *SOSIOLOGI AGAMA*, 01(02), 1–18.
- Riski Rahmawati, Musfichin, M. (2021). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Motivasi Berprestasi. *Jurnal Al-Husna*, 1(3), 224. <https://doi.org/10.18592/jah.v1i3.4219>
- Robinson, R., Diana, L., Zebua, K., Damanik, M. B., Hasibuan, H. G. S., & Hartini, S. (2020). Kesepian ditinjau dari Perilaku Agresi Pada Lingkungan Pembina Khusus Anak Kota Medan. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 9(3), 205. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v9i3.4619>
- Wiranata, M. A., Opah, O., Megantara, M. F., & Resantari, S. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Secara Berlebihan Dikalangan Anak Remaja. *Cebong Journal*, 1(2), 41–46. <https://doi.org/10.35335/cebong.v1i2.14>
- Yurni. (2015). Perasaan Kesepian Dan Self-Esteem Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(4), 123–128.