

Gambaran Kebutuhan Afiliasi Pada Remaja Akhir Pengguna Twitter Aktif Di Surabaya

Oleh:

Lira Dewisufi Ratunegoro,

Ririn Dewanti

Progam Studi Psikologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2023

Pendahuluan

Saat memasuki masa remaja akhir, individu kerap kali merasa lebih bahagia untuk menghabiskan waktu dengan bermain, berbincang-bincang dan hal lainnya dengan teman-temannya, aktifnya berinteraksi dengan temannya tersebut membuat minat remaja terhadap relasi interpersonal meningkat. Manusia khususnya remaja akhir merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dan memiliki hubungan sosial dengan orang-orang lain atau sering disebut dengan kebutuhan afiliasi. Terdapat tiga kebutuhan manusia yang harus dipenuhi salah satunya adalah kebutuhan afiliasi atau kebutuhan manusia untuk dapat berhubungan baik dengan orang lain, yang seringnya terjadi ketika individu berada pada tahap perkembangan remaja. Terdapat tingkat-tingkat yang berbeda tergantung pada setiap kebutuhan individu tersebut dan tergantung pada kondisi saat itu, akan tetapi kebutuhan afiliasi tetap menjadi kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan afiliasi juga merupakan kebutuhan yang nyata pada setiap manusia yang hidup, bukan dari dari tinggi rendahnya status, kedudukan jabatan yang dimilikinya, maupun pekerjaannya saat ini. Kebutuhan afiliasi ini pada umumnya menggambarkan keinginan individu untuk berada dalam suasana yang bersahabat saat sedang berinteraksi dengan orang lain untuk menjalin sebuah relasi

Kebutuhan afiliasi sendiri dapat mempengaruhi tingkah laku remaja. Hal ini membuat remaja mampu menunjukkan energi dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik, mengembangkan kemampuan yang dimiliki, karena termotivasi untuk dapat memenuhi dan berusaha untuk meminimalisir kekurangan yang terdapat pada dirinya

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Rumusan Masalah Untuk mengetahui seperti apa kebutuhan afiliasi pada remaja akhir pengguna aktif twitter di Surabaya

Tujuan Penelitian mengetahui gambaran kebutuhan afiliasi pada remaja akhir pengguna aktif *twitter* di Surabaya.

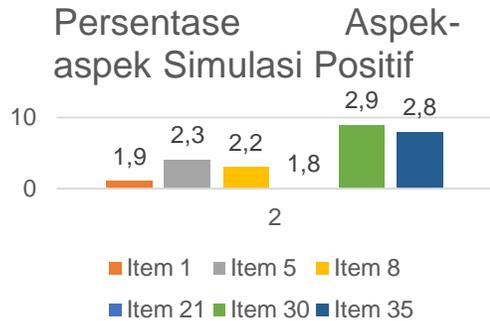
Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang berlangsung saat ini maupun saat yang lampau, kuantitatif deskriptif tidak mengadakan manipulasi atau perubahan variabel bebas namun menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Berdasarkan hasil sensus kota Surabaya dari website Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2021 berjumlah 709,846 remaja tingkat akhir maka penentu besar jumlah sampel dengan menggunakan penelitian Isaac dan Michael pada penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%. Maka jumlah sampel yang digunakan ini adalah 348 subjek. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik sampling *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi yang diambil secara acak tanpa mementingkan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

Berdasarkan uji validitas aitem maka dapat ditentukan item yang valid yaitu skala kebutuhan afiliasi mempunyai aitem yang tidak valid berjumlah 17 dan memiliki aitem yang valid berjumlah 23 dari keseluruhan 40 aitem. Berdasarkan uji reliabilitas skala kebutuhan afiliasi dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan 348 responden dapat diperoleh nilai koefisien yang sebesar 0,904.

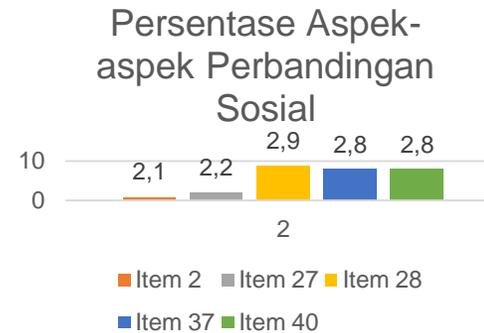
Hasil

Tabel 1



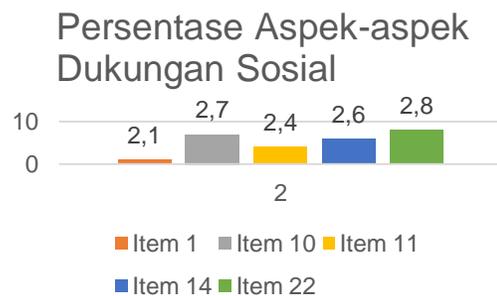
Aspek Simulasi positif memiliki nilai rata-rata sebesar 2,31 yang masuk dalam kategori cukup.

Tabel 2



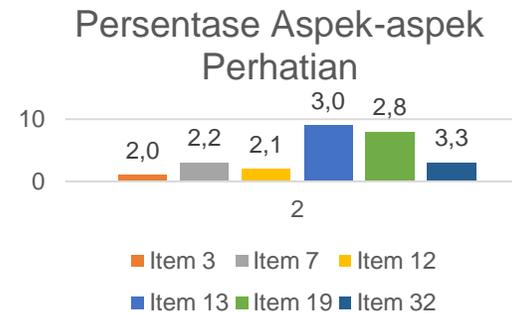
Aspek Dukungan sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 2,43 yang masuk dalam kategori cukup.

Tabel 3



Aspek Perbandingan sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 2,56 yang masuk dalam kategori cukup.

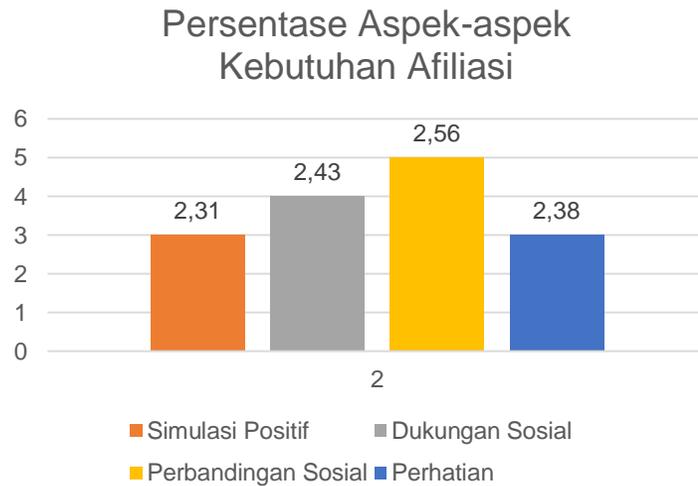
Tabel 4



Aspek Perhatian memiliki nilai rata-rata sebesar 2,38 yang masuk dalam kategori cukup.

Hasil

Tabel 5



Berdasarkan hasil keseluruhan aspek-aspek kebutuhan afiliasi, aspek yang menempati posisi paling tinggi adalah aspek perbandingan sosial yang memiliki nilai 2,56 disusul dengan aspek dukungan sosial dengan nilai 2,43. Kemudian aspek perhatian 2,38 dan yang terakhir aspek simulasi positif 2,31

Tabel 6

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	119	34.2
Perempuan	229	65.8
Total	348	100%

Rata-rata dari jawaban responden berdasarkan aspek simulasi positif dengan nilai rata-rata 2,31, aspek dukungan sosial dengan nilai rata-rata 2,43, sementara aspek perbandingan sosial 2,56 dan yang terakhir aspek perhatian dengan nilai rata-rata 2,38. Berdasarkan hasil dari keempat aspek tersebut diperoleh bahwa jawaban responden sebesar 2,42 masuk kedalam kategori jawaban cukup.

Pembahasan

Kebutuhan afiliasi setiap individu memiliki tingkat yang berbeda-beda karena individu belajar untuk mencari jumlah kontak sosial yang optimal untuk dirinya, hal tersebut membuat individu memilih untuk sendiri pada waktu tertentu dan melakukan interaksi dengan temannya pada waktu lain. Rata-rata dari keseluruhan aspek dari tabel 5 mendapatkan nilai 2,44% dengan aspek yang paling tinggi yaitu perbandingan sosial dengan nilai rata-rata 2,56% dan aspek yang paling rendah yaitu simulasi positif dengan nilai rata-rata 2,31%. Rata-rata dari keseluruhan aspek dari tabel 5 mendapatkan nilai 2,44% dengan aspek yang paling tinggi yaitu perbandingan sosial dengan nilai rata-rata 2,56% dan aspek yang paling rendah yaitu simulasi positif dengan nilai rata-rata 2,31%. Perbandingan sosial merupakan proses seorang individu untuk mendapatkan evaluasi diri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain secara umum untuk mendapatkan penilaian terhadap dirinya. .

Remaja akhir kebanyakan menghabiskan waktu lebih banyak dengan orang terdekat atau sahabatnya, dibandingkan dengan keluarga. Sebagian remaja beranggapan bahwa memiliki sahabat itu membentuk sumber dukungan serta emosional. Perkembangan remaja akhir bisa terjadi karena faktor eksternal dan internal. Untuk faktor internal berupa dukungan sosial maupun motivasi yang didapatkan dari orang sekitar seperti orang tua, guru, dan teman. Sedangkan faktor eksternal berupa kebebasan dan kenyamanan psikologi. Kebutuhan afiliasi merupakan kecenderungan individu untuk dapat membentuk sebuah pertemanan dan bersosialisasi sehingga dapat menciptakan interaksi yang baik dengan orang lain secara dekat. Seseorang remaja akhir yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan mampu untuk membentuk sebuah pertemanan dan bersosialisasi dengan mudah dan membuat pertemanan tersebut menjadi lebih dekat. Dengan dirinya yang mampu membentuk sebuah pertemanan dengan mudah dirinya akan mampu untuk membentuk sumber dukungan serta emosional pada dirinya.

Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata remaja aktif pengguna *twitter* di Surabaya dengan rentang usia 18-21 tahun masuk kedalam kategori cukup. Hal tersebut dapat diketahui dengan rata-rata kebutuhan afiliasi yang dinilai berdasarkan 4 aspek tersebut menjadi 2,44 yang berarti remaja akhir pengguna aktif *twitter* memiliki kebutuhan afiliasi yang cukup atau sedang. Dengan rata-rata nilai aspek paling tinggi dengan nilai 2,56 adalah perbandingan sosial lalu rata-rata nilai aspek yang paling rendah merupakan simulasi positif dengan nilai 2,31

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi pada perkembangan disiplin ilmu psikologi, terutama pada Psikologi Sosial.

Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi bagi remaja untuk memperoleh gambaran afiliasi pada jejaring sosial khususnya *twitter*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dan pembanding serta dapat menjadi kajian untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan gambaran afiliasi.

Referensi

- A. Kurnia Sherlyanita and A. Rakhmawati, “Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya,” 2016. [Online]. Available: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- I. Hikmah Maulida AAI Prihandari Satvikadewi Lukman Hakim, “Kepercayaan Dan Sikap Pengguna Twitter Dalam Merespon Konten Anonim Akun Twitter @ASKMENFESS,” *J. ASPIKOM*, vol. 2, no. 02, pp. 81–93, 2021.
- I. Putu Galang Dharma Putra and M. S. P. Dra. Adijanti Marhaeni, “Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir,” *J. Psikol. Udayana*, vol. 2, 2015.
- S. Yola Tiska, “Hubungan Antara Kesepian dan Kebutuhan Afiliasi Pada Remaja Akhir Yang Senang Clubbing.”
- J. W. Santrock, *Remaja*, 11th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- F. Maharani, “Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Perilaku Pososial Pada Remaja.”
- S. Septhy, P. Putri, S. Kusdiyati, P. Psikologi, and F. Psikologi, “Hubungan Kebutuhan Afiliasi dengan Komunikasi Interpersonal pada Remaja Pengguna Twitter,” *Pros. Psikol.*, vol. 6 no. 2, 2020, doi: 10.29313/.v6i2.22336.
- T. N. Dewi, J. Kuncoro, F. Psikologi, U. Islam, and A. Semarang, “Kebutuhan Berafiliasi, Introversi Kepribadian Serta Ketergantungan Pada Facebook Pada Mahasiswa”, [Online]. Available: <http://alexa.com/>
- W. Yustika, “Hubungan Mengakses twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Pada Followers Akun @Womanfeeds,” Universitas Hasanuddin, 2020.
- K. Afiliasi, N. Karimah, E. A. Setiowati, S. Psi, and M. Psi, “Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 2 Intensi Penggunaan Media Sosial pada Remaja ditinjau dari Kesepian dan The Intentions of Using Social Media in Teenagers in terms of Loneliness and Affiliate Needs,” 2019.
- M. Ali and M. Asrori, *Psikologi Remaja*. Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2012.
- [A. Satyana, “Kebutuhan Afiliasi dan Perilaku Seksual Pranikah pada Mahasiswa,” vol. 8, no. 1, pp. 157–169, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia>
- [R. Hefrina and F. Ari, “Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja,” *J. Ilm. Psikol. Terap.*, vol. 01, no. 01, pp. 76–85, 2013.
- L. Rizky, N. Erlyani, and S. N. Akbar, “Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Pengelolaan Kesan Pada Remaja Pengguna Medial Sosial Instagram Di SMA Negeri 2 Banjarbaru,” 2018.

