

Jihan Rafifah 6

by Psikologi Umsida

Submission date: 06-May-2025 05:19AM (UTC+0700)

Submission ID: 2555175041

File name: Jihan_Rafifah_ICCOSH_Bahasa_Indonesia.docx (5.07M)

Word count: 3963

Character count: 26414

Kesepian, Kepercayaan Interpersonal, dan Kebutuhan Afiliasi pada Pengguna Dewasa Awal Aplikasi Bumble

Jihan Rafifah¹⁾, Effy Wardati Maryam²⁾

¹⁾Muhammadiyah University Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

²⁾Muhammadiyah University Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia



Sections Info

Article history:

Submitted: November 23, 2022

Final Revised: January 11, 2023

Accepted: January 16, 2023

Published: January 31, 2023

Keywords:

Kesepian

Kepercayaan Interpersonal

Affiliation Needs

DOI : -

ABSTRACT

Kesepian dan kepercayaan interpersonal memiliki peran penting dalam membentuk *affiliation needs* individu, terutama dalam konteks penggunaan aplikasi dating daring. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kebutuhan akan rasa memiliki, kepercayaan antarindividu, dan perasaan kesepian saling berinteraksi. Analisis menunjukkan korelasi yang kuat antara kesepian dan kebutuhan akan afiliasi, yang berarti bahwa orang yang merasa kesepian cenderung lebih ingin bertemu orang baru dan membentuk persahabatan.. Selain itu, kepercayaan interpersonal juga berkontribusi dalam membentuk *affiliation needs*, meskipun dengan kekuatan hubungan yang lebih rendah dibandingkan dengan kesepian. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa faktor psikologis, seperti rasa kesepian dan kepercayaan terhadap orang lain, memainkan peran penting dalam dorongan individu untuk mencari hubungan sosial. Temuan diharapkan memberi pengetahuan pengembangan intervensi sosial yang lebih efektif dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis individu di era digital. Penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai hubungan antara kesepian, kepercayaan interpersonal, dan *affiliation needs* pada dewasa awal yang menggunakan aplikasi Bumble.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi saat ini sangat membantu orang berkomunikasi dengan cara yang lebih adaptif. Smartphone adalah salah satu teknologi tersebut, yang dilengkapi dengan perangkat lunak yang dikenal sebagai aplikasi. Penggunaan umum aplikasi ini meliputi berkeliling kota, terhubung dengan teman dan keluarga, berbelanja, dan membaca berita online. Aplikasi ini bahkan digunakan untuk kencan online oleh sebagian orang [1]. Salah satu aplikasi yang dimaksudkan untuk memudahkan kencan online adalah menurut Granciano yaitu *dating online*. Dengan menggunakan aplikasi *dating online* dapat memperluas jangkauan pertemanan, menghemat waktu, biaya, dan tenaga, berkomunikasi dengan lebih mudah, dan meningkatkan keterampilan bahasa [2]. Businessofapps.com menjelaskan peningkatan 10,3% dalam jumlah pengguna aplikasi *dating online* global pada tahun 2021 dari 293,7 juta menjadi 323,9 juta.

Ada banyak orang yang menggunakan Bumble, sebuah aplikasi kencan online. Pada Desember 2014, Whitney Wolfe Herd menjadi orang pertama yang meluncurkan aplikasi ini. Whitney Wolfe Herd, yang mengembangkan Bumble, mengatakan di situs web perusahaannya bahwa ia melihat adanya kebutuhan di pasar ketika ia menyadari

Type your title in here (8 pt)

bahwa banyak wanita di aplikasi kencan masih menunggu pria untuk memulai kontak. Alih-alih menunggu pria untuk memulai kontak, Wolfe bertujuan untuk memberdayakan wanita agar dapat melakukannya sendiri. Membangun hubungan secara tradisional dianggap sebagai tanggung jawab pria; Bumble bertujuan untuk menghilangkan anggapan ini dan memberikan kekuasaan kepada wanita. Pada tahun 2020, 2,4 juta orang menggunakan Bumble, dengan 83% dari pengguna tersebut mencari sesuatu yang "serius." Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna Bumble mencari hubungan yang serius daripada interaksi kasual atau jangka panjang. [3]. Penelitian Sharin dan Iman menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Bumble rata-rata berusia 18 hingga 25 tahun, menunjukkan bahwa aplikasi ini populer di kalangan dewasa muda [4]. Dalam definisi mereka tentang aplikasi kencan online, Sari dan Kusuma menyatakan bahwa pengguna terlibat dalam komunikasi yang dimediasi komputer dengan tujuan eksplisit untuk bertemu dengan calon pasangan romantis.[5].

Menurut Sari, penting bagi dewasa awal untuk mempertahankan *Affiliation needs* mereka saat ini. *Affiliation needs* sendiri adalah motivasi utama untuk membangun dan mempertahankan komunikasi yang intim antar individu dengan tujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan intim [5]. Menurut teori Hill definisi *affiliation needs* merupakan suatu kebutuhan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan orang lain [6]. Menurut O'Connor & Rosenblood afiliasi dapat dianggap sebagai insentif yang mendorong individu untuk mencari jangkauan kontak sosial yang ideal [7]. *Affiliation needs* menurut Baron dan ialah suatu kebutuhan yang biasanya mendorong orang untuk membangun hubungan pertemanan dengan tujuan bersosialisasi dengan orang lain. Dari definisi tersebut, *affiliation needs* dapat disimpulkan sebagai kebutuhan esensial bagi individu untuk tetap terhubung dan berinteraksi dengan orang lain [8].

Hill menguraikan tiga komponen kebutuhan afiliasi dalam karyanya yang dikutip oleh Baron dan Branscomb: pertama, stimulasi positif, yaitu pengalaman menyenangkan yang timbul dari hubungan dekat antara individu; kedua, dukungan emosional, yaitu keinginan untuk merasakan simpati dari orang lain; dan ketiga, perbandingan sosial, yaitu keinginan untuk terlibat dalam interaksi sosial guna memperoleh pengetahuan; pengetahuan ini akan membantu mengurangi keraguan dan perhatian, yang pada

Type your title in here (8 pt)

gilirannya akan memotivasi orang untuk bertindak. [6]. Apabila *affiliation needs* tidak terpenuhi, hal ini dapat berdampak pada penurunan tingkat kepercayaan diri dan munculnya perasaan tidak puas terhadap diri sendiri. Kondisi tersebut merupakan konsekuensi psikologis yang timbul ketika individu gagal memenuhi *affiliation needs*, terutama dalam konteks penggunaan platform *dating online* seperti *bumble*[9]. Apabila *affiliation needs* tidak terpenuhi, hal ini dapat berdampak pada penurunan tingkat kepercayaan diri dan munculnya perasaan tidak puas terhadap diri sendiri. Kondisi tersebut merupakan konsekuensi psikologis yang timbul ketika individu gagal memenuhi *affiliation needs*, terutama dalam konteks penggunaan platform *dating online* seperti *bumble*[6].

Temuan wawancara pada dua subjek berusia 18-25 tahun pengguna aplikasi *bumble* di Sidoarjo, responden pertama mengungkapkan kesulitan dalam memulai percakapan dengan orang baru, jarang terlibat dalam aktivitas kelompok, merasa tidak puas dengan kualitas hubungan yang dimiliki, serta sering mengalami kegagalan dalam mempertahankan hubungan. Sementara itu, responden kedua cenderung menghindari situasi sosial yang melibatkan banyak orang, lebih memilih aktivitas soliter, merasa hubungannya kurang mendalam, dan mengalami kesulitan dalam menjaga komunikasi yang konsisten. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kedua responden mengalami tantangan dalam memenuhi *affiliation needs*, terutama dalam hal membangun, mempertahankan, dan merasakan kepuasan dalam hubungan interpersonal. Berdasarkan aspek-aspek *affiliation needs* menurut Hill antara lain: 1) *positive stimulation* 2) *emotional support* 3) *social comparison* dan 4) *attention* [6].

Kebutuhan dasar akan afiliasi¹⁰ adalah keinginan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan yang baik dan menyenangkan dengan orang lain melalui komunikasi yang intim [6]. Adapun beberapa manfaat dari *affiliation needs* yaitu meningkatkan kemampuan komunikasi, mendorong kolaborasi dan kerja sama, serta mengurangi stres dan kecemasan, sehingga menciptakan individu yang lebih sehat secara mental dan individu yang lebih kohesif dan suportif, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan sosial yang lebih baik dan harmonis [10].

Salah satu faktor yang mempengaruhi afiliasi yang dialami oleh pengguna *bumble* yaitu faktor perasaan yang dimana perasaan ini merasa kesepian [11]. Menurut Vebiyolla

Type your title in here (8 pt)

dan Rohmadanivmenjelaskan bahwa kesepian memiliki hubungan dengan afiliasi. Kesepian merupakan perasaan terisolasi di mana individu merasa tidak dimengerti, tidak memiliki komunikasi bermakna, dan merasa tidak dibutuhkan oleh orang lain di sekitarnya [12].

Menurut Russel mendefinisi Kesepian adalah perasaan yang dialami seseorang sebagai akibat dari ketidakseimbangan dalam hubungan. Kepribadian, keinginan untuk diterima secara sosial, dan depresi adalah tiga aspek kesepian yang dihadapi individu, menurut Russel [13]. Ada penelitian terdahulu oleh Devi yang berjudul “hubungan antara kesepian dan *affiliation needs* pada pengguna aplikasi tinder” yang menjelaskan adanya hubungan positif antara kesepian dengan *affiliation needs* [6]. Menurut Perlman dan Peplau, karakteristik personal seperti kurangnya ketegasan, rasa malu, dan rendahnya harga diri adalah predisposisi yang dapat menyebabkan seseorang menjadi kesepian. Menggunakan *bumble* untuk mendengarkan keluhan kesah dan mendapatkan perhatian dapat menimbulkan perasaan nyaman dan mengurangi rasa kesepian. Selain itu penggunaan aplikasi *bumble* dapat mempengaruhi cara individu berkomunikasi secara terbuka dan percaya diri tentang apa saja yang ada di kehidupannya seperti hobi, pekerjaan, apa saja yang dia sukai, dan lain-lain. Individu yang menggunakan *bumble* bisa meluapkan emosi dan perasaannya terhadap orang lain dengan lebih *intimate* dan bisa mengenali kecocokan dan perbedaan dengan orang lain. Semakin tingginya ketegasan dalam berkomunikasi maka semakin kecil rasa rendah diri dan malu yang dapat menyebabkan kesepian pada seorang individu[6].

Affiliation needs dapat dipengaruhi oleh faktor lain pada pengguna *bumble* yaitu rasa kepercayaan interpersonal [14]. Kepercayaan interpersonal adalah kepercayaan yang seseorang miliki terhadap orang lain dalam konteks hubungan sosial atau interpersonal. Ini mengacu pada keyakinan orang lain bertindak dengan jujur, dapat diandalkan, dan tidak akan mengecewakan atau menyakiti kita dalam situasi yang melibatkan interaksi sosial. Kepercayaan interpersonal menurut Mayer dan Rousseau mendefinisikan Ketika orang saling percaya, mereka membuka diri dan melepaskan pertahanan mereka, mengetahui bahwa orang lain akan bertindak dengan cara tertentu meskipun mereka tidak dapat melihat atau mengendalikan hal tersebut [15]. Kemampuan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan positif sambil

Type your title in here (8 pt)

menghindari konflik sosial dijelaskan dalam teori kebutuhan afiliasi Devi, yang jelas bertentangan dengan hal ini [6]. Adapun aspek-aspek kepercayaan interpersonal menurut Mayer yaitu: *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Kebutuhan afiliasi dan kepercayaan antarindividu memiliki hubungan yang signifikan, menurut penelitian sebelumnya oleh Putra S. dan Marhaeni. Tidak terdapat korelasi yang signifikan secara statistik antara kebutuhan afiliasi dan kepercayaan antarindividu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Sholikhah dan Melawati (2024).

Penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai interaksi antara kesepian, kepercayaan interpersonal, dan *affiliation needs* pada individu dewasa awal dengan aplikasi *bumble*. Temuan berbeda dengan sebelumnya yang menekan aspek psikologis pengguna aplikasi *dating* secara umum, studi ini secara khusus mengkaji bagaimana ketiga variabel tersebut—kesepian (X1), kepercayaan interpersonal (X2), dan *affiliation needs*—berinteraksi satu sama lain dalam konteks pengguna *bumble*. Penelitian ini menyoroti fakta bahwa belum ada penelitian sebelumnya yang menyelidiki hubungan antara kebutuhan afiliasi pada masa dewasa awal, kepercayaan antarindividu, dan kesepian secara bersamaan. Dinamika sosial dalam aplikasi kencan dan bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan afiliasi pengguna dapat dipahami dengan lebih baik berkat temuan-temuan ini.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif korelasional. Penelitian ini ada tiga variabel yakni *affiliation needs*, kesepian dan kepercayaan interpersonal. Penelitian ini melibatkan orang dewasa awal yang menggunakan aplikasi *bumble* di kabupaten Sidoarjo. Populasi ada 1.996.825 orang. Dari populasi tersebut, sampel diambil 349 responden sesuai tabel Issac & Michael dengan taraf kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini.

Dipakai skala Likert, para peneliti dalam studi ini mengumpulkan data mengenai persyaratan afiliasi pengguna. Model skala ini memberikan tanggapan dalam kategori Sangat Setuju (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Tiga instrumen penelitian tersedia untuk mengumpulkan data dari populasi yang sudah ditentukan, berdasarkan fokus penelitian yang akan diteliti. Devi memodifikasi “skala

Type your title in here (8 pt)

orientasi interpersonal” Hill, yang mengukur kebutuhan afiliasi, dengan menambahkan 26 pernyataan yang mencakup dimensi-dimensi berbeda dari skala asli Hill. Di antara faktor-faktor tersebut terdapat hal-hal seperti perhatian, perbandingan sosial, penguatan positif, dan dukungan emosional. Dengan tingkat reliabilitas 0.86 untuk mengukur aspek-aspek tersebut, penelitian ini menemukan bahwa stimulasi positif, dukungan emosional, perbandingan sosial, dan perhatian secara signifikan mempengaruhi hasil tes konsep diri positif. [6]. Skala Kesepian UCLA, yang digunakan Russell sebagai dasar untuk alat ukurnya, mencakup 20 pernyataan yang berkaitan dengan berbagai aspek kesepian, seperti kesepian sebagai sifat, keinginan untuk diterima secara sosial, dan depresi. Pernyataan-pernyataan ini diadaptasi oleh Dila. Aspek-aspek ini diukur oleh skala ini, yang memiliki reliabilitas sebesar 0,854 [16]. Menurut skala kepercayaan Mayer, yang mengukur kepercayaan antarindividu, instrumen kepercayaan antarindividu menggunakan skala adaptasi yang dibuat oleh Arwa. Skala ini terdiri dari 22 pernyataan yang berkaitan dengan berbagai aspek kepercayaan, seperti kemampuan, kebaikan, dan kejujuran. Aspek-aspek ini diukur oleh skala ini, yang memiliki reliabilitas sebesar 0,815 [17].

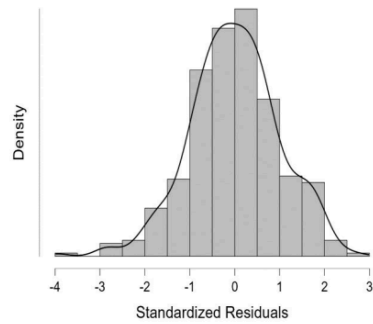
Dengan menggunakan metode analisis korelasi, data dianalisis untuk menentukan ada atau tidak hubungan antara variabel kesepian, kepercayaan interpersonal, dan kebutuhan untuk berafiliasi. Sebelum melakukan analisis korelasi, langkah awal yang diambil adalah melakukan uji prasyarat analisis, termasuk uji normalitas, uji linieritas, dan uji multikolinearitas. Untuk memastikan data cocok untuk analisis statistik, tes ini sangat penting. Sebagai variabel independen (X), kebutuhan afiliasi menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Untuk evaluasi yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel, analisis korelasi berganda digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel independen.

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, yang ditunjukkan oleh pola kurva melengkung sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

Type your title in here (8 pt)



Gambar 1. Uji normalitas

Berdasarkan hasil *collinearity statistic*, diperoleh nilai VIF $1.135 < 10$. Maka data tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.

Uji Multikolinieritas

Coefficients

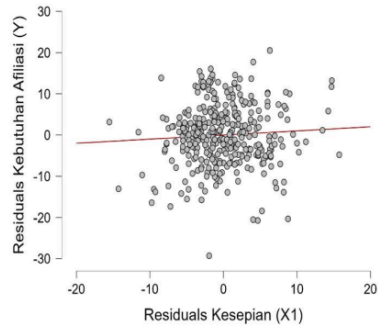
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
H ₀	(Intercept)	78.818	0.484		162.886	< .001		
H ₁	(Intercept)	23.602	4.806		4.911	< .001		
	Kesepian (X1)	0.100	0.083	0.054	1.197	0.232	0.881	1.135
	Kepercayaan Interpersonal (X2)	0.783	0.062	0.577	12.714	< .001	0.881	1.135

3

Berdasarkan hasil analisa uji linieritas, diketahui bahwa variabel *affiliation needs* dan kesepian. Data menyebar mendekati garis linier, serta titik titik data yang akan membentuk elips jika garis melingkar ditarik. Maka dapat disimpulkan bahwa asumsi

Type your title in here (8 pt)

linearitas telah terpenuhi. Begitu juga dengan variabel *affiliation needs* dan kepercayaan interpersonal. Hasil tersebut dapat dilihat pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Uji Linieritas

Partial Regression Plots (*Affiliation Needs* vs Kesejian)



Gambar 3. Uji Linieritas

Partial Regression Plots (*Affiliation Needs* vs Kepercayaan Interpersonal)

Tabel 2.
Uji Hipotesis

Pearson's Correlations

Variable		Kesepian (X1)	Kepercayaan Interpersonal (X2)	Affiliation needs (Y)
1. Kesepian (X1)	Pearson's	—		
	r	—		
	p-value	—		
2. Kepercayaan Interpersonal (X2)	Pearson's	0,345	—	
	r	—	—	
	p-value	< .001	—	
3. Affiliation needs (Y)	Pearson's	0,253	0,595	—
	r	—	—	—
	p-value	< .001	< .001	—

Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti. Kesepian (X1) memiliki korelasi positif dengan *affiliation needs* (Y) dengan Pearson's $r = 0,253$ ($p < 0,001$), yang berarti semakin tinggi tingkat kesepian, semakin tinggi pula *affiliation needs*. Selain itu, kepercayaan interpersonal (X2) juga memiliki korelasi positif yang lebih kuat dengan *affiliation needs* (Y), dengan Pearson's $r = 0,595$ ($p < 0,001$), menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan interpersonal, semakin tinggi *affiliation needs*. Sementara itu, kesepian (X1) dan kepercayaan interpersonal (X2) juga memiliki hubungan positif dengan Pearson's $r = 0,345$ ($p < 0,001$), yang berarti individu yang merasa kesepian cenderung memiliki tingkat kepercayaan interpersonal yang berbeda. Semua hubungan bersifat signifikan, sehingga mendukung hipotesis bahwa ada keterkaitan antara ketiga variabel ini. $R=0,597$ dan $R^2=0,357$ adalah hasil yang diperoleh dari analisis data. Dengan kata lain, hubungan antara variabel dependen dan variabel independen telah dijelaskan dengan memadai atau berkontribusi secara signifikan. Varians dari *affiliation needs* yang mampu dijelaskan oleh kesepian dan kepercayaan interpersonal itu 64.3%. Faktor-faktor lain yang tidak dibahas di sini menjelaskan sisanya.

Tabel 3.

Uji Determinasi

Model Summary - Affiliation needs (Y)

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
H ₀	0.000	0.000	0.000	9.156
H ₁	0.597	0.357	0.353	7.363

Discussion

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara kesepian dan kepercayaan interpersonal terhadap affiliation needs pada dewasa awal pengguna aplikasi *bumble*. Sumbangan efektif dari kedua variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai R² sebesar 0,357, yang berarti bahwa sebesar 35,7% varians pada affiliation needs dapat dijelaskan oleh kesepian dan kepercayaan interpersonal, sementara sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kebutuhan untuk berafiliasi (affiliation needs) merupakan aspek dasar dalam kehidupan sosial manusia, terutama pada masa dewasa awal yang ditandai dengan eksplorasi hubungan interpersonal. Individu pada tahap ini memiliki dorongan kuat untuk membentuk dan mempertahankan koneksi sosial yang bermakna, terutama dalam konteks digital seperti aplikasi kencan daring. Kesepian, sebagai kondisi emosional akibat kurangnya hubungan sosial yang memuaskan, sering kali menjadi pemicu meningkatnya *affiliation needs* [6]. Di sisi lain, kepercayaan interpersonal menjadi fondasi penting dalam proses menjalin koneksi sosial baru [16].

Menurut Heinrich dan Gullone kesepian bukan hanya perasaan subjektif, melainkan sinyal psikologis yang mendorong individu untuk mencari hubungan sosial yang lebih dalam [18]. Individu yang merasa kesepian cenderung menggunakan platform digital seperti *bumble* untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Lebih lanjut, Weiss menjelaskan bahwa kesepian dapat menciptakan tekanan emosional yang mendorong individu mencari kelekatan sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital [19]. Sementara itu, Rotenberg et al. (2005) menekankan bahwa kepercayaan

interpersonal merupakan dasar dari interaksi sosial yang sehat—tanpa kepercayaan, individu cenderung menarik diri atau enggan membuka diri dalam hubungan baru [20].

8
Analisis data menunjukkan adanya korelasi positif yang kuat antara kebutuhan afiliasi dan kesepian ($r = 0,253$, $p < 0,001$). Berdasarkan penelitian ini, keinginan seseorang untuk membentuk dan mempertahankan hubungan sosial meningkat seiring dengan tingkat kesepian yang dirasakannya. Penelitian oleh Heinrich dan Gullone juga menyatakan bahwa kesepian erat kaitannya dengan meningkatnya kebutuhan untuk memiliki ikatan sosial yang bermakna, terutama pada individu yang sedang berada pada masa transisi kehidupan seperti dewasa awal [18]. Hal ini sejalan dengan pandangan Weiss yang menyebutkan bahwa kesepian dapat mendorong individu untuk memperluas jejaring sosial sebagai bentuk kompensasi terhadap kekosongan emosional yang dirasakan [19]. Hal ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengguna, khususnya mereka yang memiliki *affiliation needs* tinggi namun mungkin mengalami hambatan dalam membangun relasi secara langsung di dunia nyata. Bagi individu yang merasa kesepian, aplikasi ini menjadi media alternatif untuk mencari koneksi emosional dan sosial tanpa tekanan interaksi tatap muka [6].

7
Hasil analisis data juga menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara kepercayaan interpersonal terhadap affiliation needs, dengan nilai korelasi ($r = 0,595$ ($p < 0,001$)). Artinya, individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap orang lain cenderung lebih terbuka dan termotivasi dalam membangun koneksi sosial yang bermakna. Penelitian oleh Rotenberg et al menunjukkan bahwa kepercayaan interpersonal menjadi fondasi penting dalam pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial yang sehat, karena individu yang memiliki kepercayaan cenderung merasa aman untuk membuka diri dan menjalin ikatan sosial [20]. Temuan ini menegaskan bahwa affiliation needs tidak hanya didorong oleh perasaan negatif seperti kesepian, tetapi juga diperkuat oleh aspek positif dalam diri individu, yaitu kapasitas untuk memercayai orang lain [6]. Bagi individu dengan kepercayaan interpersonal tinggi, aplikasi ini menawarkan peluang untuk menjalin hubungan yang bermakna secara lebih cepat dan efektif [16]. Dengan demikian, *bumble* berperan sebagai katalisator yang mempertemukan dorongan untuk terhubung (akibat kesepian) dan kesiapan untuk menjalin keintiman (berkat kepercayaan interpersonal).

Berlandaskan hasil analisis secara simultan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,357 atau 35,7%, yang menunjukkan bahwa kesepian dan kepercayaan interpersonal secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 35,7% terhadap affiliation needs pada dewasa awal pengguna aplikasi *bumble*. Sementara itu, 64,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Jika ditinjau secara parsial, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan interpersonal memiliki pengaruh yang lebih kuat dan signifikan dibandingkan kesepian terhadap affiliation needs. Hal ini mengindikasikan bahwa kapasitas individu untuk mempercayai orang lain merupakan faktor kunci dalam membentuk hubungan sosial yang bermakna. Individu dengan tingkat kepercayaan tinggi akan merasa lebih aman dan nyaman dalam membuka diri terhadap orang baru, termasuk dalam lingkungan digital yang penuh ketidakpastian [21].

Sebaliknya, kesepian juga memiliki pengaruh signifikan, namun dengan kekuatan korelasi yang lebih rendah. Ini menunjukkan bahwa meskipun rasa kesepian mendorong individu untuk mencari relasi sosial, upaya tersebut tidak selalu berhasil bila tidak disertai dengan kepercayaan interpersonal yang memadai. Dalam hal ini, individu mungkin ingin berelasi, namun tetap menjaga jarak atau menunjukkan kecenderungan defensif karena kekhawatiran akan ditolak atau disakiti. Kondisi ini menggambarkan dinamika psikososial dewasa awal yang hidup di tengah arus digitalisasi relasi interpersonal [22].

Perlu diingat bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data yang dikumpulkan terbatas pada pengguna aplikasi *bumble* di wilayah Sidoarjo, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke populasi pengguna aplikasi *dating online* di wilayah atau latar belakang budaya lainnya. Kedua, penggunaan metode survei dengan instrumen *self-report* membuka kemungkinan adanya bias subjektif dalam penilaian responden terhadap dirinya sendiri. Selain itu, penelitian ini belum mempertimbangkan faktor eksternal lain yang mungkin memengaruhi *affiliation needs*, seperti pengalaman masa lalu dalam hubungan, dukungan sosial di dunia nyata, atau persepsi terhadap hubungan daring. Oleh karena itu, penelitian lanjutan sangat disarankan untuk menggali lebih dalam aspek-aspek kualitatif dari dinamika ini serta mengkaji peran mediasi atau moderasi dari faktor-faktor lainnya.

CONCLUSION

Temuan studi ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kesepian dan kebutuhan akan koneksi sosial. Orang yang merasa kesepian, dalam upaya memenuhi kebutuhan akan rasa memiliki, cenderung lebih sering mencari koneksi sosial. Selain itu, kepercayaan interpersonal juga berkontribusi dalam membentuk *affiliation needs*, meskipun dengan hubungan yang lebih lemah dibandingkan dengan kesepian. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kesepian yang tinggi cenderung mencari interaksi sosial lebih banyak untuk mengimbangi perasaan mereka, sementara kepercayaan interpersonal dapat memperkuat atau melemahkan dorongan tersebut. Dengan demikian, upaya untuk mengurangi kesepian dan meningkatkan kepercayaan interpersonal dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung kesejahteraan psikologis individu, terutama dalam lingkungan sosial berbasis digital seperti aplikasi *dating*.

Penelitian di masa mendatang disarankan untuk memperluas cakupan sampel penelitian dengan melibatkan pengguna dari berbagai latar belakang budaya dan wilayah yang lebih luas. Selain itu, dapat dipertimbangkan untuk menggunakan variabel lain seperti tingkat kepuasan dalam hubungan, kualitas interaksi sosial, atau faktor psikologis seperti kecemasan dan depresi yang mungkin mempengaruhi *affiliation needs*. Penelitian juga dapat mengeksplorasi perbedaan gender dalam hubungan antara kesepian dan kepercayaan interpersonal terhadap *affiliation needs*, serta bagaimana pengalaman pengguna aplikasi *bumble* dapat bervariasi berdasarkan konteks sosial dan budaya. Dengan pendekatan yang lebih holistik, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika sosial di era digital ini.

REFERENCES

- [1] A. Basit *et al.*, "Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial," *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 1, pp. 1-12, Jun. 2022, doi: 10.30656/lontar.v10i1.3254.
- [2] L. E. LeFebvre, "Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder," *J Soc Pers Relat*, vol. 35, no. 9, pp. 1205-1229, Oct. 2018, doi: 10.1177/0265407517706419.
- [3] M. A. Ripanda, "Motif Pengguna Aplikasi Bumble Sebagai Media Komunikasi Di Kota Palembang", Skripsi, 2024.

Type your title in here (8 pt)

- [4] F. Teguh and S. Paramita, "Penetrasi Sosial Generasi Muda Melalui Aplikasi Kencan Online", *Koneksi*, Vol. 8, no. 1, 58-67, Maret 2024.
- [5] W. P. Sari and R. S. Kusuma, "Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder," 2018.
- [6] R. A. N. Devi, "Hubungan Antara Kesepian Dengan Kebutuhan Afiliasi Pada Pengguna Aplikasi Tinder", 2023.
- [7] Connor and Rosenblood, "The Regulation of Social Interaction in Everyday Life", 1996.
- [8] S. Pardede and V. B. Kovač, "Distinguishing the Need to Belong and Sense of Belongingness: The Relation between Need to Belong and Personal Appraisals under Two Different Belongingness-Conditions," *Eur J Investig Health Psychol Educ*, vol. 13, no. 2, pp. 331-344, Feb. 2023, doi: 10.3390/ejihpe13020025.
- [9] L. R. Amany, T. Mut'ah, and S. Budiarto, "Kebutuhan Afiliasi Dengan Loneliness Pengguna Aplikasi Dating Online Pada Mahasiswa Mercu Buana Yogyakarta", *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, September 2024
- [10] Zainuddin, "Manfaat Kebutuhan Afiliasi dalam Pengembangan Sosial," 2020.
- [11] Laurensia Kirana Ghea Batsyeba and Heru Astikasari Setya Murti, "Self Disclosure Dengan Kesepian Pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Bumble Dating App," *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, vol. 9, no. 1, pp. 1-11, Jul. 2024, doi: 10.31316/gcouns.v9i1.6147.
- [12] M. Clara Vebiyolla, Z. Varisna Rohmadani, P. Studi Psikologi Fakultas Ekonomi, and I. Sosial dan Humaniora, "The Relationship Between The Need For Affiliation And Loneliness In Online Dating Application Users," *Journal of Social and Economics Research*, vol. 6, no. 1, 2024, [Online]. Available: <https://idm.or.id/JSER/index>.
- [13] A. Indah Asmarany, dan Nadaa Savira Syahlaa, "Hubungan Loneliness Dan Problematic Internet Use Remaja Pengguna Sosial Media", *Sebatik*, Vol. 23, no. 2, Des. 2019.
- [14] D. K.-S. Chan, "Trust: A Conceptual Framework for Interpersonal Trust in Online Interactions," *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, vol. 21, no. 5, pp. 292-297, 2018.
- [15] D. L. Knoll and H. Gill, "Antecedents of trust in supervisors, subordinates, and peers," *Journal of Managerial Psychology*, vol. 26, no. 4, pp. 313-330, May 2011, doi: 10.1108/02683941111124845.
- [16] M. Dila, "Hubungan Antara Kesepian Dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswi", Skripsi, 2023.
- [17] Arwa, "Hubungan Antara Interpersonal Trust Dengan Self Disclosure Pengguna Second Account Media Sosial Instagram Pada Wanita Dewasa Awal", Skripsi, 2021
- [18] W. Hakim, S. Mar'at, & P. Tommy, And Y. S. Suyasa, "Why Do Emerging Adults Feel Lonely? The Role Of Perceived Social Support And Psychological Capital", *International Journal Of Application On Social Science And Humanities*, Vol. 1, No. 3, Pp. 85-92, Agustus 2023, Doi: 10.24912/Ijassh.V1i3.29147.
- [19] D. Albita Pralisya, L. Natalya, J. Gabriella Limnord, And I. Bagus Siaputra, "Validation Of Short Form Social And Loneliness Scale For Adults (Selsa-S) Indonesian Version", *Journal of Educational, Health and Community*, Vol. 14, no. 1, 2025.
- [20] Y. Oktaviani, "Hubungan Kepercayaan Interpersonal dengan Pemaafan Dalam Persahabatan Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 3 Payakumbuh", Skripsi, 2020

Type your title in here (8 pt)

- [21] F. Alamsyah, A. Buntaran, And A. Fadilla Helmi, "Peran Kepercayaan Interpersonal Remaja Yang Kesepian Dalam Memoderasi Pengungkapan Diri Pada Media Jejaring Sosial Online," *Journal Of Psychology*, Vol. 1, No. 2, Pp. 106-119, Mei 2015.
- [22] S. F. Zahra And E. R. Kustanti, "Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Pengungkapan Diri Melalui Media Sosial Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro", *Jurnal Empati*, Vol. 12, no. 2, 112-120, April 2023.

Jihan Rafifah

Department of Psychology Faculty of Psychology and Education,
Muhammadiyah University Sidoarjo,
Jl. Raya Lebo No. 4, Rame, Pilang, Sidoarjo, East Java, 61261, Indonesia
Email: jihanrrafifah09@gmail.com

*** Effy Wardati Maryam**

Department of Psychology Faculty of Psychology and Education,
Muhammadiyah University Sidoarjo,
Jl. Raya Lebo No. 4, Rame, Pilang, Sidoarjo, East Java, 61261, Indonesia
Email: effywardati@umsida.ac.id

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	2%
2	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	2%
3	jurnal.yudharta.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	journal.ia-education.com Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%
8	jurnal.unissula.ac.id Internet Source	<1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%
10	pt.scribd.com Internet Source	<1%
11	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
12	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%

13

repository.ubaya.ac.id

Internet Source

<1 %

14

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

15

docobook.com

Internet Source

<1 %

16

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

17

www.repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On