

## Hubungan antara Dukungan Sosial Daring dan Kepribadian Lima Besar dengan Adiksi Media Sosial

*(The Relationship between Online Social Support and Big Five Personality with Social Media Addiction)*

Tiek Budysan\* dan Hartanti

Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

\*budysan96@gmail.com

### Abstrak

Adiksi media sosial adalah penggunaan dan pemantauan media sosial secara berlebihan, yang tampak dalam penggunaan kompulsif dengan mengorbankan aktivitas lain. Penelitian bertujuan melihat ada tidaknya hubungan antara dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar pada adiksi media sosial. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif korelasional, yang dilakukan pada para pengguna media sosial di Surabaya yang berusia 18–40 tahun. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 105 orang, yang didapat melalui teknik *sampling* insidental. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Bergen's Social Media Addiction Scale (BSMAS)*, *Big Five Inventory-2 (BFI-2)* versi Indonesia, dan *Online Social Support Scale (OSSS)*. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar berpengaruh secara bersama-sama pada adiksi media sosial ( $p < 0.01$ ). Hasil korelasi parsial menunjukkan bahwa hanya variabel dukungan sosial daring ( $r = 0.510$ ,  $p < 0.01$ ) dan dimensi kepribadian *neuroticism* ( $r = 0.372$ ,  $p < 0.01$ ) yang memiliki korelasi dengan adiksi media sosial. Keempat dimensi kepribadian yang lain tidak memiliki korelasi pada adiksi media sosial.

**Kata kunci:** Kepribadian lima besar, dukungan sosial daring, adiksi media sosial

### Abstract

*Social media addiction is the excessive use and monitoring of social media, manifested in compulsive use at the expense of other activities. This study was conducted to see whether there is a relationship between online social support and the big five personality on social media addiction. This research is a correlational quantitative study, which was conducted on social media users in Surabaya aged 18–40 years. Participants in this study amounted to 105 people, obtained through incidental sampling technique. The measuring instruments used in this study were Bergen's Social Media Addiction Scale (BSMAS), the Indonesian version of Big Five Inventory-2 (BFI-2), and the Online Social Support Scale (OSSS). The results of the regression analysis showed that online social support and the Big Five Personality had a joint influence on social media addiction ( $p < 0.01$ ). The partial correlation results showed that only online social support variable ( $r = 0.510$ ,  $p < 0.01$ ) and personality dimension of neuroticism ( $r = 0.372$ ,  $p < 0.01$ ) were correlated with social media addiction. The other four personality dimensions have no correlation on social media addiction.*

**Keywords:** Big five personality, online social support, social media addiction

### PENDAHULUAN

Media sosial adalah salah satu fitur internet yang digemari banyak orang. Di Indonesia, sekitar 150 juta orang merupakan pengguna media sosial

(Databoks, 2019). Alasan mengapa media sosial begitu digemari adalah karena banyaknya manfaat dan fitur yang dapat dinikmati oleh penggunanya, seperti memungkinkan pengguna bersosialisasi

dengan banyak orang tanpa terbatas oleh jarak dan juga fitur-fitur lain, seperti fitur untuk berbagi foto, video, maupun tempat menuliskan isi hati dan pikiran. Meski memiliki banyak manfaat, media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif, salah satunya adalah adiksi media sosial.

Adiksi media sosial adalah penggunaan dan pemantauan media sosial secara berlebihan, yang tampak dalam penggunaan kompulsif dengan mengorbankan aktivitas lain (Zivnuska dkk., 2019). Adiksi media sosial mulai menarik perhatian banyak peneliti, hal ini terlihat dari mulai banyaknya penelitian-penelitian mengenai adiksi media sosial (Tang dkk., 2016; Brailovskaia dkk., 2019; Liu & Ma, 2019). Selain penelitian mengenai keterkaitan antara adiksi media sosial dengan berbagai variabel lain, beberapa peneliti juga mulai mengembangkan alat ukur untuk mengetahui tingkat adiksi media sosial seseorang (Wilson dkk., 2010; Andreassen dkk., 2012; Turel & Serenko, 2012). Seperti halnya adiksi lain, adiksi media sosial juga menimbulkan berbagai dampak negatif pada individu yang mengalaminya, seperti masalah kesehatan fisik karena kurangnya pergerakan dan perubahan posisi tubuh (Nakaya, 2015), menurunnya kualitas hubungan, serta performa kerja maupun akademik karena terlalu banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial (Andreassen, 2015).

Dalam beberapa penelitian, para peneliti berusaha mencari tahu variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi adiksi media sosial seseorang. Beberapa variabel yang ditemukan memiliki pengaruh pada adiksi media sosial adalah *fear of missing out (FoMO)*, kontrol diri, kepribadian lima besar dan dukungan sosial daring. *FoMO* adalah suatu kondisi yang membuat seseorang ingin terus mengetahui apa yang orang lain lakukan (Przybylski dkk., 2013). Variabel lain, kepribadian lima besar adalah konsep kepribadian yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu *openness* (dimensi yang berkaitan dengan keterbukaan terhadap hal-hal baru dan perubahan), *conscientiousness* (berkaitan dengan rasa tanggung jawab), *extraversion* (dimensi yang berkaitan dengan antusiasme untuk menjalin relasi

sosial), *agreeableness* (dimensi yang berkaitan dengan sikap kooperatif), dan *neuroticism* (dimensi yang berkaitan dengan kecemasan dan emosi yang tidak stabil; Goldberg, 1992).

Kendati sering diteliti keterkaitannya dengan adiksi media sosial, hasil penelitian mengenai korelasi setiap dimensi kepribadian lima besar pada adiksi media sosial cenderung tidak konsisten, kecuali *conscientiousness* yang memiliki korelasi negatif yang konsisten terhadap adiksi media sosial (Lee, 2019; Sindermann dkk., 2020; Wang dkk., 2015; Kircaburun dkk., 2020). Keempat dimensi lainnya menunjukkan hasil korelasi yang berbeda pada setiap penelitian, dengan rincian sebagai berikut: (1) *openness* memiliki dua hasil, yaitu memiliki korelasi negatif (Lee, 2019) dan tidak memiliki korelasi (Kircaburun dkk., 2020), (2) *extraversion* memiliki tiga hasil, yaitu tidak ada korelasi (Blackwell dkk., 2017), korelasi negatif (Kircaburun dkk., 2020), dan korelasi positif (Sindermann dkk., 2020), (3) *agreeableness* memiliki dua hasil, yaitu korelasi negatif (Lee, 2019) dan tidak ada korelasi (Wang dkk., 2015), (4) *neuroticism* memiliki dua hasil, yaitu memiliki korelasi positif (Kircaburun dkk., 2020; Blackwell dkk., 2017; Lee, 2019) dan tidak memiliki korelasi (Tang dkk., 2016).

Jika variabel seperti kepribadian lima besar, *FoMO*, dan kontrol diri sudah cukup sering diteliti, maka terdapat juga beberapa variabel yang memiliki potensi mempengaruhi tingkat adiksi media sosial seseorang namun masih belum banyak diteliti. Salah satu variabel yang masih jarang diteliti tersebut adalah dukungan sosial daring. Sesuai namanya, dukungan sosial daring adalah dukungan sosial yang didapat individu dari media daring (Liu & Ma, 2019). Dukungan sosial daring dapat membuat individu meningkatkan frekuensi penggunaan media sosial dikarenakan pada saat mendapat dukungan sosial (termasuk dukungan sosial daring), individu akan merasakan emosi positif yang memotivasinya untuk mendapatkan dukungan sosial daring yang lebih banyak. Hal ini dapat mengakibatkan peningkatan risiko individu mengalami adiksi media sosial, sebab menurut

beberapa penelitian, frekuensi penggunaan media sosial berkorelasi positif terhadap tingkat adiksi media sosial seseorang (Chung dkk., 2019; Brailovskaia dkk., 2019; Marengo dkk., 2020).

Dari studi literatur yang dilakukan, belum ada penelitian mengenai hubungan dukungan sosial daring dengan adiksi media sosial di Indonesia. Penelitian yang paling relevan adalah penelitian Permatahati (2020) yang meneliti mengenai pengaruh dukungan sosial dari orang tua dan interaksi teman sebaya terhadap intensitas penggunaan media sosial, berbeda dengan penelitian ini yang meneliti pengaruh dukungan sosial yang didapat hanya melalui media daring (dukungan sosial daring) terhadap adiksi media sosial. Penelitian tersebut dilakukan pada populasi siswa kelas X dan XI SMAN 1 Mojolaban, sedangkan pada penelitian ini, populasi penelitian adalah pengguna media sosial di Surabaya yang berusia 18 sampai 40 tahun.

Penelitian lain mengenai kepribadian dan pengaruhnya pada media sosial juga dilakukan oleh Putri dan Diantina (2020), di mana mereka meneliti pengaruh kepribadian lima besar terhadap adiksi Instagram pada siswa SMA di Bandung. Hasilnya ditemukan bahwa *extraversion*, *neuroticism*, dan *openness* berpengaruh positif terhadap adiksi Instagram, sedangkan *agreeableness* dan *conscientiousness* memiliki pengaruh negatif. Dalam penelitian Putri dan Diantina (2020), kepribadian lima besar diteliti pengaruhnya terhadap media sosial yang spesifik (Instagram) dan pada siswa SMA, berbeda dengan penelitian ini yang meneliti pengaruh kepribadian lima besar pada media sosial secara umum dan pada orang-orang berusia dewasa awal (18–40 tahun).

Rachmawati (2017) melakukan penelitian pada mahasiswa untuk melihat bentuk-bentuk dukungan sosial seperti apa saja yang didapat para partisipan penelitian dari teman-teman virtual mereka di Instagram dengan menggunakan kuesioner yang dibuat berdasarkan teori dukungan sosial dari. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner *Online Social Support Scale* yang dibuat oleh Brailovskaia dkk. (2019). Selain itu, penelitian

dari Rachmawati (2017) hanya difokuskan untuk melihat bentuk-bentuk dukungan sosial daring yang didapat para partisipan penelitian dari Instagram, sedangkan pada penelitian ini, dukungan sosial daring diteliti pengaruhnya pada adiksi media sosial secara umum.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk meneliti pengaruh Kepribadian Lima besar dan dukungan sosial daring pada adiksi media sosial, karena berbeda dengan *FoMO* dan kontrol diri (Rahardjo & Soetjningsih, 2022; Wahyunindya & Silaen, 2021; Savitri & Suprihatin, 2021; Muna & Astusti, 2014), korelasi antar setiap dimensi pada kepribadian lima besar (kecuali *conscientiousness*) pada adiksi media sosial masih cenderung tidak konsisten. Sedangkan untuk dukungan sosial daring, masih belum ada penelitian mengenai pengaruh dukungan sosial daring pada adiksi media sosial di Indonesia.

Terdapat tujuh hipotesis dalam penelitian ini, yaitu: (1) Terdapat hubungan antara dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar terhadap adiksi media sosial, (2) Terdapat hubungan antara dukungan sosial daring dengan adiksi media sosial, (3) Terdapat hubungan antara dimensi *openness* dengan adiksi media sosial, (4) Terdapat hubungan antara dimensi *conscientiousness* dengan adiksi media sosial, (5) Terdapat hubungan antara dimensi *extraversion* dengan adiksi media sosial, (6) Terdapat hubungan antara dimensi *agreeableness* dengan adiksi media sosial, (7) Terdapat hubungan antara dimensi *neuroticism* dengan adiksi media sosial.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar (*openness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness* dan *neuroticism*) merupakan variabel independen (X), sedangkan adiksi media sosial merupakan variabel dependen (Y).

Penggalan data dari para partisipan dilakukan dengan menyebar kuesioner daring, dalam bentuk *google form*. Kuesioner tersebut dibuat berdasarkan 3 alat ukur, yaitu *Bergen's Social Media Addiction Scale (BSMAS)*; Andreassen dkk., 2012; Andreassen dkk., 2017), *Big Five Inventory-2 (BFI-2)* versi Indonesia (Ahya & Siaputra, 2022), dan *Online Social Support Scale (OSSS)*; Brailovskaia dkk., 2019). Detail validitas setiap alat ukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) *BSMAS* menggunakan validitas kriteria dengan nilai korelasi sebesar 0,69 terhadap alat ukur *Addictive Tendencies Scale*, (2) *OSSS* menggunakan validitas butir dengan nilai rata-rata *interitem correlation* sebesar 0,47 (3) *BFI-2* versi Indonesia menggunakan validitas kriteria dengan nilai korelasi terhadap alat ukur *BFI-1* sebagai berikut: *openness*= 0,51; *conscientiousness*= 0,50; *extraversion*= 0,57; *agreeableness*= 0,50; *neuroticism*= 0,62. Sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* (reliabilitas) dalam alat ukur ini adalah

sebagai berikut: *BSMAS*= 0,88; *OSSS*= 0,86; *openness*= 0,79; *conscientiousness*= 0,83; *extraversion*= 0,81; *agreeableness*= 0,69; *neuroticism*= 0,85.

Pembagian kuesioner dilakukan dengan metode *sampling* insidental, di mana peneliti menyebar kuesioner penelitian pada kenalan-kenalan peneliti yang memenuhi kriteria penelitian dan setuju berpartisipasi. Kriteria untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah: (1) berusia 18–40 tahun, (2) memiliki setidaknya satu akun media sosial, dan (3) berdomisili di Surabaya.

## HASIL

Dari hasil penggalan data, diperoleh data dari 108 orang, data dari 3 orang digugurkan karena tidak memenuhi kriteria penelitian, sehingga jumlahnya menjadi 105. Data demografis partisipan penelitian ini dapat dilihat di Tabel 1.

**Tabel 1.** Data Demografis Partisipan Penelitian (N=108)

| Karakteristik Partisipan | <i>n</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Jenis Kelamin            |          |        |
| Perempuan                | 59       | 56,2%  |
| Laki-laki                | 46       | 43,8%  |
| Usia                     |          |        |
| 18 – 20                  | 24       | 22,86% |
| 21 – 25                  | 46       | 43,80% |
| 26 – 30                  | 15       | 14,29% |
| 31 – 35                  | 12       | 11,43% |
| 36 – 40                  | 8        | 7,62%  |

Uji hipotesis menggunakan analisis regresi untuk melihat bagaimana pengaruh dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar terhadap adiksi media sosial secara bersama-sama.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa H1 diterima (dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap adiksi media sosial ( $p < 0,01$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,32, yang berarti dukungan sosial daring dan seluruh dimensi kepribadian lima besar

memiliki pengaruh total sebesar 32,3% pada adiksi media sosial. Sisanya (67,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada *output* hasil analisis regresi, juga dapat dilihat pengaruh setiap variabel independen (setiap dimensi kepribadian lima besar dan dukungan sosial daring) terhadap variabel dependen (adiksi media sosial) secara individual (*partial correlations*). Hasil korelasi parsial menunjukkan bahwa hanya dukungan sosial daring ( $r = 0,51$ ;  $p < 0,01$ ) dan dimensi *neuroticism* ( $r = 0,37$ ,  $p < 0,01$ ) yang

memiliki korelasi terhadap adiksi media sosial. Kedua variabel tersebut memiliki korelasi positif terhadap adiksi media sosial, yang berarti bahwa

jika individu memiliki tingkat dukungan sosial daring dan *neuroticism* yang tinggi, maka ia akan lebih rentan mengalami adiksi media sosial.

**Tabel 2.** Hasil Analisis Regresi

| Variabel | Adiksi Media Sosial |                |       |       |       |      |
|----------|---------------------|----------------|-------|-------|-------|------|
|          | R                   | R <sup>2</sup> | B     | Beta  | r     | p    |
| DSD, KLB | .602                | .323           |       |       |       | .000 |
| DSD      |                     |                | .508  | .483  | .510  | .000 |
| KLB – O  |                     |                | -.065 | -.082 | -.089 | .380 |
| KLB – C  |                     |                | .056  | .088  | .084  | .408 |
| KLB – E  |                     |                | .055  | .076  | .074  | .464 |
| KLB – A  |                     |                | -.004 | -.004 | -.004 | .966 |
| KLB – N  |                     |                | .268  | .408  | .372  | .000 |

Keterangan: DSD= dukungan sosial daring, KLB= Kepribadian Lima Besar, O= *openness*, C= *conscientiousness*, E= *extraversion*, A= *agreeableness*, N= *neuroticism*

Dari hasil tersebut, maka dari hipotesis penelitian ini yang diterima adalah hipotesis 1 (terdapat hubungan antara dukungan sosial daring dan kepribadian lima besar terhadap adiksi media sosial), hipotesis 2 (terdapat hubungan antara dukungan sosial daring dengan adiksi media sosial), dan hipotesis 7 (terdapat hubungan antara kepribadian lima besar (*neuroticism*) dengan adiksi media sosial).

## DISKUSI

Korelasi positif antara dukungan sosial daring dengan adiksi media sosial disebabkan dukungan sosial daring membuat individu merasakan emosi positif yang mendorongnya untuk lebih sering menggunakan media sosial demi mendapatkan lebih banyak dukungan sosial daring (Brailovskaia dkk., 2019). Penggunaan media sosial yang lebih sering akan mengurangi waktu yang dimiliki individu untuk kehidupan sosial di dunia nyata maupun waktu untuk menyelesaikan tanggung jawab pekerjaan/akademiknya. Hal ini akan mengakibatkan kualitas relasi individu dengan orang-orang di sekitarnya menurun dan terhambatnya perkembangan karir individu (Brailovskaia dkk., 2019). Kondisi ini akan menyebabkan individu mengalami stres yang akan membuat individu

mencari pelarian dari tekanan dan stres tersebut dengan berusaha mendapatkan lebih banyak dukungan sosial daring melalui penggunaan media sosial yang lebih intens (Brailovskaia dkk., 2019).

Korelasi positif antara *neuroticism* dengan adiksi media sosial disebabkan individu dengan *neuroticism* tinggi cenderung mudah cemas, termasuk ketika berinteraksi dengan orang lain, khususnya secara langsung. Media sosial membantu mereka berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertemu secara langsung. Hal ini dapat membantu individu tersebut untuk memenuhi kebutuhan sosialnya, namun juga dapat membuatnya menggunakan media sosial secara berlebihan dan meningkatkan risiko mengalami adiksi (Kircaburun dkk., 2020).

Hasil korelasi untuk dimensi kepribadian lima besar yang lain (*openness*, *conscientiousness*, *extraversion* dan *agreeableness*) menunjukkan tidak ada hubungan antara dimensi-dimensi tersebut pada adiksi media sosial. Penelitian terdahulu juga menemukan hasil yang tidak konsisten dalam hubungan korelasi keempat dimensi tersebut (kecuali *conscientiousness*, yang memiliki korelasi negatif yang konsisten) pada adiksi media sosial (Kircaburun dkk., 2020; Lee, 2019; Sindermann dkk., 2020; Blackwell dkk., 2017; Tang dkk., 2016).

Dalam penelitian ini, *conscientiousness* ( $r=0,084$ ;  $p>0,05$ ) memiliki hasil yang berbeda dengan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, di mana dimensi tersebut tidak memiliki korelasi pada adiksi media sosial. Ketiadaan korelasi ini kemungkinan disebabkan karena salah satu sifat dalam dimensi *conscientiousness* adalah rasa tanggung jawab yang tinggi, yang dapat menjadi faktor protektif sekaligus faktor risiko terhadap adiksi media sosial (Carter dkk., 2016; Liu dkk., 2022). Rasa tanggung jawab yang tinggi dapat menjadi faktor protektif karena ia membantu individu untuk lebih mampu mengontrol dorongan melakukan hal-hal yang tidak ada hubungannya dengan tanggung jawab dan kewajibannya (seperti bermain media sosial) sehingga membuat orang tersebut lebih mampu menghindari adiksi, termasuk adiksi media sosial. Namun, rasa tanggung jawab yang tinggi juga dapat membuat individu menjadi perfeksionis yang pada akhirnya membuatnya rentan mengalami stres dan mencari pelarian dengan menggunakan media sosial secara berlebihan (Carter dkk., 2016; Liu dkk., 2022).

Berbeda dengan dimensi *conscientiousness*, dimensi *agreeableness* ( $r=-0,004$ ;  $p>0,05$ ) tidak memiliki sifat dengan peran ganda (peran sebagai faktor protektif sekaligus faktor risiko). Namun, *agreeableness* memiliki dua sifat yang memiliki peran yang berkebalikan terhadap adiksi media sosial, satu sebagai faktor risiko (menghindari konflik) dan satu sebagai faktor protektif (sikap kooperatif). Sifat menghindari konflik membuat individu enggan menghadapi dan menyelesaikan konflik dengan orang lain serta lebih memilih mencari pelarian, salah satunya dengan menggunakan media sosial secara berlebihan. Sedangkan sikap kooperatif membuat individu mudah diterima oleh lingkungan sosialnya sehingga ia tidak terlalu membutuhkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosialnya (Andreassen dkk., 2013).

Terakhir, seperti halnya dimensi *conscientiousness*, ketiadaan korelasi antara kedua dimensi Kepribadian Lima Besar berikut (*openness & extraversion*) kemungkinan juga disebabkan karena setiap dimensi tersebut memiliki sifat yang dapat

menjadi faktor protektif sekaligus faktor risiko. Pada dimensi *openness* ( $r=-0,089$ ;  $p>0,05$ ), sifat yang memiliki peran ganda sebagai faktor protektif sekaligus faktor risiko adalah keinginan yang kuat untuk mencoba hal-hal baru. Sifat ini dapat menjadi faktor protektif jika diarahkan untuk mencoba hal-hal baru di dunia nyata, namun dapat menjadi faktor risiko jika hal-hal baru yang dicoba adalah fitur-fitur di media sosial (Zhou dkk., 2016).

Pada dimensi *extraversion* ( $r=0,074$ ;  $p>0,05$ ), sifat yang memiliki peran ganda adalah keinginan kuat untuk bersosialisasi. Sifat ini dapat menjadi faktor protektif jika individu tersebut mengarahkannya untuk bersosialisasi di dunia nyata, namun dapat menjadi faktor risiko jika ia meluapkan dorongan bersosialisasinya di media sosial (Sindermann dkk., 2020). Keterbatasan penelitian ini adalah karena dilakukan secara daring, peneliti tidak bisa mengecek apakah para partisipan yang setuju mengisi kuesioner benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian atau tidak.

Dari hasil penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran, seperti: (1) Disarankan bagi individu untuk meningkatkan kemandirian emosional, sehingga tidak terlalu bergantung pada dukungan sosial, khususnya dukungan sosial dari media daring. (2) Bagi individu yang memiliki *neuroticism* tinggi (mudah khawatir dan cemas), disarankan untuk mempelajari cara *coping* stres dan meningkatkan kepercayaan diri dengan mengenal kelebihan diri sendiri. (3) Bagi peneliti selanjutnya, dapat memfokuskan penelitian pada individu-individu yang benar-benar mengalami adiksi media sosial, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan model intervensi.

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat diambil dua kesimpulan. Pertama, tingkat dukungan sosial daring dan *neuroticism* yang tinggi dapat meningkatkan risiko individu mengalami adiksi media sosial. Kedua, setiap dimensi Kepribadian Lima Besar (kecuali *neuroticism*) memiliki sifat dengan peran ganda (sebagai faktor protektif

sekaligus faktor risiko) ataupun memiliki 2 sifat yang memiliki peran yang berkebalikan terhadap adiksi media sosial (salah satu sifat menjadi faktor protektif, dan sifat lainnya menjadi faktor risiko). Ketiga, sumbangan efektif dukungan sosial daring dan seluruh dimensi Kepribadian Lima Besar memiliki pengaruh total sebesar 32,3% pada adiksi media sosial. Sisanya (67,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti dukungan sosial orang tua, motivasi penggunaan media sosial dan frekuensi penggunaan media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahya, A. & Siaputra, I.B. (2022). Validasi Big Five Inventory-2 (BFI-2) untuk Indonesia: Belum sempurna tetapi valid dan reliabel mengukur personality. *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology*, 9(1), 179 – 203.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>.
- Andreassen, C. S., Torbjørn, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Andreassen, C.S., Griffiths, M.D., Gjertsen, S.R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavioral Addictions*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1556/JBA.2.2013.003>
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H.-W., Schillack, H., & Margraf, J. (2019). The relationship between daily stress, social support and Facebook Addiction Disorder. *Psychiatry Research*, 276, 167–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.05.014>
- Carter, N. T., Guan, L., Maples, J. L., Williamson, R. L., & Miller, J. D. (2016). The Downsides of Extreme Conscientiousness for Psychological Well-being: The Role of Obsessive Compulsive Tendencies. *Journal of Personality*, 84(4), 510–522. <https://doi.org/10.1111/jopy.12177>
- Chung, K. L., Morshidi, I., Yoong, L. C., & Thian, K. N. (2019). The role of the dark tetrad and impulsivity in social media addiction: Findings from Malaysia. *Personality and Individual Differences*, 143, 62–67. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.016>
- Databoks (2019). Berapa Pengguna Media Sosial di Indonesia? (2019, February 8). Retrieved November 29, 2019 from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Goldberg, R. L. (1992). The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26–42
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and Gratifications of Problematic Social media Use Among University Students: A Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social media Platforms, and Social media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Lee, S. L. (2019). Predicting SNS addiction with the Big Five and the dark triad. *Cyberpsychology*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-3>

- Liu, C., & Ma, J. L. (2019). Adult Attachment Orientations and Social Networking Site Addiction: The Mediating Effects of Online social support and the Fear of Missing Out. *Frontiers in Psychology*, 10(November). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02629>
- Liu, F., Qin, W., Liu, X., Li, J., & Sun, L. (2022). Enabling and burdening: The double-edged sword of conscientiousness. *Personality and Individual Differences*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111216>
- Marengo, D., Poletti, I., & Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive Behaviors*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Muna, R. F., & Astuti, T. P. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja akhir. *Jurnal EMPATI*, 3(4), 481-491.
- Nakaya, A.C. (2015). *Internet and Social media addiction*. San Diego: Reference Point Press
- Permatahati, M. P. (2020). *Peran Dukungan Sosial Orang Tua Dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap Intensitas Akses Social media* (Undergraduate's thesis).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, A. F., Diantina, F. P. (2020). Pengaruh kepribadian tinjauan Big Five Personality theory dengan adiksi Instagram. *Proceedings of the Universitas Islam Bandung, Indonesia*, 6(2), 382-386. <http://dx.doi.org/10.29313/v6i2.22455>
- Rachmawati, A. (2017). Dukungan sosial teman virtual melalui media Instagram pada remaja akhir [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 460-465. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Savitri, E. N. A., & Suprihatin, T. (2021). Peran Kontrol Diri dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Kecenderungan Adiksi Media Sosial pada Generasi Z yang Berstatus Mahasiswa. *PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi*, 3, 336-346.
- Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality, impulsivity, and social anxiety. *Psychiatry Research*, 28(5). <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112793>
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102-108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.1>
- Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 51-58.
- Wang, C. W., Ho, R. T. H., Chan, C. L. W., & Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32-35. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.10.039>
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173-177. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>

Zhou, Y., Li, D., Li, X., Wang, Y., & Zhao, L. (2016). Big Five Personality and adolescent internet addiction: The mediating role of coping style. *Addictive Behaviors*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.08.009>

Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., Harris, R. B., & Harris, K. J. (2019). Social media

addiction and social media reactions: The implications for job performance. *Journal of Social Psychology*, 159(6), 746–760. <https://doi.org/10.1080/00224545.2019.1578725>

---

Naskah masuk : 10 Mei 2022

Naskah diterima: 16 November 2022