

PROCEEDING B8

SEMINAR NASIONAL PSIKOLOGI

*Psikologi dan
Tantangan Millenium Ke-tiga:
Teknologi Informasi, Kesehatan Mental
dan Quality of Worklife*



Fakultas Psikologi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
Yogyakarta, 16 April 2011

ISBN 978-602-99090-0-5

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL PSIKOLOGI
PSIKOLOGI DAN TANTANGAN MILLENIUM KETIGA:
TEKNOLOGI INFORMASI, KESEHATAN MENTAL DAN QUALITY OF
WORKLIFE**

**Seminar Nasional Fakultas Psikologi Tantangan Millenium Ketiga:
Teknologi Informasi, Kesehatan Mental Dan Quality Of Worklife
pada tanggal 16 April 2011
di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta**

Tim Penyunting Artikel Seminar:

1. Dr. AM. Diponegoro, M.Ag
2. Dr. Khoiruddin Bashori, M.Si
3. Triantoro Safaria, S.Psi., M.Si., Psi.
4. Sri Kushartati, S.Psi., M.A.
5. Arini Widyowati, S.Psi., M.Psi
6. Alfi Purnamasari, S.Psi., M.Si., Psi
7. Rudy Yuniawati, S.Psi., M.Psi
8. Fatwa Tentama, S.Psi
9. Dessy Pranungsari, S.Psi

Tim Teknis:

1. Eriyanto
2. Nur Akhmad
3. Nikmah Agustin
4. Imam

KATA PENGANTAR

**BISSMILLAAHIRRAHMANIRRAHIM
ASSALAMU'ALAIKUM WR.WB**

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Illahi Robbi, karena dengan taufiq Nya, kami dapat menyelesaikan penyusunan prossiding makalah yang disampaikan pada Seminar Nasional "Peran Psikologi Menghadapi Milenium ke 3 : Teknologi, Kesehatan Mental, dan Quality of Worklife". Kami menyadari bahwa penerbitan prossiding ini sangat dinantikan oleh para pemakalah yang sangat bergairah dalam mengikuti kegiaitan seminar nasional padda tanggal 16 April 2011 di kampus fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Kami juga bersyukur bahwa kegiatan seminar ini mendapat dukungan sepenuhnya dari Universitas, para nara sumber utama: Prof.DR.Noor Rohman Hadjam, S.U (Guru besar Fakultas Psikologi UGM) dan Prof. DR. Suyanto, (Ketua STIMIK AMIKOM). Prossiding ini memuat 20 makalah dalam bidang Klinis, Pendidikan dan Industri & Organisasi.

Akhirnya kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa pada kegiatan seminar dan penyusunan prossiding. Demikian, semoga dengan sampainya prossiding ini ditangan pemakalah dan pembaca pada umumnya selesai pula tanggung jawab kami dalam menyelenggarakan seminar nasional dengan segala keterbatasannya. Akhirnya hanya kepada Alloh SWT kami memohon pertolongan.

**BILLAHITT TAUFIQ WAL HIDAYAH
WASSALAMU'ALAKUM WR.WB**

Yogyakarta, April 2011
Ketua Pelaksana

Arini Widyowati, S.Psi. M.Psi

6	<p>PERBEDAAN PERILAKU HIPERAKTIF PADA ANAK ADHD SEBELUM DAN SESUDAH DIPERDENGARKAN BACAAN AYAT-AYAT SUCI AL QUR'AN</p> <p>Nissa Tarnoto, Dessy Pranungsari Universitas Ahmad Dahlan</p>	65
7	<p>PENERAPAN KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA PADA CV CIPTA MANDIRI DI KABUPATEN KENDAL</p> <p>Muhamad Nanang Setiawan, Widodo Hariyono, Surahma Asti Mulasari Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan</p>	73
8	<p>HUBUNGAN ANTARA DUKUNGAN SOSIAL ISTERI DENGAN KECEMASAN SUAMI DALAM MENGHADAPI PENSIUN GURU SEKOLAH DASAR</p> <p>Novitasari Kusuma Dewi Siti Mulyani Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta</p>	82
9	<p>HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS MENGGUNAKAN FACEBOOK PADA SISWA KELAS X DAN XI SMAN 2 BANGUNTAPAN, BANTUL</p> <p>Pramitha Dwi Candra Alfi Purnamasari Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan</p>	92
10	<p>STRES DAN STRATEGI <i>COPING</i> PADA SISWA YANG TIDAK LULUS UJIAN NASIONAL</p> <p>Joko Tri Winarto Sri Kushartati Fakultas Psikologi Universitas Ahmad dahlan Yogyakarta</p>	99

**HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN INTENSITAS
MENGUNAKAN FACEBOOK PADA SISWA KELAS X DAN XI
SMAN 2 BANGUNTAPAN, BANTUL**

Pramitha Dwi Candra
Alfi Purnamasari
Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan facebook pada siswa kelas X dan XI SMAN 2 Banguntapan, Bantul. Sample penelitian terdiri atas 104 siswa yang terpilih dengan menggunakan *teknik cluster random sampling*.

Data diperoleh dengan menggunakan Skala Kebutuhan Afiliasi dan Skala Intensitas Menggunakan Facebook. Data kemudian dianalisis dengan metode analisis product moment dengan bantuan program SPSS 12.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,215$, dengan $p = 0,029$ ($p < 0,05$). Berdasarkan penggolongan atau pembagian ke dalam lima kategori tersebut, dapat terlihat bahwa distribusi frekuensi intensitas menggunakan *facebook* hasil penelitian adalah 15 subjek (14,42%) memiliki intensitas menggunakan facebook dalam kategori sangat tinggi, 81 subjek (77,89%) memiliki intensitas menggunakan facebook dalam kategori tinggi, 8 subjek (7,69%) memiliki intensitas menggunakan facebook dalam kategori sedang serta tidak ada subjek yang memiliki intensitas menggunakan facebook dalam kategori rendah maupun sangat rendah. Berdasarkan penggolongan atau pembagian ke dalam lima kategori tersebut, maka 46 subjek (44,23%) memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori sangat tinggi, 58 subjek (55,77%) memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori tinggi, serta tidak ada subjek yang memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori sedang, rendah dan sangat rendah. Hasil analisis data menunjukkan koefisien determinan yang diperoleh sebesar $r^2 = 0,046$ artinya sumbangan kebutuhan afiliasi terhadap intensitas menggunakan *facebook* pada remaja sebesar 4,6%, sehingga masih terdapat sumbangan sebesar 95,4% yang berasal dari variabel lain.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat korelasi positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook* pada remaja. Semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi pula intensitas menggunakan *facebook*. Semakin rendah kebutuhan afiliasi maka semakin rendah pula intensitas menggunakan *facebook*.

Kata kunci : kebutuhan afiliasi, intensitas menggunakan *facebook*
LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan jaman yang semakin modern terutama pada era globalisasi mengakibatkan pengguna *website* jejaringan sosial (*social networking*) belakang ini

sangat meningkat bahkan pengguna internet kecanduan dan menjadikan *website* ini sebagai hobi bahkan rutinitas dalam kesehariannya. *Website* ini memudahkan seseorang dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan teman di seluruh dunia. *Facebook* merupakan salah satu *website* yang sering dikunjungi oleh remaja saat ini.

Facebook adalah salah satu *website* jaringan sosial yang jumlah anggotanya meningkat tajam dalam waktu yang singkat, dibandingkan *website* sejenis dan dapat memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (*chat*), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan, dan lain-lain. *Facebook* oleh pembuatnya (Zuckerberg), digunakan untuk kegunaan sosial yang menghubungkan masyarakat dengan relasi sesuai dengan kerjanya, pendidikannya dan sekitarnya. Masyarakat menggunakan *facebook* untuk menjalin pertemanan, memajang photo, berbagi video, mencari relasi dan dapat juga digunakan mencari jodoh. Seseorang dapat memajang profilnya secara *online* dan dapat berhubungan antar pengguna lain yang memiliki hobi, latar belakang, pekerjaan, organisasi, atau pendidikan yang sama.

Facebook merupakan salah satu situs jejaring sosial (*social networking*) yang saat ini sudah mendunia. Bahkan Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya merupakan pengguna *facebook* terbanyak di dunia. *Facebook* bahkan sudah menjadi bagian kehidupan bagi sebagian kalangan. Kalangan yang paling akrab dengan *facebook* adalah kalangan remaja. Hampir seluruh remaja saat ini sudah memiliki akun *facebook* dan hampir mustahil seorang remaja tidak mengenal *facebook* samasekali.

Demam *Facebook* terjadi di seluruh dunia. Remaja pengguna aktif mengaksesnya setiap hari dari komputer, *notebook*, hingga telepon seluler. Remaja yang aktif menggunakan *facebook* mayoritas mempunyai banyak teman pada konten pertemanannya. *Facebook* kini menjadi situs wajib dikunjungi setiap harinya, dan tidak puas rasanya kalau tidak menyapa teman sesama *member*, atau sekadar mengomentari status, serta sangat mengasyikkan dapat melihat foto-foto teman terbaru, lalu menuliskan pendapat pada *boks* komentar.

Facebook memiliki beberapa kelebihan, yaitu : interaksi dengan jaringan teman-teman menggunakan *email* secara internal, berbagi pesan dan informasi secara *private*, dan diskusi secara terbuka, *facebook* dapat membuat dan menampilkan status yang mudah diperbaharui, obrolan/*chat* secara langsung, dapat menggunakan pesan suara (*voice messaging*) dan dapat dengan mudah terhubung dengan aplikasi *voice chatt skype*. Selain itu keunggulan *facebook* adalah memasukan dan berbagi video, juga dapat membuat album foto, dapat dengan cepat dan mudah menambahkan konten, juga dapat mengambil beberapa konten yang terdapat pada profil pengguna lain, memiliki dukungan aplikasi yang luas, baik aplikasi permainan, hiburan, maupun bisnis, dibanding situs sejenis seperti *MySpace* dan *Friendster*. Diawal tahun 2009, pengguna *faceboook* sudah mencapai 200 juta anggota yang terdiri dari beragam suku bangsa dan budaya. Berarti jumlah anggota *facebook* sudah hampir setara dengan jumlah penduduk Indonesia (Arifin, 2009).

TINJAUAN PUSTAKA

Intensitas dapat diartikan besar atau kekuatan tingkah laku: jumlah energi fisik yang dibutuhkan untuk merangsang salah satu indera, ukuran fisik dari energi atau data indera (Kartono dan Gulo, 2003). Ajzen (1991) mendefinisikan intensitas adalah besarnya usaha individu dalam melakukan tindakan. Chaplin (2005) mengartikan intensitas sebagai aspek kuantitatif perasaan dimana di dalamnya terlibat minat dan perhatian yang disertai banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai suatu aktivitas baru atau pengalaman batin seseorang

Intensitas menggunakan *facebook* itu sendiri merupakan tingkat keseringan seseorang dalam menggunakan *facebook* yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan. Menurut Ajzen (1991) aspek intensitas meliputi beberapa aspek yaitu : perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Perhatian merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang dilihat dan dialami, kemudian informasi tersebut dipahami, diamati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku menjadi target. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target.

Hasil penelitian Pempek, dkk (2009) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *facebook* sepanjang hari (frekuensi 4 hari/minggu dan durasi > 4 perjam/hari) menimbulkan ketergantungan yang menyebabkan terabaikannya peran sosial, serta menurunnya motivasi berprestasi dibidang akademik.

Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (West & Turner, 2007) faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas menggunakan *facebook* yaitu faktor kognitif, faktor afektif, integrasi personal, integrasi social serta pelepasan ketegangan yaitu untuk pelarian dan pengalihan. Pada faktor kognitif individu dapat untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Pada faktor afektif individu mendapatkan pengalaman emosional, menyenangkan atau estetis. Dalam integrasi personal individu akan mampu meningkatkan kredibilitas, percaya diri, dan status.

Katz, Gurevitch, dan Haas (West & Turner, 2007) mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi intensitas menggunakan *facebook* yaitu faktor kognitif dan afektif. Faktor kognitif yaitu untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman serta faktor afektif yaitu untuk mendapatkan pengalaman emosional, menyenangkan atau estetis, integrasi personal yaitu untuk meningkatkan kredibilitas, percaya diri, dan status. Integrasi sosial yaitu untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dan lainnya serta pelepasan ketegangan adalah untuk pelarian dan pengalihan.

Salah satu factor integrasi social adalah kebutuhan afiliasi, karena dengan kebutuhan afiliasi seseorang akan mampu meningkatkan hubungan dengan teman, keluarga dan pihak lain. Menurut Murray (Hall & Lindzey, 1993) kebutuhan adalah suatu konstruk yang mewakili suatu daya pada bagian otak, kekuatan yang mengatur persepsi, apersepsi, pemahaman, konasi dan kegiatan sedemikian rupa untuk mengubah situasi yang ada dan yang tidak memuaskan arah tertentu. Kebutuhan kadang-kadang langsung dibangkitkan oleh proses-proses internal tertentu tetapi lebih sering bila dalam keadaan siap oleh terjadinya salah satu dari sejumlah kecil tekanan yang secara umum efektif (pengaruh-pengaruh lingkungan). Kebutuhan

akan mengarahkan organisme dengan mencari atau menghindari, atau apabila bertemu, mengarahkan perhatian dan memberikan respon terhadap jenis-jenis tekanan tertentu. Setiap kebutuhan secara khas dibarengi oleh perasaan atau emosi tertentu dan akan memakai cara-cara tertentu untuk meningkatkan kecenderungannya. Kebutuhan itu mungkin lemah atau kuat, bersifat sementara atau tahan lama, tetapi biasanya kebutuhan bertahan lama dan menimbulkan serangkaian tingkah laku terbuka (atau fantasi) yang mengubah situasi permulaan sedemikian rupa untuk menghasilkan situasi akhir yang menenangkan (meredakan atau memuaskan) organisme.

Menurut Chaplin (2002) afiliasi adalah suatu kebutuhan akan pertalian perkawanan dengan orang lain, pembentukan persahabatan, ikut serta dalam kelompok-kelompok tertentu, bercinta dan melakukan kerja sama dengan orang lain. Sedangkan kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk menjalin hubungan dengan orang lain meskipun tidak saling mengenal. Kebutuhan ini bervariasi pada setiap individu dan situasi tertentu serta merupakan keinginan untuk bersama dengan orang lain, kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk bersama orang lain. Kebutuhan afiliasi adalah keinginan atau kebutuhan untuk berkumpul dan bergaul dengan orang-orang lain (Kartono, 2003).

Menurut Murray (Hall & Lindzey, 1993) kebutuhan afiliasi adalah mendekati diri, bekerja sama atau membalas ajakan orang lain yang bersekutu (orang lain yang menyerupai atau menyukai subjek), membuat senang dan mencari afeksi dari objek yang disukai, patuh dan setia kepada seorang kawan. Mc Clelland (Sarwono, 2002) mengemukakan bahwa salah satu aspek afiliasi adalah kebutuhan akan perbandingan sosial. Orang cenderung mencari orang lain bahkan orang asing untuk berkomunikasi mengenai apa yang terjadi, untuk membandingkan persepsi dan untuk mengambil keputusan mengenai apa yang harus dilakukan.

Menurut Mc Clelland (Sarwono, 2002) ada beberapa aspek kebutuhan berafiliasi tinggi, yaitu: berkelompok, bekerja sama atau interaksi, empati atau menerima orang lain. Aspek kebutuhan berkelompok didukung oleh keinginan mencari dukungan dari orang lain. Motif afiliasi tinggi akan menyebabkan individu menjalin hubungan dengan orang lain yang dapat memberikan dukungan terhadap dirinya sehingga dirinya akan menjaga jarak dengan orang lain yang dianggap bertentangan dengan dirinya. Hal ini ditandai dengan keinginan untuk selalu berhubungan dengan orang lain secara dekat dan hangat. Orang yang memiliki motif berafiliasi yang tinggi akan selalu mencari teman, lebih senang jika berada bersama-sama dan tidak suka sendirian. Aspek bekerja sama atau interaksi, dapat dilihat dengan adanya keinginan untuk selalu berhubungan sosial dengan orang lain yang berada di sekitarnya juga dikatakan orang tersebut lebih menyukai kegiatan yang dapat dilakukan bersama-sama dengan orang lain karena kegiatan tersebut memberikan individu kesempatan untuk melakukan interaksi dengan individu lainnya serta memelihara sikap setia terhadap teman atau keluarga. Empati atau menerima orang lain merupakan keinginan yang dimiliki oleh individu untuk menempatkan dirinya sesuai dengan kondisi dan perasaan orang lain.

Individu yang memiliki motif berafiliasi yang tinggi dalam memilih teman akan mencari teman yang memiliki persamaan dengan dirinya sehingga keberadaan dirinya dapat diterima oleh orang lain. Orang yang memiliki motif afiliasi yang tinggi akan berusaha untuk membuat orang lain senang dengan keberadaan dirinya,

sehingga dari usahanya tersebut akan diperoleh afeksi sebagai timbal baliknya. Individu awalnya berusaha untuk membuat orang lain senang dengan keberadaan dirinya, sehingga dari usahanya tersebut akan diperoleh afeksi sebagai timbal baliknya.

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Siswa SMA N 2 Banguntapan, Bantul, Yogyakarta yang memiliki alamat facebook dan aktif menjadi pemakai, Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 391 orang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive random sampling*. Berdasarkan proses sampling dapat diperoleh 104 siswa untuk digunakan sebagai sampel penelitian.

2. Alat Ukur

Alat ukur dalam penelitian ini berupa skala, yaitu Skala Kebutuhan Afiliasi dan Skala Intensitas Menggunakan *Facebook* yang masing-masing terdiri atas 60 aitem.

Berdasarkan hasil uji coba alat ukur, diperoleh data bahwa Skala Kebutuhan Afiliasi memiliki koefisien reliabilitas *alpha* (α) sebesar 0,932 dan Skala Kebutuhan Afiliasi memiliki koefisien reliabilitas (*rit*) sebesar 0,929.

3. Analisis

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari Pearson, yaitu untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook*. Asumsi yang harus dipenuhi adalah terlebih dahulu melakukan uji normalitas dan linieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment* (Pearson) menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,215$, dengan $p = 0,029$ ($p < 0,05$.) Hal tersebut menunjukkan terdapat korelasi positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook* pada remaja. Semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi pula intensitas menggunakan *facebook*. Semakin rendah kebutuhan afiliasi maka semakin rendah pula intensitas menggunakan *facebook*.

Menurut Rowe (Baron & Byrne, 2003) sebagian besar hidup individu dihabiskan untuk berinteraksi dengan orang lain, dengan kecenderungan untuk berafiliasi yang memiliki dasar neobiologis. Baumeister & Leary (Baron & Byrne, 2003) menyatakan kebutuhan untuk membina hubungan dengan orang lain merupakan hal yang mendasar bagi kebutuhan, sama seperti lapar dan haus sebagai tampilan fisik kita.

Facebook digunakan oleh seseorang untuk menjalin hubungan dengan orang lain yang dapat memberikan dukungan terhadap dirinya. Ketertarikan remaja

dengan objek tertentu yang menjadi target perilaku berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang dilihat, dialami, kemudian informasi tersebut dipahami, diamati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan, serta banyaknya perilaku menjadi target. Adanya keinginan atau kebutuhan untuk berkumpul dan bergaul dengan mendekati diri, bekerja sama atau membalas ajakan orang lain yang bersekutu (orang lain yang menyerupai dan menyukai subjek), membuat senang dan mencari afeksi dari objek yang disukai serta patuh dan setia terhadap seorang kawan atau orang lain sehingga besarnya usaha remaja yang di dalamnya melibatkan perasaan, minat, dan kesadaran dalam menggunakan situs jaringan sosial *facebook*.

Aspek berkelompok dalam kebutuhan afiliasi akan dapat meningkatkan ketertarikan remaja terhadap situs jejaringan sosial *facebook* yang menjadi target perilaku, serta pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang dilihat dan dialami, mengakibatkan lamanya selang waktu dan banyaknya pengulangan yang dibutuhkan remaja untuk menggunakan *facebook* sehingga adanya keinginan untuk selalu berhubungan sosial dengan orang lain yang menggunakan *facebook*.

Aspek kerjasama dalam kebutuhan afiliasi akan dapat meningkatkan intensitas menggunakan *facebook* pada remaja, dimana remaja mencari teman yang memiliki persamaan dengan dirinya sehingga keberadaan dirinya dapat diterima oleh orang lain, membutuhkan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang dilihat dan dialami, Ketertarikan remaja terhadap situs jejaringan sosial *facebook* yang menjadi target perilaku, mengakibatkan lamanya selang waktu dan banyaknya pengulangan yang dibutuhkan remaja untuk menggunakan *facebook*. Individu menggunakan *Facebook* dalam mencari teman yang memiliki persamaan dengan dirinya dan keberadaannya dapat diterima oleh orang lain serta menjalin kerjasama.

Aspek empati dalam kebutuhan afiliasi dapat meningkatkan intensitas menggunakan *facebook* pada remaja Remaja yang ingin bermpati dengan dengan orang lain berusaha untuk meningkatkan intensitas serta durasinya di dalam menggunakan *facebook*. Selain itu ia juga akan lebih meningkatkan perhatian serta penghayatannya saat menggunakan *facebook* tersebut, sehingga adanya perasaan senang terhadap kegiatan menggunakan *facebook* yang dapat mendorong remaja menggunakan *facebook* secara berulang-ulang.

Berdasarkan penggolongan atau pembagian ke dalam lima kategori tersebut, dapat terlihat bahwa distribusi frekuensi intensitas menggunakan *facebook* hasil penelitian adalah 15 subjek (14,42%) memiliki intensitas menggunakan *facebook* dalam kategori sangat tinggi, 81 subjek (77,89%) memiliki intensitas menggunakan *facebook* dalam kategori tinggi, 8 subjek (7,69%) memiliki intensitas menggunakan *facebook* dalam kategori sedang serta tidak ada subjek yang memiliki intensitas menggunakan *facebook* dalam kategori rendah maupun sangat rendah.

Berdasarkan penggolongan atau pembagian ke dalam lima kategori tersebut, maka 46 subjek (44,23%) memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori sangat tinggi, 58 subjek (55,77%) memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori tinggi, serta tidak ada subjek yang memiliki kebutuhan afiliasi dalam kategori sedang, rendah dan sangat rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook*. Semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi intensitas menggunakan *facebook* sebaliknya semakin rendah, kebutuhan afiliasi maka semakin rendah pula intensitas menggunakan *facebook*.

Kesimpulan penelitian lainnya adalah sebagian besar subjek penelitian memiliki intensitas menggunakan *facebook* dalam kategori tinggi serta kebutuhan afiliasi dalam kategori tinggi. Sumbangan efektif kebutuhan afiliasi dalam meningkatkan intensitas menggunakan *facebook* sebesar 4,6 %.

Berdasarkan hasil penelitian, bagi peneliti selanjutnya agar melibatkan variabel lain sebagai kontrol karena intensitas menggunakan *facebook* tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan afiliasi, sehingga dapat membantu dalam perkembangan kajian ilmu psikologi.

Bagi remaja disarankan agar bisa memaksimalkan dalam penggunaan *facebook* untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain ataupun kegunaan positif lainnya, namun intensitasnya jangan terlalu tinggi, karena dapat memiliki dampak negatif.

Pihak sekolah diharapkan bisa memanfaatkan *facebook* sebagai sarana informasi bagi warga sekolah maupun warga di luar sekolah mengingat hampir semua siswa memanfaatkan *facebook* sebagai sarana komunikasi dan interaksi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, 1991. *Attitude, Personality and Behavior*. Milton Keynes : Open University.
- Arifin, H. 2009. *Nongkrong Asyik di Internet dengan Facebook*. Yogyakarta : Mediakom.
- Baron, D & Byrne, A.R. 2003. *Sosiologi Sosial*. Edisi Ke Sepuluh. Jilid 4. Jakarta : Erlangga.
- Chaplin, J.P. 2002. *Kamus Lengkap Psikologi*. Penerjemah : Kartini Kartono. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Hall, S.C & Lindzey. 2003. *Psikologi Kepribadian 2. Teori-teori Holistik Organismik Fenomenologis*. Yogyakarta : Kanisius.
- Kartono, K & Dali, G. 2003. *Kamus Psikologi*. Bandung : Pionor Jaya.
- Pempek, dkk. 2009. College Students Social Networking Experience on Facebook. *Journal of Aplied Developmental Psychology*. Vol. 30.
- Sarwono, S. 2002. *Berkenalan dengan Aliran-aliran dan Tokoh-tokoh Psikologi*. Jakarta : Bulan Bintang.
- West, R & Turner, L.H. 2007. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.