

HUBUNGAN ANTARA KESEPIAN DENGAN *SELFIE-LIKING* PADA MAHASISWA

Evina Krisnawati, Christiana Hari Soetjningsih

Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
Jl. Diponegoro 52–60 Salatiga 50711 Jawa Tengah

evinakrisnawati@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the relationship between loneliness and selfie-liking. The hypothesis of this research is that there is a positive relationship between loneliness and selfie-liking among college students. This research used correlational quantitative methods. Participants in this research was 64 students, which was taken by purposive sampling technique, with inclusive criteria: like to do selfie and in the last month post the selfie photos to social media as much as 4-6 times. Data were collected using the Loneliness Scale from UCLA Version 3 and selfie-liking measured by Selfie-Liking Scale. The correlation was analyzed using the Spearman Correlation Test with SPSS 23 for Windows. The results showed there was a positive and significant relationship between loneliness and self-liking ($r=0.297$; $p=0.009$) which means the higher loneliness, the higher selfie-liking.

Keywords: loneliness; selfie-liking; college student

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kesepian dengan *selfie-liking*. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Partisipan dalam penelitian ini adalah 64 mahasiswa yang didapatkan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria menyukai *selfie* dan dalam sebulan terakhir mengunggah foto *selfie* ke media sosial sebanyak 4-6 kali. Data dikumpulkan dengan menggunakan Skala Kesepian dari *UCLA Version 3* dan *selfie-liking* diukur dengan Skala *Selfie-Liking*. Analisis data menggunakan korelasi *Spearman* dengan bantuan program *SPSS 23 for Windows*. Hasil menunjukkan ada hubungan positif dan signifikan antara kesepian dengan *selfie-liking* ($r=0,297$; $p=0,009$). Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi rasa kesepian maka semakin tinggi *selfie-liking*.

Kata kunci: kesepian; *selfie-liking*; mahasiswa

PENDAHULUAN

Fenomena *selfie* atau dikenal sebagai swafoto beberapa tahun terakhir menjadi tren. Menurut Charoensukmongkol (2016), *selfie* adalah foto potret diri yang diambil menggunakan kamera digital atau kamera telepon. Mengambil foto *selfie* telah menjadi kegiatan yang populer di mana individu melakukannya untuk menampilkan diri ke publik. Individu biasanya mengirimkan (*posting*) foto *selfie* ke situs jejaring sosial seperti *facebook* dan *instagram*, dan membagikannya pada teman-teman yang ada dalam jejaring

sosial tersebut. Pada tahun 2014, diperkirakan ada lebih dari 17 juta foto *selfie* diunggah ke media sosial setiap minggunya dan ada lebih dari 24 miliar foto *selfie* tersimpan di server *google* pada tahun 2015 (Gray, 2016).

Individu yang menyukai *selfie* dalam sebulan dapat mengirimkan foto *selfie* ke media sosial rata-rata sebanyak 4-6 kali (Borelli, 2016). Hampir sepertiga dari semua foto *selfie* diambil oleh individu yang berusia antara 18-24 tahun dan sampai saat ini lebih dari 300 juta foto *selfie* telah dikirimkan di *instagram*.

Diperkirakan bahwa generasi milenium rata-rata akan menghabiskan waktu sekitar satu jam seminggu untuk mengambil hingga 25.700 foto *selfie* dalam hidupnya (Samsung, 2016). Hasil survei awal berupa wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga didapatkan hasil bahwa 70% mahasiswa suka berfoto *selfie* dan 67% sering mengirim foto *selfie*-nya yaitu 4-6 kali atau lebih ke situs jejaring sosial dalam sebulan terakhir.

Individu melakukan foto *selfie* dengan tujuan untuk menghibur diri atau untuk mengisi waktu luang dan ingin mendapat perhatian dari orang lain (Yulistara, 2014a). Menurut Houghton (dalam Widiani, 2013) seseorang yang secara berkala mengirimkan foto *selfie*-nya di media sosial berisiko membahayakan dirinya di kehidupan nyata. Hal ini dapat berpotensi memperburuk hubungan sosialnya atau membuat pengunggah foto kurang disukai orang lain dikarenakan tidak semua orang berhubungan baik dengan orang yang mem-*posting* foto *selfie*-nya. Menyebarkan foto *selfie* ke media sosial juga dapat berisiko mengundang kejahatan, membuat pekerjaan terbengkalai, mengganggu orang lain, memengaruhi pikiran orang lain yang melihat, dan meningkatkan risiko *picture exchange affair* (Yulistara, 2014b).

Selfie-liking adalah sejauh mana individu merasa terhubung secara emosional untuk melakukan *selfie* dan mengintegrasikannya ke dalam kegiatan sehari-hari. Indikator *selfie-liking* adalah: a) menikmati kegiatan mengambil foto *selfie*; b) merasa bahwa mengambil foto *selfie* merupakan kegiatan yang penting dalam kehidupan sehari-hari; c) selalu mencari tempat di mana dapat mengambil foto *selfie* (Charonsukmongkol, 2016).

Selfie-liking dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu narsisme, *attention-seeking*

behavior, *self-centered behavior*, kesepian, usia, gender, intensitas penggunaan media sosial, *friendliness*, dan *peer pressure* (Charoensukmongkol, 2016). Sejauh penelusuran penulis pada beberapa jurnal, belum banyak penelitian tentang hubungan *selfie liking* dan faktor-faktor yang memengaruhinya, terutama berkaitan dengan kesepian. Ada satu penelitian yang telah dilakukan oleh Charoensukmongkol (2016) dengan judul “*Exploring Personal Characteristics Associated with Selfie-Liking*” dengan sampel mahasiswa sarjana dan pascasarjana di Bangkok, Thailand, yang mengungkapkan hasil bahwa ada hubungan positif antara *selfie-liking* dengan kesepian.

Menurut Russell (dalam Lou, Yan, Nickerson, & McMorris, 2012) kesepian didefinisikan sebagai hubungan sosial yang tidak sesuai dari apa yang diinginkan atau dicapai, termasuk perasaan gelisah, tertekan, dan persepsi kurangnya hubungan sosial pada diri seseorang. Adapun aspek kesepian menurut Russell (1980) yang digunakan sebagai dasar penyusunan UCLA *Loneliness Scale* adalah, a) *Trait loneliness* yaitu adanya pola yang lebih stabil dari perasaan kesepian yang terkadang berubah dalam situasi tertentu, atau individu yang mengalami kesepian karena disebabkan kepribadian mereka. Kepribadian yang dimaksud adalah seseorang yang memiliki kepercayaan yang kurang dan ketakutan akan orang asing, b) *Social desirability loneliness* yaitu terjadinya kesepian karena individu tidak mendapatkan kehidupan sosial yang diinginkan pada kehidupan di lingkungannya, c) *Depression loneliness* yaitu terjadinya kesepian karena terganggunya perasaan seseorang seperti perasaan sedih, murung, tidak bersemangat, merasa tidak berharga dan berpusat pada kegagalan yang dialami oleh individu.

Individu yang merasa kesepian dapat menurunkan derajat kesepiannya dengan

cara melakukan kontak sosial (Peplau & Perlman, dalam Serra, 2015). Kemajuan teknologi memungkinkan kontak sosial dilakukan dengan memanfaatkan situs jejaring sosial yang kini sangat mudah diakses melalui ponsel cerdas. Penelitian yang ada menunjukkan bahwa kesepian berhubungan kuat dengan intensitas kegiatan jejaring sosial, terutama dalam hal mengirim dan berbagi informasi (Lou dkk, 2012; Skues, William, & Wise, 2012). Jumlah waktu yang dihabiskan secara teratur di situs jejaring sosial ditemukan sebagai faktor yang sangat menjelaskan intensitas individu dalam mengirimkan foto *selfie* (Fox & Rooney, 2015; Lou dkk, 2012; Weiser, 2015). Dari temuan tersebut, dapat dilihat bahwa kesepian membuat individu lebih sering terlibat dalam kegiatan di jejaring sosial termasuk membagikan foto *selfie* (Lou dkk, 2012). Berkaitan dengan temuan tersebut, Charoensukmongkol (2016) melakukan penelitian analisis faktor *selfie-liking* dan memberikan bukti tambahan bahwa individu yang gemar mengambil foto *selfie* kemudian membagikannya di situs jejaring sosial ternyata memiliki tingkat kesepian yang lebih tinggi.

Dari penelusuran peneliti terhadap beberapa penelitian terdahulu selain yang dilakukan oleh Charoensukmongkol (2016), belum ada yang mengkaitkan *selfie* dengan kesepian, *selfie* lebih banyak dikaitkan dengan narsisme, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fox dan Rooney (2015) yang menemukan bahwa ada hubungan yang kuat antara narsisme dan jumlah foto *selfie* yang di-*posting*. Lalu Weiser (2015) yang menemukan bahwa frekuensi *selfie-posting* sangat terkait dengan dimensi narsisme yaitu *leadership* atau *authority* dan *grandiose exhibitionism*. Sorokowski, Sorokowska, Oleszkiewicz, Frackowiak, Huk, & Pisanski (2015) juga meneliti tentang *selfie* dan menemukan adanya hubungan antara skor narsisme secara keseluruhan dengan

selfie-posting lebih kuat untuk laki-laki dari pada untuk perempuan.

Sementara itu, penelitian terdahulu tentang hubungan antara kesepian dengan *selfie-liking* yang dilakukan oleh Charoensukmongkol (2016) masih memerlukan penelitian lebih lanjut, karena pada penelitian tersebut hanya menggunakan aitem alat ukur yang sangat minim, di mana alat ukur yang digunakan mengukur banyak variabel lain selain kesepian dan *selfie-liking* sehingga pengukuran hubungan antara kesepian dan *selfie-liking* kurang spesifik. Oleh karena itu, berdasarkan uraian yang telah dipaparkan penulis ingin membuktikan adanya hubungan antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa.

Hipotesis dari penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa. Makin tinggi rasa kesepian maka makin tinggi *selfie-liking*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa.

METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Proses pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari 2017. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi UKSW Salatiga yang berjumlah 64 orang (28 laki-laki dan 36 perempuan). Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi UKSW Salatiga yang menyukai *selfie* dan dalam sebulan terakhir mem-*posting* foto *selfie* ke media sosial sebanyak 4 - 6 kali.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kesepian dalam penelitian ini adalah Skala Kesepian dari *UCLA Version 3* yang dikembangkan oleh Russell (1996). Terdiri

dari 20 aitem ($\alpha = 0,865$) yang telah penulis sesuaikan dan terjemahkan dalam Bahasa Indonesia. *Selfie-liking* diukur dengan menggunakan Skala *Selfie-liking* ($\alpha = 0,909$) yang disusun oleh peneliti yang terdiri dari 32 aitem berdasarkan indikator *selfie-liking* dari Charoensukmongkol (2016), yaitu menikmati kegiatan mengambil *selfie*, merasa bahwa mengambil foto *selfie* merupakan kegiatan yang penting dalam kehidupan sehari-hari, selalu mencari tempat di mana dapat mengambil foto *selfie*, dan marah jika dicegah dari kegiatan mengambil foto *selfie*. Menurut Kaplan & Saccuzzo (2013) standar reliabilitas yang baik adalah 0,8. Maka dapat dikatakan bahwa Skala Kesepian dan Skala *Selfie-liking* ini memiliki reliabilitas yang baik.

Untuk melihat hubungan antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa dilakukan uji korelasi *Spearman* dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis deskriptif diperoleh skor kesepian minimum 34 dan maksimum 58 ($M = 45,28$, $SD = 7,063$). Skor *selfie-liking*, minimum 58 dan maksimum 102 ($M = 85,62$, $SD = 10,648$).

Dari hasil kategorisasi diperoleh data bahwa terdapat 6 mahasiswa (9,38%) yang kesepiannya ada pada kategori tinggi, 29 mahasiswa (45,31%) ada pada kategori cukup dan 29 mahasiswa (45,31%) ada pada kategori rendah. Pada variabel *selfie liking* terdapat 25 mahasiswa (39,06%) ada pada kategori tinggi, 35 mahasiswa (54,69%) ada pada kategori cukup dan 4 mahasiswa (6,26%) ada pada kategori rendah.

Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan menggunakan *Spearman Correlation Test*, diperoleh nilai $r=0,297$; $p=0,009$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang

berbunyi ada hubungan positif antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa dapat diterima. Arah korelasi yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesepian, maka semakin tinggi pula tingkat *selfie-liking*. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kesepian, maka semakin rendah pula tingkat *selfie-liking*-nya.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar (45,31%) mahasiswa tingkat kesepiannya ada pada kategori cukup dan sebagian besar lainnya (45,31%) pada kategori rendah. Sedangkan untuk tingkat *selfie-liking*-nya sebagian besar (54,69%) ada pada kategori cukup.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa ada kesesuaian dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Charoensukmongkol (2016) yang menemukan bahwa individu yang gemar mengambil foto *selfie* kemudian membagikannya di situs jejaring sosial ternyata memiliki tingkat kesepian yang lebih tinggi. Mengambil foto *selfie*, memungkinkan individu untuk mendapatkan kontrol penuh dari apa yang orang lain lihat dalam fotonya, mereka yang menyukai *selfie* tidak jarang menghabiskan waktu untuk mengedit foto *selfie*-nya dan kemudian mem-postingkannya ke media sosial dengan harapan bahwa orang lain yang melihat foto *selfie*-nya menjadi terkesan dan kemudian mau memberi umpan balik. Umpan balik yang didapat ini memungkinkan individu untuk merasa secara sosial terhubung dengan orang lain (Weiser, 2015).

Individu yang kesepian cenderung ingin melakukan kontak sosial agar terhubung dengan orang lain guna mengurangi rasa kesepiannya (Peplau & Perlman, dalam Serra, 2015). Interaksi sosial yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah melalui situs jejaring sosial, yaitu melalui komentar atau umpan balik yang didapat

pada foto *selfie* yang telah di-*posting*-kan karena orang lain terkesan dengan foto *selfie* tersebut. Dari uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa individu dengan tingkat kesepian yang lebih tinggi cenderung melaporkan *selfie-liking* di tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang dengan tingkat kesepian yang lebih rendah.

Dari hasil perhitungan lebih lanjut, didapatkan bahwa $r^2 = 0,088$ yang berarti variabel kesepian memberikan sumbangan sebesar 8,8%. Hal ini juga menunjukkan bahwa 91,2% tingkat *selfie-liking* dipengaruhi oleh faktor lain. Adanya faktor lain yang berpengaruh terhadap *selfie-liking* ini dibuktikan dengan adanya penelitian terdahulu, seperti penelitian dari Fox dan Rooney (2015) yang menemukan bahwa ada hubungan yang kuat antara narsisme dan jumlah foto *selfie* yang di-*posting*. Lalu Weiser (2015), yang menemukan bahwa frekuensi *selfie-posting* sangat terkait dengan dimensi narsisme yaitu *leadership* atau *authority* dan *grandiose exhibitionism*. Sorokowski dkk (2015) menemukan adanya hubungan antara skor narsisme secara keseluruhan dengan *selfie-posting* lebih kuat untuk laki-laki dari pada untuk perempuan. Charoensukmongkol (2016) juga mengungkapkan hasil bahwa *selfie-liking* dipengaruhi oleh banyak faktor lain selain kesepian, seperti narsisme, *attention-seeking behavior*, *self-centered behavior*, usia, gender, intensitas penggunaan media sosial, *friendliness*, dan *peer pressure*.

Dari hasil penelitian ini, dapat diberikan saran bagi beberapa pihak. Bagi mahasiswa dan pelaku *selfie*, dalam penelitian ini ditemukan bahwa kesepian memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan *selfie-liking*. Maka disarankan bagi mahasiswa dan pelaku *selfie* untuk melakukan evaluasi diri terhadap perilaku *selfie* yang dilakukan terutama apabila perilaku *selfie* sampai merugikan diri sendiri atau orang lain. Apabila perilaku *selfie* yang dilakukan

disebabkan karena kesepian, sebaiknya mahasiswa maupun pelaku *selfie* dapat mencegah diri dari perilaku *selfie* yang berisiko dan merugikan orang lain, serta melakukan upaya lain untuk meminimalisir rasa kesepiannya dengan kegiatan lain yang lebih bermanfaat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan maupun modifikasi terhadap penelitian ini baik dengan pokok bahasan yang sama namun dengan menambah sampel atau menggunakan sampel yang berbeda maupun dengan memperluas dari segi metode, teori, maupun alat ukur yang digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kesepian dengan *selfie-liking* pada mahasiswa ($r=0,297$; $p=0,009$).

DAFTAR PUSTAKA

- Borelli, L. (2016, November). Selfie addiction: People who post self-portraits on social media are extroverted, social exhibitionists. *Medical Daily*. Diakses dari: <http://www.medicaldaily.com/selfie-addiction-people-who-post-self-portraits-social-media-are-extroverted-social-361504> pada tanggal 30 Oktober 2016.
- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(2), article 7. doi: 10.5817/cp2016-2-7.
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165. doi: 10.1016/j.paid.2014.12.017.

- Gray, R. (2016, Juni). What a vain bunch we really are! 24 billion *selfies* were uploaded to google last year. *Daily Mail*. Diakses dari: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3619679/What-vain-bunchreally24-billions-selfies-uploaded-Google-year.html> pada tanggal 8 Oktober 2016.
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2013). *Psychological testing - principles, application, and issues*. (8th ed.). Belmont: Wadsworth Cengage.
- Lou, L. L., Yan, Z., Nickerson, A., & McMorris, R. (2012). An examination of the reciprocal relationship of loneliness and facebook use among first-year college students. *Journal of Educational Computing Research*, 46(1), 105-117.
- Russell, D., Peplau, L.A., & Cutrona, C.E. (1980). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 472-480.
- Russell, D.W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure. *Journal of Personality Assessment*, 66, 20-44.
- Samsung. (2016, April). Samsung *selfie* campaign wins african excellence award. *Samsung*. Diakses dari: <http://www.samsung.com/za/news/local/samsung-selfie-campaign-wins-african-excellence-award> pada tanggal 10 Oktober 2016.
- Serra, M. M. O. (2015). Spiritualitas pada remaja panti asuhan yang mengalami kesepian. *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana.
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414-2419. doi: 10.1016/j.chb.2012.07.012.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123-127. doi: 10.1016/j.paid.2015.05.004.
- Weiser, E. B. (2015). Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86, 477-481. doi: 10.1016/j.paid.2015.07.007.
- Widiani, R. (2013, Desember). Efek positif dan negatif terlalu sering narsis di media sosial. *Tribun Kesehatan*. Diakses dari: <http://www.tribunnews.com/kesehatan/2013/12/18/efek-positif-dan-negatif-terlalu-sering-narsis-di-media-sosial> pada tanggal 21 Mei 2017.
- Yulistara, A. (2014a, Februari). Pamer foto selfie di media sosial, adakah manfaatnya? ini kata psikolog. *Wolipop*. Diakses dari: <http://wolipop.detik.com/read/2014/02/07/112832/2490100/852/pamer-foto-selfie-di-media-sosial-adakah-manfaatnya-ini-kata-psikolog> pada tanggal 8 Oktober 2016.
- Yulistara, A. (2014b, Februari). Hati-hati! 5 dampak buruk yang bisa terjadi karena pamer foto selfie. *Wolipop*. Diakses dari: <http://wolipop.detik.com/read/2014/02/07/130826/2490218/852/hati-hati-5-dampak-buruk-yang-bisa-terjadi-karena-pamer-foto-selfie> pada tanggal 21 Mei 2017.