

# **Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap *Need To Belong* pada Alumni SMK Telkom Malang Angkatan 16**

**Yenny Tria Ayu Puspita**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap *need to belong* pada alumni SMK Telkom Malang Angkatan 16. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi alumni SMK Telkom Malang Angkatan 16. Metode pengambilan sampel dengan metode *purposif sampling* berjumlah 70 responden. Peneliti menggunakan alat ukur yang dimodifikasi dari *The Facebook Intensity Scale* milik Ellison, Steinfield, & Lampe (2007) untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial dan alat ukur yang diterjemahkan dari *Need to Belong Scale* yang dikembangkan oleh Baumeister & Leary (2013). Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan Uji-T diperoleh t hitung (4,354) > t tabel (1,995) dan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ), hal ini menunjukkan ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap *need to belong* pada alumni SMK Telkom Malang Angkatan 16. Jika tingkat intensitas penggunaan media sosial positif maka *need to belong* tinggi. Hasil  $R^2$  sebesar 0.218 hal ini berarti intensitas penggunaan media sosial memberikan kontribusi sebesar 21.8% terhadap *need to belong* sedangkan sisanya sebesar 78.2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci : intensitas penggunaan media sosial, *need to belong*, dewasa awal.

***THE EFFECT OF INTENSITY OF SOCIAL MEDIA  
USAGE ON NEED TO BELONG IN ALUMNI SMK  
TELKOM MALANG ANGKATAN 16***

**Yenny Tria Ayu Puspita**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine whether there is Influence Intensity of Social Media Use to Need To Belong in Early Adulthood. The method used is quantitative with population of alumni SMK Telkom Malang 16<sup>th</sup>. Sampling method with purposive sampling amounted to 70 respondents. The researchers used a modified measuring tool from The Facebook Intensity Scale of Ellison, Steinfield, & Lampe (2007) to measure the intensity of social media usage and measuring tools translated from the Need to Belong Scale developed by Baumeister & Leary (2013). Data analysis technique used Simple Regression.*

*The result showed that T-Test was obtained  $t$ -hitung (4,354) >  $t$ -tabel (1,995) and significance 0,000 ( $p < 0,05$ ), this indicate there is effect of intensity of social media usage on need to belong at alumni of SMK Telkom Malang 16<sup>th</sup>. If the level of intensity of social media usage is high then the need to belong is high. The result of  $R^2 = 0.218$  means that the intensity of social media usage contributes 21.8% on need to belong while the rest of 78.2% is influenced by other factors.*

*Keywords: intensity of social media usage, need to belong, early adult.*