

HUBUNGAN ANTARA PRESENTASI DIRI *ONLINE* DENGAN PERILAKU ADIKTIF PENGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA WANITA MILENIAL DI BOGOR

Nia Siti Chaerani

Universitas Mercu Buana

ABSTRAK

Presentasi diri *online* merupakan penampilan diri seseorang dengan menggunakan foto, pembaruan status, dan postingan di beranda pada media sosialnya untuk menampilkan citra diri dengan aspek yang berbeda dari diri/*self*. Sedangkan adiksi media sosial adalah perilaku kecanduan jejaring sosial dengan didorong keinginan yang kuat untuk mengaksesnya secara berlebihan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa hubungan antara presentasi diri online dengan perilaku adiktif penggunaan media sosial pada wanita milenial di Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif pendekatan korelasional, Sumber data penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari hasil data kuesioner dan kajian pustaka. Populasi yang digunakan seluruh wanita milenial berdomisili di wilayah kabupaten Bogor dan pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster random sampling*, terkumpul 215 orang responden. Skala yang digunakan untuk IV yaitu *Self Presentation on Facebook Questioannaire* (SPFBQ) oleh Michikyan *et al.* (2014). Sedangkan skala untuk DV adalah *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) oleh Andreassen *et al.* (2016). Teknik analisa data dengan metode uji *non-parametric* menggunakan korelasi *spearman* karena data dari kedua variabel berdistribusi tidak normal. Untuk hasil penelitian uji korelasi tiap dimensi IV terhadap variabel DV diperoleh hasil bahwa ketiga dimensi presentasi diri online memiliki korelasi positif yang signifikan *moderate* terhadap variabel adiksi media sosial. Semakin sering wanita milenial melakukan *real self- presentation* maka semakin tinggi tingkat adiksi media sosialnya. Sedangkan jika wanita milenial semakin jarang melakukan *false self presentation* dan *ideal self presentation* di media sosialnya maka tingkat adiksi media sosialnya cenderung rendah.

Kata kunci: persentasi diri online, media sosial, adiksi media sosial,

THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE SELF-PRESENTATION AND ADDICTIVE BEHAVIORS OF SOCIAL MEDIA USE IN MILLENNIAL WOMEN IN BOGOR

Nia Siti Chaerani

Mercu Buana University

ABSTRACT

Online self-presentation is the appearance of one's self by using photos, status updates, and posts on the homepage on social media to present a self-image with a different aspect of the self. Social media addiction is a social network addiction behavior driven by a strong desire to access it excessively. This study was conducted to analyze the relationship between online self-presentation and the social media addiction. The research method used is a quantitative research with a correlational approach. The data source uses primary data derived from the results of questionnaire and literature review. The population used is all millennial women who live in the Bogor district with using a cluster random sampling technique and collected 215 respondents. The scale used for IV is Self Presentation on Facebook Questioannaire (SPFBQ) by Michikyan et al. (2014). The scale for DV is the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) by Andreassen et al. (2016). Data analysis technique with non-parametric test by Spearman correlation because the data from the two variables are not normally distributed. The results of the correlation test for each dimension of IV to the DV variable showed that all dimensions of online self-presentation had a moderately significant positive correlation with the social media addiction variable. The more often respondents do real self-presentation, the higher level of social media addiction and if respondents rarely do false self and ideal self presentations on their social media then the lower level of social media addiction

Keywords: *online self-presentation, social media, social media addiction.*

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A