

Pengaruh Kepribadian Tinjauan Big Five Personality Theory dengan Adiksi Instagram

Azka Faradisa Putri, Fanni Putri Diantina

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

azkafaradisa@gmail.com

Abstract—High school students in Bandung have a tendency to experience addiction on Instagram. Personality is an important determinant of addiction behavior. Pre-survey results show high school students in Bandung showing six characteristics of Instagram addiction. They also show diverse personalities, where each personality has the opportunity to experience Instagram addiction. This research used quantitative methods and cluster random sampling method with 414 students in four high schools in Bandung. The measuring instrument used is BFI-28, which was adapted by Ramdhani (2012), and a measure of social media addiction modified by Halimah & Dwita (2019). The analysis technique used multiple linear regression test. The neuroticism personality with Instagram addiction shows the strongest predictor, $b = 0.473$ with $\text{sig} = 0.000 < 0.05$. Meanwhile, agreeableness personality with Instagram addiction shows the weakest predictor, $b = -0.147$ with $\text{sig} = 0.000 < 0.05$. 144 respondents (34.8%) experienced high category Instagram addiction, 106 respondents (25.6%) experienced low category, and 164 respondents (39.6%) didn't experience Instagram addiction.

Keywords—Personality, The Big Five Personality, Addiction, Instagram.

Abstrak—Siswa SMA di Kota Bandung memiliki kecenderungan mengalami adiksi Instagram. Kepribadian merupakan faktor penting penentu perilaku adiksi. Hasil pra-survey, siswa SMA di Kota Bandung menunjukkan enam ciri-ciri adiksi Instagram. Mereka juga menunjukkan kepribadian yang beragam, dimana tiap kepribadian tersebut memiliki peluang untuk mengalami adiksi Instagram. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan cluster random sampling dan jumlah subjek 414 siswa pada empat SMA Kota Bandung. Alat ukur yang digunakan yaitu BFI-28 yang diadaptasi oleh Ramdhani (2012), dan alat ukur SMD scale yang dimodifikasi oleh Halimah & Dwita (2019). Teknik analisis yang digunakan adalah Uji regresi linier berganda. Kepribadian neuroticism dengan adiksi Instagram menunjukkan pengaruh yang paling kuat yakni $b = 0,473$ dengan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$. Sedangkan, kepribadian agreeableness dengan adiksi Instagram menunjukkan pengaruh paling lemah yakni $b = -0,147$ dengan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$. 144 responden (34,8%) mengalami adiksi Instagram kategori tinggi, sebanyak 106 responden (25,6%) kategori rendah, dan 164 responden (39,6%) tidak mengalami adiksi Instagram.

Kata Kunci—Kepribadian, The Big Five Personality, Adiksi, Instagram.

I. PENDAHULUAN

Hadirnya media sosial Instagram memberikan dampak positif dan negatif. Salah satu dampak negatif Instagram jika digunakan secara berlebihan maka dapat menyebabkan seseorang mengalami adiksi Instagram. Salah satu faktor penting yang menyebabkan seseorang menjadi adiksi media sosial yaitu kepribadian (Weibel et al., 2010). Beberapa peneliti telah mengaitkan big five personality dengan adiksi media sosial maupun adiksi internet, sebagaimana Celik dan Basal (2012) menyatakan bahwa openness to experience dan neuroticism memiliki pengaruh positif dengan adiksi internet, namun berpengaruh negatif terhadap conscientiousness, agreeableness, dan extraversion. Disisi lain, Andersson et al. (2018) mengatakan hal sebaliknya bahwa orang dengan kepribadian extraversion akan lebih banyak menggunakan Instagram.

Indonesia adalah negara pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik, dimana Instagram memegang peringkat paling buruk untuk kesehatan mental anak muda dan 49% netizen Indonesia pernah mengalami bullying di media sosial, dimana Instagram menjadi media cyber-bullying nomor satu (tekno.kompas.com). Valkenburg et al. (2011) juga menyatakan bahwa remaja dapat dengan cepat mengadopsi teknologi baru dan diperkirakan paling rentan terhadap kemungkinan negatif yang ditimbulkan akibat pengaruh teknologi tersebut. Selain itu, survey APJII juga menunjukkan bahwa usia 15 hingga 19 tahun adalah pengguna internet paling banyak di Indonesia, dimana usia tersebut tergolong remaja.

Nyatanya dampak negatif dari media sosial Instagram juga terjadi pada siswa SMA, dimana terjadi perang kata-kata di media sosial yang menyebabkan pelajar SMA di Bandung menganiaya temannya dan berakibat korban yang dianiaya mengalami beberapa luka dan harus mendapat perawatan (news.detik.com). Selain itu, terdapat pula salah satu kasus saling mengolok-olok di media sosial yang menyebabkan perusakan salah satu SMA negeri di Kota Bandung, hal tersebut menjadi dampak negatif dari penggunaan media sosial pada siswa SMA selaku remaja di Kota Bandung (bandung.kompas.com).

Hasil pra-survey pada 89 siswa SMA di Kota Bandung menunjukkan rata-rata penggunaan Instagram selama 4-8 jam/hari dan mereka mengungkapkan sering menunda

kegiatan lain serta sulit untuk mengurangi pemakaian Instagram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh kepribadian tinjauan big five personality theory dengan adiksi Instagram pada siswa SMA Kota Bandung”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris terkait pengaruh kepribadian tinjauan big five personality theory dengan adiksi Instagram pada siswa SMA Kota Bandung.

II. LANDASAN TEORI

Kuss dan Griffiths (2005) mendefinisikan adiksi media sosial sebagai penggunaan kompulsif pada situs media sosial yang memanifestasikan dirinya dalam simptom behavioral addiction. Simptom tersebut yakni *saliency, tolerance, conflict, withdrawal, relapse, and mood modification*. Sedangkan Lemmens et al. (2016) mendefinisikan adiksi media sosial sebagai masalah sosial atau emosional yang diakibatkan oleh penggunaan berlebihan dan kompulsif pada media sosial. Pengakses media sosial tetap tidak dapat mengontrol penggunaan media sosial meskipun mengalami masalah di atas. Lemmens et al. (2016) mengembangkan 9 kriteria adiksi media sosial, antara lain:

1. Preoccupation, yang ditandai dengan mengabaikan segala hal saat menggunakan media sosial dan menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan atau media sosial ketika tidak menggunakannya.
2. Tolerance, yang ditandai dengan adanya keinginan untuk merasakan efek seperti kegembiraan dan kepuasan dengan meningkatkan jumlah waktu yang dihabiskan saat menggunakan media sosial.
3. Withdrawal, yang ditandai dengan ketika mencoba mengurangi, menghentikan, atau tidak dapat menggunakan media sosial maka akan muncul perasaan cemas, jengkel, sedih, frustrasi, marah, dah gelisah.
4. Persistence, yang ditandai dengan kegagalan saat mengendalikan, mengurangi, atau bahkan menghentikan penggunaan media sosial dan terdapat hasrat untuk terus menerus menggunakan media sosial.
5. Escape, yang ditandai dengan adanya keinginan untuk melepaskan diri dari mood negatif ketika menggunakan media sosial yakni seperti kegelisahan, ketidakberdayaan, depresi, dan rasa bersalah.
6. Problems, yang ditandai dengan meskipun mengetahui serta menyadari efek negatif bagi kehidupan dari penggunaan media sosial yang berlebihan, namun tetap terus menggunakan media sosial.
7. Deception, yang ditandai dengan perilaku berbohong atau menutupi kepada individu lain tentang sejauh mana individu menggunakan media sosial.

8. Displacement, yang ditandai dengan terjadinya aktivitas sosial atau hal lainnya yang menurun atau berkurang disebabkan oleh penggunaan media sosial yang mendominasi.
9. Conflict, yang ditandai dengan munculnya masalah yang lebih substansial seperti hampir kehilangan, misalnya kehilangan hubungan atau kesempatan penting yang berkaitan dengan sekolah atau pekerjaan sebagai akibat dari penggunaan media sosial.

Costa dan McCrae mengelompokkan model lima besar kepribadian sebagai organisasi hierarkis dari trait kepribadian manusia yang terdiri dari lima dimensi, yakni *openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism*.

1. Openness to experience, dimensi ini menilai bagaimana seseorang menemukan sesuatu yang baru dan unik, serta bagaimana penghargaan terhadap pengalaman demi kepentingannya sendiri dan menilai usaha individu secara proaktif.
2. Conscientiousness, dimensi ini menilai karakteristik kepribadian individu yang mengukur kemampuan dalam organisasi, ketekunan dan motivasi untuk mencapai tujuan.
3. Extraversion, dimensi ini menilai karakteristik kepribadian individu yang mengukur jumlah dan intensitas dari interaksi interpersonal, level aktivitas, kebutuhan untuk stimulasi, dan kemampuan untuk berbahagia. Dimensi ini menunjukkan bagaimana tingkat kesenangan seseorang akan hubungan.
4. Agreeableness, dimensi ini merupakan kualitas interpersonal seseorang secara berkesinambungan dari lemah lembut sampai yang menentang pikiran, perasaan dan perilaku. Individu dengan tipe kepribadian agreeableness mempercayai orang lain dan cenderung tunduk kepada orang lain.
5. Neuroticism, Dimensi ini menilai kestabilan dan ketidakstabilan emosi. Dari dimensi ini dapat diidentifikasi kecenderungan individu apakah mudah tertekan secara psikologis, mempunyai ide-ide yang tidak realistis, keinginan atau dorongan yang berlebihan, dan mempunyai coping respon yang maladaptive.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Koefisien Determinansi Variabel

Pengaruh antara variabel X1 (Extraversion), X2 (Agreeableness), dan X3 (Conscientiousness), X4 (Neuroticism), dan X5 (Openness), terhadap variabel Y (Adiksi), sebagai berikut:

TABEL 1 KOEFISIEN DETERMINANSI VARIABEL X₁, X₂, X₃, X₄ DAN X₅ TERHADAP Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.630	3.459

Note. Predictors: (Constant), Openness, Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa didapatkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,634. Hal ini menjelaskan bahwa kelima kepribadian yaitu extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism dan openness memberikan pengaruh sebesar 63,4% bagi perubahan variabel adiksi instagram dan sisanya sebesar 36,6% (1- R² × 100%) variabel adiksi instagram dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar atau variabel lain yang tidak diteliti.

B. Hasil Uji F

Untuk mengetahui hipotesis secara simultan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀: ρ = 0, (tidak ada pengaruh X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ terhadap Y)

H₁: ρ ≠ 0, (ada pengaruh X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ terhadap Y)

Dengan ketentuan adalah jika: signifikansi <0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, dan jika signifikansi >0,05, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.755	1.701		2.207	.028
	Extraversion	.411	.046	.287	8.878	.000
	Agreeableness	-.147	.032	-.144	-4.554	.000
	Conscientiousness	-.315	.038	-.264	-8.364	.000
	Neuroticism	.473	.057	.271	8.228	.000
	Openness	.391	.042	.304	9.271	.000

Note. Dependent Variable: Adiksi

TABEL 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8464.729	5	1692.946	141.464	.000 ^a
	Residual	4882.684	408	11.967		
	Total	13347.413	413			

Note. Predictors: (Constant), Openness, Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism

TABEL 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8464.729	5	1692.946	141.464	.000 ^a
	Residual	4882.684	408	11.967		
	Total	13347.413	413			

Dependent Variable: Adiksi

Hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan signifikansi dari keseluruhan *independent variable* (IV) terhadap adiksi instagram. Pengujian dengan membandingkan Sig.= 0,000 dengan α = 5 % (0,05) maka H₀ ditolak, karen nilai signifikansi <0.05 (*non-significant*). Oleh karena itu dapat disimpulkan dari uji ini bahwa dengan uji simultan (secara bersama-sama) terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel *big five personality* terhadap variabel adiksi instagram. Dikarenakan H₀ ditolak, maka dilakukan uji parsial untuk melihat melihat variabel mana yang dampaknya signifikan dan mana yang tidak signifikan dalam mempengaruhi penggunaan adiksi instagram.

C. Hasil Uji T

Untuk mengetahui hipotesis secara parsial maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H₀: ρ = 0, (tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅ terhadap variabel Y).
2. H₁: ρ ≠ 0, (ada pengaruh secara parsial antara variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅ terhadap variabel Y).

TABEL 3

Dari hasil perhitungan, dapat disimpulkan dari kelima variabel *big five personality* terhadap adiksi instagram memberikan pengaruh yang signifikan dengan nilai Sig.< 0.05, dengan demikian dapat dikatakan seluruh variabel memberikan pengaruh terhadap adiksi instagram pada siswa SMA di Bandung. Selain itu dari hasil hasil uji T juga diketahui besarnya kontribusi dari tiap kepribadian pada varibel *big five personality* terhadap adiksi instagram.

Kepribadian neuroticsm ditemukan berpengaruh positif terhadap adiksi Instagram. Kepribadian neuroticsm sering merasa tidak stabil secara emosional dan tidak sabar, mereka cenderung sensitif dan mempersepsikan kehidupannya secara negatif (McCrae & John,1992). Menurut Zhou et al. (2017) juga menyatakan bahwa kepribadian neuroticsm ditemukan berhubungan positif karena individu dengan neuroticism sering mengalami hubungan bermasalah dan situasi tertekan. Artinya, dengan melakukan scrolling dan adanya fitur explore yang membuat mereka bisa melihat berbagai macam foto dan video dari seluruh akun di dunia sesuai dengan minat yang disukainya, Instagram bisa dikatakan sebagai media yang aman dan menyenangkan bagi mereka untuk melarikan diri dari kehidupan nyata,dan hubungan sosial yang bermasalah. Atau hal ini disebut dengan escape dalam kriteria adiksi media sosial.

Kepribadian agreeableness ditemukan berpengaruh

negatif terhadap adiksi Instagram, dimana Griffiths et al. (2018) menyatakan bahwa individu dengan nilai agreeableness rendah tidak terlalu melibatkan diri untuk berinteraksi secara sosial di Instagram. Mereka hanya mencoba untuk mengkompensasi kesepian atau hubungan sosial di kehidupan nyata dengan membangun hubungan online. Kebanyakan dari mereka mungkin cukup menghabiskan waktunya di Instagram untuk melihat berita, postingan yang berkaitan dengan hobi, seperti mobil, olahraga, teknologi, dan topik-topik lainnya yang menarik perhatian mereka.

Kepribadian extraversion ditemukan berpengaruh positif terhadap adiksi Instagram, sebagaimana Choi et al. (2017) memaparkan bahwa remaja yang memiliki nilai kepribadian extraversion tinggi menunjukkan tingkat kesenangan dalam menjalin relasi yang tinggi dan ditemukan juga bahwa mereka mengalami adiksi karena tidak hanya ingin melakukan interaksi sosial di dunia nyata, namun mencoba berinteraksi seperti meninggalkan komentar atau "menyukai" postingan orang lain di Instagram. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan Andersson et al. (2018) bahwa individu dengan kepribadian extraversion memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap interaksi sosial maka dari itu mereka cenderung lebih banyak menggunakan Instagram.

Kepribadian conscientiousness ditemukan berpengaruh negatif terhadap adiksi Instagram. Hal ini mendukung hipotesis yang telah diajukan diawal. Wang et al. (2015) memaparkan bahwa individu yang memperoleh skor conscientiousness rendah akan berkaitan dengan perilaku adiksi internet secara umum. Mereka cenderung tidak disiplin, perilakunya didorong oleh emosi yang labil, tidak ambisius, dan mereka cenderung untuk berperilaku tidak bertanggung jawab dan tidak konsisten (Costa & McCrae, 2000). Remaja yang memiliki skor conscientiousness rendah akan memilih menggunakan Instagram daripada kegiatan lain yang kurang menyenangkan, seperti mengerjakan pekerjaan rumah, belajar, berolahraga atau kegiatan produktif lainnya, dan karena itu mungkin berisiko lebih besar untuk menggunakan Instagram secara berlebihan.

Terakhir, kepribadian openness to experience ditemukan berpengaruh positif terhadap adiksi Instagram. Dalam perilaku adiksi Instagram remaja dengan kepribadian openness yang tinggi memiliki keterbukaan terhadap pengalaman, kreativitas, imajinatif, dan inovasi dapat menyebabkan remaja terlibat dalam kegiatan yang menyenangkan, seperti menggunakan Instagram secara berlebihan. Individu dengan kepribadian ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dimana fitur Instagram dapat memenuhi kebutuhan tersebut, mereka bisa mencari informasi yang mereka inginkan, Instagram juga memungkinkan penggunanya mengakses bahkan tanpa harus menggunakan fitur search, yakni terdapat pada fitur explore dalam Instagram yang akan memunculkan postingan sesuai dengan minat dari penggunanya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepribadian tinjauan big five personality theory dengan adiksi Instagram.
2. Sebanyak 144 responden (34,8%) siswa SMA di Kota Bandung mengalami adiksi Instagram dengan kategori tinggi, sebanyak 106 responden (25,6%) siswa SMA di Kota Bandung mengalami adiksi Instagram dengan kategori rendah, dan sebanyak 164 responden (39,6%) siswa SMA di Kota Bandung tidak mengalami adiksi Instagram.
3. Terdapat pengaruh positif antara tipe kepribadian extraversion, neuroticism, dan openness to experience dengan adiksi Instagram, serta terdapat pengaruh negatif antara tipe kepribadian agreeableness dan conscientiousness dengan adiksi Instagram pada siswa SMA di Kota Bandung.
4. Tipe kepribadian neuroticism adalah pengaruh paling kuat terhadap adiksi Instagram.

V. SARAN

1. Siswa dapat mengurangi durasi dan frekuensi penggunaan Instagram, agar siswa bisa terlatih untuk mengontrol diri dalam menggunakan smartphone khususnya media sosial Instagram.
2. Pihak sekolah khususnya guru bimbingan konseling (BK) dapat memberikan edukasi yang simultan terkait penggunaan media sosial kepada siswa guna melakukan pencegahan dikaitkan dengan tipe kepribadian yang berperan, terutama dengan kepribadian neuroticism yang ditemukan memiliki pengaruh paling kuat terhadap adiksi Instagram dalam hasil penelitian ini.
3. Siswa membuat jadwal penggunaan smartphone khususnya media sosial Instagram, misalnya dengan membuat jadwal harian yang berisi kapan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengakses Instagram dalam satu hari, atau dengan mengatur peringatan penggunaan pada pengaturan yang tersedia dalam aplikasi Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andersson, M., & Swillo, N. (2018). Motives for Instagram use connected to the Big Five Personalities. Örebro University.
- [2] Celik, S., Atak, H., & Basal, A. (2012). Predictive Role of Personality Traits. October, 10–24.
- [3] Choi, T. R., Sung, Y., Lee, J., & Choi, S. M., (2017). Get behind my selfies: the big five traits and social networking behaviors through selfies. *Personality and Individual Differences*. 109, 98–101.
- [4] Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>

- [5] Putri, A. I. D., & Halimah, L. (2019). Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna instagram di Universitas Islam Badung. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 303–309.
- [6] Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five. *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada* 39(2):189-207.
- [7] Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- [8] Van Den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- [9] 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>
- [10] Weibel, D., Wissmath, B., & Groner, R. (2010). Motives for Creating a Private Website and Personality Of Personal Homepage Owners In Terms Of Extraversion And Heuristic Orientation. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4(1)
- [11] Zhou, Y., Li, D., Li, X., Wang, Y., & Zhao, L. (2017). Big five personality and adolescent Internet addiction: The mediating role of coping style. *Addictive Behaviors*, 64, 42–48. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.08.009>