

Pengaruh *Self-regulation* Terhadap Adiksi Media Sosial Instagram Pada *Emerging Adulthood*

Salma Jaani Balqis, Lilim Halimah

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

salmajaanibalqis@gmail.com

Abstract—Instagram user are increasing during the COVID-19 pandemic, which is dominated by emerging adulthood aged between 18 to 24 years old. While using Instagram, emerging adulthood shows signs of social media addiction by fulfilling 5 of the 9 criteria according to Lemmens's Social Media Addiction Criteria (2016). Emerging adulthood should already have high self-regulation, so there should be no indication of addictive behaviour in them. Self-regulation is one of the factors that can contribute to suppressing addictive behavior. The purpose of this study is to obtain empirical data on the effect of self-regulation on Instagram addiction. This study uses a quantitative approach with a simple linear regression analysis technique conducted on 319 emerging adulthood in Bandung. The measuring instrument used is The Self-regulation Scale adapted from The Self-regulation Questionnaire (Miller & Brown, 1991) and the Social Media Addiction Scale adapted from The Social Media Disorder Scale (Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016). The results of this study indicate the value of R square = 0.144, $p = 0.000$, meaning that self-regulation has a significant influence on Instagram addiction by 14.4% while the remaining 85.6% is influenced by other factors.

Keywords—*Self-regulation, Social Media Addiction, Instagram, Emerging Adulthood.*

Abstrak—Pada masa pandemi COVID-19 ini terjadi kenaikan pengguna media sosial Instagram yang didominasi oleh emerging adulthood usia 18 – 24 tahun. Dalam memperlakukan Instagram, emerging adulthood ini menunjukkan adanya tanda-tanda mengalami adiksi, yaitu dengan terpenuhinya 5 dari 9 kriteria adiksi media sosial menurut Lemmens (2016). Emerging adulthood seharusnya sudah memiliki self-regulation yang matang, sehingga semestinya tidak terjadi indikasi perilaku adiksi di dalam diri mereka. Self-regulation merupakan salah satu faktor yang bisa berkontribusi dalam penekanan perilaku adiksi. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris mengenai pengaruh Self-regulation terhadap adiksi media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana yang dilakukan pada 319 responden emerging adulthood di Kota Bandung. Alat Ukur yang digunakan adalah skala Self-regulation yang diadaptasi dari The Self-regulation Questionnaire (Miller & Brown, 1991) dan skala Adiksi Media Sosial Instagram yang diadaptasi dari The Social Media Disorder Scale (Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016). Hasil penelitian ini menunjukkan nilai R square = 0.144 dengan $p = 0.000$, artinya self-regulation memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adiksi media sosial

Instagram sebesar 14.4% sementara sisanya sebesar 85.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci—*Self-regulation, Adiksi Media Sosial, Instagram, Emerging adulthood.*

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan internet di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan di masa pandemi COVID-19. Selain memberikan banyak manfaat, internet juga nyatanya bisa memberikan dampak negatif bagi para penggunanya, salah satunya dapat menyebabkan timbulnya masalah adiksi atau kecanduan (Rossa & Varwati, 2020). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) Republik Indonesia melaporkan bahwa pengguna internet aktif di Indonesia menyentuh angka 150,000,000 atau sekitar 56% dari jumlah penduduk yang ada. Dari jumlah tersebut, sebanyak 129,000,000 pengguna internet ini memiliki akun media sosial yang aktif, salah satunya adalah akun yang terdaftar pada aplikasi media sosial Instagram.

Data terbaru dari NapoleonCat yang merupakan perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia, menunjukkan adanya peningkatan pengguna media sosial Instagram di Indonesia, yaitu tercatat dengan jumlah sebanyak 90,880,000 pengguna aktif pada bulan Juni 2021 yang merupakan 33% dari total seluruh populasi. Jumlah ini meningkat lebih besar dibanding angka tahun lalu yang hanya sebesar 73,760,000 atau 26.8% dari total seluruh populasi di Indonesia. Kelompok pengguna terbesar aplikasi Instagram ini didominasi oleh individu dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun (NapoleonCat, 2021), yang mana rentang usia ini berada dalam masa peralihan dari remaja menuju dewasa atau sering disebut sebagai emerging adulthood (Arnett, 2000).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sumaryanti, Azizah, Diantina & Nawangsih (2019) terkait dengan tingkat adiksi media sosial pada mahasiswa di Kota Bandung, menunjukkan hasil bahwa persentase tingkat adiksi media sosial pada mahasiswa di Kota Bandung berada pada tingkat yang tinggi. Menurut laman berita TribunJabar.id, banyak emerging adulthood di Bandung yang lebih memilih mengakses aplikasi Instagram dibandingkan media sosial lainnya, hal ini dikarenakan Instagram adalah aplikasi yang mudah digunakan dan tidak membosankan (Dehotman, 2018).

Menurut Balakrishnan & Griffiths (2017), kepopuleran media sosial Instagram juga disebabkan oleh banyaknya fasilitas menarik yang ditawarkan oleh aplikasi ini. Aplikasi Instagram memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah foto dan video, menerima komentar dan 'likes' dari orang lain, mengikuti (follower) dan diikuti (following) oleh orang lain. Fitur semacam itu terkadang dapat menyebabkan penggunaan yang berlebihan melalui dorongan terus-menerus untuk secara impulsif memeriksa jumlah pemberitahuan untuk foto dan video yang telah diunggah dan berakibat menimbulkan perilaku adiksi (Balakrishnan & Griffiths, 2017). Maka dari itu, untuk melihat bagaimana emerging adulthood di Kota Bandung dalam memperlakukan media sosial Instagram, peneliti telah melakukan prasurvei pada emerging adulthood di Kota Bandung dengan rentang usia 18 – 24 tahun.

Berdasarkan hasil prasurvei tersebut, didapatkan data bahwa 94.6% responden mengakses media sosial Instagram mereka setiap hari, 89.3% responden mengakses Instagram untuk mendapatkan hiburan dan mengalihkan diri dari perasaan tidak menyenangkan yang dirasakan (escape), 73.3% responden merasa Instagram dapat memperbaiki mood mereka (escape), 56% responden merasa ada yang kurang jika dalam sehari tidak mengakses Instagram dan hal ini dapat menurunkan mood mereka (withdrawal), 56% responden merasakan adanya dorongan di dalam dirinya untuk terus mengakses Instagram (tolerance), 84% responden sering lupa waktu dan menunda mengerjakan kewajibannya (seperti mengerjakan tugas atau bekerja) dikarenakan mengakses Instagram sehingga berakibat pada timbulnya masalah di sekolah / kuliah / tempat kerjanya (problems), dan 32% responden telah mencoba untuk mengurangi waktu yang dihabiskan untuk mengakses Instagram, namun gagal (persistence).

Berdasarkan data hasil prasurvei di atas, maka dapat tergambar bahwa emerging adulthood di Kota Bandung menunjukkan adanya tanda-tanda mengalami adiksi media sosial Instagram, dengan terpenuhinya 5 dari 9 kriteria adiksi media sosial menurut Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg (2016), yaitu escape, withdrawal, tolerance, problem dan persistence. Salah satu faktor yang bisa menyebabkan individu memunculkan perilaku adiksi adalah self-regulation yang kurang baik (Blachnio & Przepiorka, 2015). Namun, menurut hasil prasurvei terlihat bahwa sebanyak 62.7% responden tidak merasakan adanya kesulitan dalam meregulasi diri mereka ketika sedang mengakses Instagram. Maka dari itu, terjadi kesenjangan yaitu terdapat indikasi adiksi media sosial Instagram pada emerging adulthood di Kota Bandung yang memiliki self-regulation yang baik. Hal ini bertentangan dengan konsep teori yang menyatakan bahwa jika individu memiliki self-regulation yang baik, maka individu tersebut tidak akan menunjukkan adanya tanda-tanda adiksi di dalam diri mereka.

Menurut teori dari LaRose dan Eastin (2004, dalam Gokcearslan, S., Mumcu, F.K., Haslamani, T., Cevik, Y.D., 2016), kegagalan individu untuk meregulasi dirinya sendiri

dapat menyebabkan penggunaan media sosial yang meningkat dan situasi ini dapat berubah menjadi kecanduan media sosial. Hasil penelitian dari Blachnio dan Przepiorka (2015) menunjukkan bahwa self-regulation yang kurang baik memainkan peran penting dalam terjadinya adiksi. Hasil penelitian serupa juga dilakukan oleh Sifa dan Sawitri (2018) pada siswa SMK Jayawisata Semarang dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara self-regulation dengan adiksi media sosial Instagram, yang berarti semakin tinggi self-regulation seseorang, maka akan semakin rendah orang tersebut untuk adiksi media sosial Instagram, begitu juga sebaliknya. Penelitian lain juga dilakukan oleh Khairunnisa dan Kusdiyati (2019) untuk melihat self-regulation pada siswa SMAN "X" Bandung yang adiksi media sosial, dengan hasil yang menyatakan bahwa siswa yang memiliki self-regulation rendah berpotensi akan mengalami adiksi ketika menggunakan media sosial mereka.

Berdasarkan penjabaran fenomena dan hasil-hasil penelitian di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah "Seberapa Besar Pengaruh Self-regulation Terhadap Adiksi Media Sosial Instagram pada Emerging Adulthood di Kota Bandung?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui data empiris mengenai seberapa besar pengaruh self-regulation terhadap adiksi media sosial Instagram pada emerging adulthood di Kota Bandung.

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian noneksperimen – kausalitas. Responden dalam penelitian ini adalah 319 emerging adulthood berusia 18 – 24 tahun yang aktif menggunakan media sosial Instagram setiap hari selama minimal kurun waktu 1 tahun, dan berdomisili di Kota Bandung.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah self-regulation yang definisi operasionalnya adalah seberapa sering individu mampu untuk menyesuaikan diri dengan ketujuh dimensi self-regulation, yaitu :

1. *Receiving*, seberapa mampu individu menerima informasi tentang penggunaan *Instagram* yang bisa menimbulkan masalah adiksi.
2. *Evaluating*, seberapa mampu individu mengevaluasi penggunaan *Instagram*-nya.
3. *Triggering*, seberapa mampu individu membuat keputusan untuk mengurangi waktu dalam mengakses *Instagram*.
4. *Searching*, seberapa mampu individu mencari solusi untuk mengurangi waktu dalam mengakses *Instagram*.
5. *Formulating*, seberapa mampu individu untuk menyusun rencana dalam mengurangi waktu mengakses *Instagram*.
6. *Implementing*, seberapa mampu individu menerapkan dan bertindak sesuai dengan rencana yang telah dibuatnya.
7. *Assessing*, seberapa mampu individu mengukur efektivitas dari rencana yang telah dilakukannya.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah adiksi media sosial Instagram yang definisi operasionalnya adalah seberapa sering individu mengalami kriteria adiksi media sosial, yaitu preoccupation, tolerance, withdrawal, persistence, escape, problems, deceptions, displacement dan conflict selama menggunakan media sosial Instagram mereka dalam kurun waktu minimal 1 tahun, serta memenuhi 5 atau lebih dari 9 kriteria tersebut.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur self-regulation adalah Skala Self-regulation yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Khairunnisa (2019) berdasarkan teori dari Brown & Miller (1991). Alat ukur ini terdiri dari 48 item yang telah terbukti validitasnya dengan $rs > 0.1946$ dan telah terbukti reliabilitasnya dengan nilai $\alpha = 0.839$ yang artinya 48 item alat ukur tersebut reliable dan memiliki taraf reliabilitas yang baik. Alat ukur ini berisi pernyataan dengan 4 pilihan jawaban berskala, yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS) yang secara berturut-turut diberi skor 1, 2, 3 dan 4 untuk item favorable, dan diberi skor 4, 3, 2 dan 1 untuk item unfavorable.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur adiksi media sosial Instagram adalah Skala Adiksi Media Sosial yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Putri (2019) berdasarkan teori dari Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg (2016). Alat ukur ini terdiri dari 27 item yang telah terbukti validitasnya dengan $r > 0.1381$ dan telah terbukti reliabilitasnya dengan nilai $\alpha = 0.911$ yang artinya 27 item alat ukur tersebut reliable dan memiliki taraf reliabilitas yang baik. Alat ukur ini berisi pernyataan yang memiliki 4 pilihan jawaban berskala, yaitu Tidak Pernah, Jarang, Sering dan Selalu, yang secara berturut-turut di beri skor 1, 2, 3, dan 4 untuk item favorable, dan di skor 4, 3, 2 dan 1 untuk item unfavorable

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dibantu oleh aplikasi Statistical Package for Science (SPSS) 23 for windows.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Gambaran Self-regulation Pada Emerging adulthood Di Kota Bandung

Data gambaran self-regulation pada emerging adulthood di Kota Bandung akan dijelaskan sebagai berikut :

TABE 1 GAMBARAN SELF-REGULATION PADA EMERGING ADULTHOOD DI KOTA BANDUNG

	Frekuensi	Persentase
Self-regulation Rendah	22	6.9%
Self-regulation Tinggi	297	93.1%
Total	319	100%

Berdasarkan data pada tabel 1, diketahui bahwa dari 319 responden yang menjadi sampel penelitian, sebanyak

22 orang (6.9%) menunjukkan tingkat self-regulation yang rendah dan sebanyak 297 orang (93.1%) menunjukkan tingkat self-regulation yang tinggi. Hasil ini sesuai dengan teori Arnett (2000) yang mengemukakan bahwa emerging adulthood memang sudah seharusnya memiliki self-regulation yang baik.

Data tersebut juga mengartikan bahwa banyak emerging adulthood di Kota Bandung yang memiliki self-regulation tinggi, yang berarti bahwa ketujuh dimensi self-regulation menurut Miller dan Brown (1991) telah terpenuhi, yaitu emerging adulthood telah menerima informasi tentang penggunaan media sosial Instagram yang berpotensi menyebabkan adiksi (receiving), lalu emerging adulthood tersebut mulai mengevaluasi informasi yang didapatnya dan membandingkan dengan keadaan dirinya (evaluating), kemudian emerging adulthood mulai membuat keputusan untuk berubah ke arah yang baik (triggering) dengan mencari solusi untuk bisa mengurangi penggunaan media sosial Instagram-nya (searching), lalu emerging adulthood mulai merancang rencana ke arah tujuan yang ingin dicapainya, yaitu terhindar dari masalah adiksi media sosial Instagram (formulating), kemudian emerging adulthood tersebut menerapkan rencana yang telah dibuatnya hingga mengarah menuju ke perubahan (implementing), terakhir emerging adulthood pun mengukur efektivitas dari rencana yang telah dilakukannya (assessing).

B. Gambaran Adiksi Media Sosial Instagram Pada Emerging adulthood Di Kota Bandung

Data gambaran adiksi media sosial Instagram pada emerging adulthood di Kota Bandung akan dijelaskan sebagai berikut :

TABE 2 GAMBARAN ADIKSI INSTAGRAM PADA EMERGING ADULTHOOD DI KOTA BANDUNG

	Frekuensi	Persentase
Tidak Adiksi	200	62.7%
Adiksi Ringan	112	35.1%
Adiksi Sedang	6	1.9%
Adiksi Parah	1	0.3%
Total	319	100%

Berdasarkan data pada tabel 2, gambaran persentase tingkat adiksi media sosial Instagram pada emerging adulthood di Kota Bandung menunjukkan bahwa emerging adulthood yang tidak mengalami adiksi sebesar 62.7% (200 orang), emerging adulthood yang adiksi ringan (mild) sebesar 35.1% (112 orang), emerging adulthood yang adiksi sedang (moderate) sebesar 1.9% (6 orang) dan yang adiksi parah (severe) sebesar 0.3% (1 orang). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar, yaitu sebanyak 62.7% emerging adulthood di Kota Bandung tidak mengalami adiksi media Instagram. Hal ini bisa dikarenakan banyak dari emerging adulthood ini yang memiliki self-regulation tinggi.

Dari pemaparan di atas, terlihat bahwa kebanyakan

emerging adulthood yang memiliki *self-regulation* tinggi cenderung tidak mengalami adiksi media sosial *Instagram*. Hasil ini juga sesuai dengan teori dari Miller dan Brown (1991) yang mengungkapkan bahwa *self-regulation* mengacu pada kapasitas dalam diri individu untuk merencanakan, mengarahkan, dan memonitor perilaku secara fleksibel dalam menghadapi keadaan. Artinya, *emerging adulthood* yang bisa merencanakan, mengarahkan dan memonitor perilakunya sendiri dalam mengakses media sosial *Instagram* akan bisa menghindarkan dirinya dari penggunaan yang berlebihan, yang mana hal ini bisa menyebabkan mereka mengalami adiksi media sosial *Instagram*. Selain itu, teori *emerging adulthood* menurut Arnett (2000) juga sejalan dengan hasil ini, dimana Arnett (2000) mengemukakan bahwa pada masa *emerging adulthood*, individu sudah memiliki rencana masa depan yang telah diputuskan dengan pasti.

C. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil pengolahan data untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan *self-regulation* terhadap adiksi media sosial *Instagram* adalah sebagai berikut :

TABEL 3 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

R	R square	Sig.
0.379	0.141	0.000

a. Predictors: (Constant), *Self-regulation*

b. Dependent Variable: Adiksi

Berdasarkan data pada tabel 3, dapat dijelaskan bahwa *self-regulation* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terjadinya adiksi media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung, yaitu dengan nilai *R square* sebesar 0.144 dan signifikansi 0.000. Nilai *R square* berkisar antara 0 – 1, yang berarti semakin kecil hasil *R square* yang dihasilkan, maka semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil ini menunjukkan bahwa *self-regulation* memberikan pengaruh yang lemah terhadap terjadinya adiksi media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung, yaitu sebesar 14.4% sementara sisanya sebesar 85.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Artinya, meskipun memiliki pengaruh yang lemah, namun *self-regulation* tetap memberikan kontribusi dalam terjadi atau tidaknya adiksi pada diri individu yang menggunakan media sosial *Instagram*. Hasil ini sejalan dengan teori dari Baumeister dan Vonasch (2015, dalam Mascia, Agus & Penna, 2020) yang mengungkapkan bahwa *self-regulation* dapat berkontribusi pada penekanan perilaku adiktif. Selain itu, kontribusi dari *self-regulation* terhadap perilaku adiksi ini juga sejalan dengan teori dari Miller dan Brown (1991) yang mengungkapkan bahwa perilaku adiksi dapat muncul pada diri individu yang mengalami defisit pada salah satu dimensi *self-regulation*.

D. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Hasil pengolahan data untuk melihat persamaan regresi

linier sederhana akan dijelaskan sebagai berikut :

TABEL 4 PERSAMAAN REGRESI LINIER SEDERHANA

	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B		
(Constant)	87.058	14.771	0.000
<i>Self-regulation</i>	-0,312	-7.293	0.000

a. Dependent Variable : Adiksi

Rumus persamaan regresi $Y = a + bX$, yaitu :

$$Y = \text{Self-regulation}$$

a = Angka konstan B dari *Unstandardized Coefficients*, yaitu sebesar 87.058.

b = Angka koefisien regresi sebesar -0.312 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai *self-regulation*, maka nilai adiksi media sosial *Instagram* akan menurun sebesar 0.312. Atau bisa juga diartikan angka negatif (-) menunjukkan adanya hubungan yang negatif, yaitu semakin tinggi *self-regulation* seseorang, maka akan semakin rendah tingkat adiksi media sosial *Instagram* yang dimiliki individu tersebut. Jika hasil berupa angka positif (+), maka berlaku kebalikan.

X = Adiksi media sosial *Instagram*.

Jadi, persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 87.058 - 0.312x$.

E. Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dengan uji nilai F dan uji nilai t akan dijelaskan sebagai berikut :

TABEL 5 HASIL UJI STATISTIK NILAI F

	F	Sig.
Regression	53.191	0.000

a. Dependent Variable : Adiksi

b. Predictors: (Constant), *Self-regulation*

Berdasarkan tabel 5, didapatkan nilai F sebesar 53.191 dengan signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), yang berarti bahwa variabel independen yaitu *self-regulation* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu adiksi media sosial *Instagram*. Nilai F sebesar 53.191 dengan signifikansi 0.000 juga menunjukkan bahwa model regresi sudah layak digunakan untuk memprediksi variabel adiksi media sosial *Instagram*.

TABEL 6 HASIL UJI STATISTIK NILAI T

Model	t hitung	Sig.	df	t tabel
<i>Self-regulation</i>	14.771	0.000	317	1.967

a. Dependent Variable : Adiksi

b. $df = \text{jumlah sampel} - 2 = 319 - 2 = 317$

Hipotesis :

H_0 : t hitung < t tabel = *Self-regulation* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adiksi media sosial *Instagram*.

H_1 : t hitung > t tabel = *Self-regulation* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adiksi media sosial *Instagram*.

Kriteria :

Tolak H_0 jika t hitung $>$ t tabel, terima H_1 .

Tolak H_1 jika t hitung $<$ t tabel, terima H_0 .

Pengujian Hipotesis :

Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai t hitung sebesar 12.771 dan nilai t tabel dengan $df = 317$ sebesar 1.967. Dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($12.771 > 1.967$), dan nilai pada kolom Sig. menunjukkan angka 0.000 (< 0.05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa *self-regulation* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adiksi media sosial *Instagram*.

F. Hasil Tabulasi Silang *Self-regulation* dengan Adiksi *Instagram* pada *Emerging adulthood* di Kota Bandung

Hasil tabulasi silang antara *self-regulation* dengan adiksi media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* akan dijelaskan sebagai berikut :

TABEL 7 TABULASI SILANG *SELF-REGULATION* DENGAN ADIKSI *INSTAGRAM* PADA *EMERGING ADULTHOOD* DI KOTA BANDUNG

		Adiksi <i>Instagram</i>				Total
		Tidak Adiksi	Rendah	Sedang	Parah	
<i>Self-regulation</i>	Rendah	10	12	0	0	22
	Tinggi	190	100	6	1	297
Total		200	112	6	1	319

Berdasarkan data pada tabel 7, hasil tabulasi silang antara *self-regulation* dengan adiksi media sosial *Instagram* menunjukkan bahwa dari total 319 responden, 22 orang memiliki *self-regulation* yang rendah, dimana 10 orang tidak mengalami adiksi dan 12 orang mengalami adiksi ringan. Sisanya, yaitu sebesar 297 orang memiliki *self-regulation* yang tinggi, dimana 190 orang tidak mengalami adiksi, 100 orang mengalami adiksi ringan, 6 orang adiksi sedang dan 1 orang adiksi parah. Artinya, terdapat 10 *emerging adulthood* yang tidak mengalami adiksi meskipun memiliki *self-regulation* yang rendah, dan juga terdapat 107 *emerging adulthood* yang mengalami adiksi meskipun memiliki *self-regulation* yang tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua *emerging adulthood* yang mengalami adiksi media sosial *Instagram* disebabkan hanya dari rendahnya *self-regulation* yang dimilikinya. Begitupula sebaliknya, tidak semua *emerging adulthood* yang tidak mengalami adiksi media sosial *Instagram* disebabkan hanya dari tingginya *self-regulation* yang ada di dalam dirinya. Dimana pada hasil penelitian ini telah dijelaskan bahwa *self-regulation* memberikan pengaruh yang lemah dalam menjadikan individu mengalami adiksi media sosial *Instagram*, yaitu sebesar 14.4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Artinya, ada faktor-faktor lain selain *self-regulation* yang bisa menyebabkan seseorang menjadi adiksi media sosial *Instagram*, seperti menurut Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg (2016), adiksi media sosial bisa timbul dikarenakan adanya rasa kesepian yang terus-menerus, *self-esteem* yang terganggu, hingga hilangnya

atensi pada sesama. Dan juga sejalan dengan hasil penelitian dari Kalalo (2018) yang menunjukkan bahwa *online self-presentation* berhubungan erat menjadi adiksi media sosial *Instagram* dengan koefisien korelasi sebesar 0.619.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Self-regulation* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap adiksi media sosial *Instagram*, dengan $R^2 = 0.144$ dan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa *self-regulation* memberikan sumbangan efektif sebesar 14.4% terhadap terjadinya adiksi media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung, sementara sisanya sebesar 85.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Gambaran tingkat *self-regulation* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung berada di tingkat yang tinggi.
3. Gambaran tingkat adiksi media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung secara garis besar berada pada tingkat yang rendah, dengan total sebesar 62.7% responden tidak mengalami adiksi ketika menggunakan media sosial *Instagram*.

ACKNOWLEDGE

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan juga anugerah-Nya, dan juga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.5.469>
- [2] Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). An exploratory study of “Selfitis” and the development of the Selfitis behavior scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 722–736. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x3>.
- [3] Blachnio, A., & Przepiorka, A. (2015). Dysfunction of Self-regulation and Self-Control in Facebook Addiction. *Journal of Psychiatric Quarterly*, 87(3), 493–500. <https://doi.org/10.1007/s11126-015-9403-1>
- [4] Brown, J. (1998). Self-regulation and the addictive behaviors. In WR. Miller, & N. Heather (Eds.), *Treating Addictive Behaviors*, 2nd ed. (pp. 61-73). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1934-2_5
- [5] Dehotman, Fasko. (2018, June 8). Ini Alasan Sobot Milenial Di Bandung Pilih
- [6] Aplikasi Instagram Ketimbang Lainnya, Kamu Termasuk Gak? *Tribun Jabar*. Diakses pada tanggal 13 Desember 2020 pada <https://jabar.tribunnews.com/2018/06/08/ini-alasan-sobat-milenial-di-bandung-pilih-aplikasi-instagram-ketimbang-lainnya-kamu-termasuk-gak>
- [7] Gokcearslan, S., Mumcu, F.K., Haslamani, T., Cevik, Y.D. (2016). Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in

- university students. *Computers in Human Behavior*, 63(), 639–649. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.091>
- [8] Kalalo, Chyntia Novita. (2018). Online Self-Presentation Relationship With Instagram Addiction In Students Of The Department Of Physical Education, Health And Recreation, University Of Musamus, Merauke, Indonesia. *International Journal of Mechanical Engineering Technology*, Volume 9, Issue 10, Oktober 2018, pp 288-294.
- [9] Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. (2020). Penggunaan Internet di Indonesia. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2020 pada <https://aptika.kominfo.go.id/>
- [10] Khairunnisa, Azka., & Kusdiyati, Sulisworo. 2020. Self Regulasi Siswa yang Mengalami Adiksi Media Sosial di SMA N “X” Bandung. *Prosiding Psikologi*, Volume 5, No.2, pp 908-914. ISSN: 2460-6448
- [11] Mascia, M. L., Agus, M., & Penna, M. P. (2020). Emotional Intelligence, Self-regulation, Smartphone Addiction: Which Relationship With Student Well-Being and Quality of Life?. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00375>
- [12] Miller, W.R., & Brown, J. M (1991). Self regulation as a conceptual basis for the prevention and treatment of addictive behaviors, In N. Heather, W.R Miller & J. Greely(eds), *self control and the addicted behaviours* (pp,3-79). Sydney : Maxwell Macmillan.
- [13] NapoleonCat. Instagram users in Indonesia. (2021, June). One social media tool to manage it all. Diakses pada tanggal 10 Juli 2021 pada <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2020/10>
- [14] Neal, D. J., & Carey, K. B. (2005). A follow-up psychometric analysis of the self regulation questionnaire. *Psychology of Addictive Behaviors*, 19(4), 414-422. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.19.4.414>
- [15] Putri, Andi Intan. D. , & Halimah, Lilim. (2019). Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, Volume 5, No.2, pp 525-532. ISSN: 2460-6448
- [16] Rossa, V., Varwati. L. (2020, Mei). Kecanduan Internet pada Remaja Naik 19,3 Persen Selama Pandemi Covid-19. *suara.com*. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2020 pada <https://www.suara.com/health/2020/08/05/205708/kecanduan-internet-pada-remaja-naik-193-persen-selama-pandemi-covid-19?page=2>
- [17] Sifa, I. A. M., & Sawitri, D. R. (2018). Hubungan Regulasi Diri Dengan Adiksi Media Sosial Instagram Pada Siswa SMK Jayawisata Semarang. *Jurnal Empati*, 7(2), 294-301.
- [18] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [19] Sumaryanti, Indri U, Azizah, Salma., Diantina, Fanni P., & Nawangsing, Endah. (2019). Personality and Social Media Addiction Among College Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 409. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.079>
- [20] Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- [21] Halimah Dzar Nurul, Nawangsing Endah. (2021). *Studi Deskriptif Mengenai Happiness pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Bandung*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 7-11.