

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kecanduan Media Sosial

##### 1. Pengertian Kecanduan Media Sosial

Kecanduan berasal dari kata yaitu candu didalam (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) artinya sesuatu yang menjadi kegemaran serta dapat menimbulkan ketagihan bagi yang sering menggunakannya. Menurut Laili & Nuryono (2015) kecanduan adalah salah satu aktivitas yang dilakukan secara intens meskipun hal-hal tersebut mengakibatkan suatu konsekuensi yang negatif.

Menurut Young (2004) mendefinisikan kecanduan sebagai pemakaian internet yang berlebihan sampai mengganggu pola tidur, produktivitas kerja, rutinitas keseharian dan kehidupan sosial yang dikenal dengan sebutan *internet addiction disorder* (IAD). Pengguna internet yang sudah mengalami kecanduan internet akan menjadikan prioritas dan akan lebih penting dari adanya keluarga, teman dan pekerjaan.

Kemudahan dan kenyamanan pada situs media sosial membuat suatu individu menggunakannya secara bebas dan berlebihan sehingga menyebabkan adanya suatu rasa kecanduan. Menurut pandangan behavioris, penggunaan media sosial memberikan arti mengenai pengalaman untuk mencintai, dicintai, diperhatikan, mendapat suatu kenyamanan, serta mendapatkan kepuasan. Walau dirasa tanpa adanya suatu interaksi tatap muka langsung dengan orang lain. *Reward* yang diperoleh ini menjadi suatu pusat penguat perilaku pada diri seseorang untuk secara terus menerus dalam menggunakan media sosial (Ursa,2013).

Olowu & Fasola (2012) menyatakan bahwa seseorang dapat mengalami suatu kecanduan media sosial jika mereka menjadikan media sosial sebagai suatu prioritas utama dan membutuhkan lebih banyak waktu penggunaan media sosial agar bisa mendapatkan perasaan kepuasan.

Kecenderungan kecanduan media sosial adalah suatu bagian dari bentuk kecanduan yang suatu penyebabnya dari teknologi internet atau lebih dikenal dengan *Internet Addiction Disorder* (IAD) (Marjosi, 2013). *Internet Addiction Disorder* (IAD) atau gangguan suatu kecanduan internet meliputi hal yang berkaitan dengan media sosial, pornografi, email, judi online, game online, chatting dan lain-lain. Kecanduan media sosial merupakan salah satu jenis

kecanduan internet yang sering dikenal dengan suatu istilah *Cyber-relation addiction* atau kecanduan terhadap situs pertemanan dunia maya.

Griffiths (2011) mendefinisikan kecanduan media sosial adalah masalah Kesehatan mental yang saat ini sangat memerlukan perawatan profesional. Kecanduan media sosial adalah sebagai perhatian yang melampaui batas atau berlebihan terhadap media sosial yang dialami oleh penggunanya sehingga, menarik penggunanya untuk terus menggunakan media sosial secara terus menerus dan mengurangi fokus dalam melakukan berbagai hal kehidupan dan kegiatan sosial. Griffiths melaporkan bahwa terdapat kriteria dalam kecanduan media sosial yaitu; *salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict* dan *relapse* (Kircaburun & Graffiths, 2018).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa suatu kecanduan media sosial adalah suatu ketidakmampuan seseorang dalam mengontrol dan menghabiskan waktu yang sangat banyak dalam menggunakan media sosial, sehingga dapat mengganggu suatu kehidupan sosial seseorang dalam interaksi sosial. Penulis mengacu pada definisi kecanduan media sosial yang disampaikan oleh Griffiths (2001).

## 2. Aspek-Aspek Kecanduan Media Sosial

Young (1998) menyatakan bahwa kecanduan media sosial mempunyai beberapa aspek didalamnya, yaitu :

- a. Penarikan dan masalah sosial (*Withdrawal and Social Problem*), Individu akan mengalami masa-masa sulit jika penggunaan individu dilarang atau dibatasi ketika menggunakan internet dan ada masalah antar pribadi karena penggunaan internet. Arti penting (*Salience*) khususnya individu yang sengaja berkhayal atau berfantasi tentang internet. Mengabaikan kehidupan sosial (*Neglecting Social Life*) individu yang sengaja tidak peduli dengan kegiatan sosial demi mengakses internet. Individu yang dengan sengaja menghabiskan waktunya untuk membuka internet dan mengurangi aktivitas sosial.
- b. Manajemen waktu dan kinerja (*Time management and performance*), Ditemukan terdapat peningkatan penggunaan internet yang tinggi, kekecewaan untuk bisa mengontrol jumlah penggunaan internet yang melibatkan permasalahan dari sisi kinerja, sekolah dan pekerjaan. Hal itu ditandai dengan kebutuhan akan kendali (*Lack Of Control*) kegagalan individu untuk mengendalikan diri serta muncul dalam waktu yang lama dan

berulang-ulang yang digunakan untuk mengakses internet. Menelantarkan pekerjaan (*Neglecting Work*) individu yang meninggalkan pekerjaannya saat mengakses internet serta mengurangi efisiensi dan kinerja individu.

- c. Pengganti Realitas (*Reality Substitute*), Memandang bagaimana internet saat ini sebagai realitas alternatif dan selingan dalam memecahkan suatu masalah nyata, yang ditandai sebagai berikut penggunaan berlebihan (*Excessive Use*) penggunaan internet dengan waktu yang berlebihan. Antisipasi (*Anticipation*) internet digunakan sebagai strategi alat pemecahan masalah yang akan muncul.

Berdasarkan penjelasan diatas yang dijabarkan oleh Young (1998) terdapat juga pendapat menurut Manayes (2015) dibagi menjadi tiga komponen kecanduan media sosial yakni :

- a. *Social Consequences* atau Konsekuensi Sosial. Suatu aktivitas pengguna dalam kehidupan sehari-hari yang dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Aktivitas tersebut dapat berupa cara mengabaikan teman dan aktivitas belajar yang semakin memburuk.
- b. *Time Displacement* atau Pengalihan Waktu. Penggunaan media sosial yang berlebihan, mengabaikan tugas yang telah diberikan dan peningkatan waktu yang digunakan dalam bermedia sosial dari sebuah cerminan waktu yang telah digunakan oleh pengguna media sosial.
- c. *Compulsive Feelings* atau Perasaan Kompulsif. Satu keinginan dalam menggambarkan perasaan pengguna media sosial, seperti halnya pengguna media sosial yang merasa bosan ketika dapat mengakses media sosial dan adanya suatu dorongan dalam menggunakan media sosial secara berlebihan atau terus-menerus.

Berdasarkan penjelasan yang dijabarkan oleh Young (1998) dan Manayes (2015), terdapat lagi penjelasan aspek yang dijelaskan oleh Graffits (2005) terdapat enam komponen aspek yakni :

- a. *Saliance* (arti penting). Suatu perilaku dan pikiran seseorang yang didominasi oleh media sosial keadaan yang dimana jaringan media sosial menjadi aktivitas terpenting dalam hidup seseorang yang telah mendominasi perasaan dan perilaku. Sebagai salah satu contoh saat seseorang yang tidak mengakses media sosial, akan terus memikirkan aktivitas yang terjadi di media sosial

- b. *Mood Modification* (modifikasi suasana hati). Suatu pengalaman tercipta dari individu yang menjadi hasil bermain internet dan dapat dilihat sebagai strategi coping. Individu segera mendapatkan kepuasan dapat menggunakan media sosial. Hal ini mengacu pada pengalaman subjektif yang dilaporkan orang sebagai konsekuensi dari yang terlibat dalam aktivitas penggunaan media sosial.
- c. *Tolerance* (toleransi). Merupakan sebuah proses dimana terjadinya suatu peningkatan aktivitas penggunaan media sosial yang dibutuhkan untuk mendapat efek perubahan dari suasana hati sebelumnya. Sikap toleransi ini terlihat pada waktu yang semakin bertambah dan peningkatan aktivitas saat mengakses media sosial untuk merubah suasana hati.
- d. *Withdrawal symptom* (gejala penarikan). Dimulai dari rasa yang tidak nyaman jika saat tidak menggunakan media sosial atau tiba-tiba mengurangi penggunaan media sosial. Keadaan perasaan atau suatu efek fisik yang tidak menyenangkan seperti perubahan mood, tubuh yang bergetar dan iritabilitas. Efeknya akan dirasakan oleh individu yang tidak mempunyai kemampuan terlibat jaringan sosial media karena melakukan suatu aktivitas lain. Hal tersebut ditunjukkan dengan murung, mudah marah mengalami kecemasan dan merasa tidak tenang jika belum membuka media sosial.
- e. *Conflict* (konflik). Media sosial menjadi salah satu penyebab konflik pada hubungan antara individu satu dengan yang lain, Pendidikan, pekerjaan dan lainnya. konflik ini juga bisa muncul dari dalam diri sendiri, sehingga kendali dengan menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mengakses suatu media sosial. Munculnya suatu pertentangan diri dan orang lain akibat banyaknya waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial.
- f. *Relapse* (kambuh). Hal ini dapat mengacu pada suatu kecenderungan individu untuk kembali mengakses media sosial dan menggunakan internet. Individu telah mencoba gagal dalam mengendalikan, mengurangi, dan berhenti menggunakan media sosial.

Berdasarkan pembahasan diatas bisa ditarik kesimpulan yang menurut Graffiths (2005), bahwa individu mengalami kecanduan media sosial memiliki beberapa aspek-aspek yakni *salince*, *mood modification*, *withdrawal symptom*, *conflict* dan *relapse*. Berdasarkan dari penjelasan diatas mengenai komponen kecanduan media sosial, maka indikator pengukuran kecanduan media sosial dalam penelitian ini maka akan menggunakan satu pendapat yang disampaikan oleh Griffiths (2005).

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecanduan Media Sosial

Menurut Montag & Reuter (2015) ada tiga faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial dalam hal ini, yakni :

- a. Faktor Sosial. Keterampilan dari komunikasi yang buruk dapat menyebabkan suatu harga diri yang rendah, mudah merasa kesepian dan dapat menimbulkan suatu permasalahan tambahan seperti halnya kesulitan dalam bekerja didalam suatu kelompok, kemampuan dalam presentasi dan hubungan interaksi sosial yang rendah. Hal tersebut dapat menyebabkan suatu individu menjadikan suatu media sosial sebagai sebuah tempat yang aman dan mudah dalam melakukan hubungan interaksi sosial (Montag & Reuter, 2015).
- b. Faktor Psikologi. Seseorang yang menderita depresi cenderung akan menggunakan internet dan media sosial sebagai sarana untuk mengatasi suatu perasaan sedih dan harga diri yang rendah terkait dengan gangguan tersebut. Seseorang menggunakan media sosial untuk sarana meluapkan perasaan sedih yang dimiliki, kesepian, dan melarikan diri ke media sosial. Ketika dalam penggunaan media sosial meningkat, kemungkinan besar dalam kehidupan nyata sehari-hari mereka merasa lebih tertekan karena terisolasi secara sosial dengan orang lain. Dalam contoh lain seseorang yang memiliki rasa kecemasan dapat mencari teman dilingkungan virtual dengan nyaman dibandingkan mencari teman secara berinteraksi langsung (Montag & Reuter, 2015).
- c. Faktor Biologis. Jika dilihat secara fungsional *magnetic resonance image* (MRI) menganalisis perbedaan antara pecandu dan non-pecandu dilakukan studi fMRI serta studi EEG ditemukan bahwa subjek yang diklasifikasikan sebagai pecandu internet memiliki aktivitas pemindaian otak yang lebih rendah dari pada prosedur menggunakan media sosial dibandingkan dengan kelompok normal (Montag & Reuter, 2015).

Selain faktor-faktor yang telah dijelaskan diatas oleh Montag & Reuter (2015) terdapat faktor-faktor lain mempengaruhi yang dijelaskan oleh Young (2010) menjelaskan faktor-faktor kecanduan media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a. Faktor Gender. Gender mempengaruhi sebuah jenis aplikasi yang telah digunakan dan penyebab individu tersebut mengalami kecanduan internet. Laki-laki lebih sering mengalami kecanduan terhadap game online, situs porno, dan perjudian online, sedangkan perempuan lebih sering mengalami sebuah kecanduan terhadap aplikasi *Chatting Online* dan aplikasi belanja *online*.

- b. Faktor Kondisi Psikologis. Survei dari Amerika Serikat menunjukkan bahwa lebih dari 90% seseorang yang sedang mengalami kecanduan internet juga mengalami kecanduan pada hal lain seperti obat-obatan, alkohol, rokok dan Seks. Kecanduan internet kadang juga dapat menimbulkan masalah-masalah emosional seperti depresi, kecemasan, dan stress. Dalam survei yang telah dilakukan diperoleh sebanyak 75% seseorang yang mengalami kecanduan disebabkan oleh adanya masalah dalam hubungan dengan orang lain, kemudian menimbulkan penggunaan aplikasi online yang bersifat interaktif seperti *chatt room* dan game online sebagai salah satu cara untuk bisa membentuk hubungan baru dan lebih percaya diri dalam berhubungan dan berinteraksi dengan orang lain melalui internet.
- c. Faktor Kondisi Sosial Ekonomi. Seseorang yang telah bekerja bisa memiliki kecanduan yang lebih besar dalam penggunaan media sosial dibandingkan dengan seseorang yang belum bekerja. Hal tersebut didukung bahwasanya individu yang telah bekerja memiliki fasilitas internet ditempat kerja dan memiliki sejumlah penghasilan yang bisa saja memungkinkan individu tersebut memiliki fasilitas internet dan komputer di rumahnya.
- d. Faktor Tujuan dan Waktu Penggunaan. Tujuan menggunakan internet menentukan sejauh mana seseorang akan mengalami kecanduan internet. Seseorang yang menggunakan internet tujuannya untuk pendidikan misalnya pelajar dan mahasiswa akan lebih banyak waktu menggunakan internet. Pada umumnya seseorang yang menggunakan untuk tujuan pendidikan maka akan rendah untuk mengalami kecanduan. Hal ini tentu saja diakibatkan tujuan penggunaan internet bukan digunakan sebagaimana semestinya, namun digunakan untuk melarikan diri dari masalah-masalah yang dihadapinya di kehidupan nyata ataupun sekedar hiburan.

## **B. Self Disclosure**

### **1. Pengertian Self Disclosure**

*Self-disclosure* terdiri dari dua kata yakni “*Self*” yang berarti diri sendiri dan “*Closure*” yang berarti penutupan, pengakhiran dan keterbukaan. Sehingga *Self-disclosure* dapat diartikan sebagai suatu pengungkapan diri mengenai berbagai informasi pribadi serta rahasia danyang dimiliki individu kepada individu lain. Wheelless (1986) menyatakan bahwa suatu pengungkapan diri adalah suatu bagian dari informasi diri yang dikomunikasikan secara lisan kepada kelompok orang.

Devito (2011) menyatakan *Self-disclosure* adalah sebuah bentuk komunikasi yang dimana seseorang bisa mengungkapkan sebuah informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak bisa dibagikan kepada individu lain dan hal tersebut dilakukan secara sadar. *Self-disclosure* berisi tentang berbagai macam-macam topik informasi tentang perilaku, sikap, keinginan, perasaan, motivasi dan sebuah pemikiran dalam diri seseorang. Pengungkapan diri dapat bisa dilihat dari situasi dan orang yang bisa diajak untuk berkomunikasi. Individu yang bisa diajak berkomunikasi dapat membuat merasa aman dan nyaman, kemungkinan seseorang melakukan pengungkapan diri menjadi lebih besar.

Badyal & Upadhayay (2004) mengungkapkan yakni salah satu komponen yang penting dari komunikasi *interpersonal* adalah keterbukaan diri, yang dimana individu secara sukarela berbagi informasi mengenai sebuah perilaku, keinginan, karakteristik dan kepercayaan pribadi dengan orang lain.

Menurut Marton (dalam Hidayat, 2012) *self-disclosure* (keterbukaan diri) adalah sebuah salah satu kegiatan untuk bisa berbagi perasaan dan informasi yang akrab dengan individu lain. Informasi tersebut bersifat deskriptif dan evaluatif. Deskriptif artinya seseorang yang menggambarkan berbagai fakta tentang dirinya yang tidak diketahui orang lain. Evaluatif adalah seseorang yang mengungkapkan suatu pendapat atau perasaan pribadi seperti tipe yang disukai atau tidak disukai (Hidayat, 2012).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Self-disclosure* (keterbukaan diri) adalah sebuah proses yang mengungkapkan informasi personal dan juga menceritakan tentang pribadinya secara sadar, untuk bisa mengungkapkan perasaan dan sebuah pengalaman pribadi yang hal tersebut bisa berpengaruh pada suatu kualitas diri serta kelekatan suatu hubungan sosial.

## 2. Aspek-Aspek *Self Disclosure*

Menurut Magno (2008) menyatakan terdapat ada sembilan aspek didalam *Self-disclosure*, yakni :

- a. Keadaan emosional diri, individu yang menyampaikan suatu perasaan, sikap serta emosi terhadap sebuah situasi peristiwa dan bisa mengungkapkan kepada individu lain.
- b. Hubungan Interpersonal, yang menunjukkan tindakan yang bisa mencapai suatu keintiman yang lebih besar dalam hubungan Interpersonal.
- c. Masalah Pribadi, yang dimana mengenai diri sendiri, menguntungkan atau bisa tidak menguntungkan terhadap yang diperlihatkan ke orang lain dalam

keyakinan, perasaan dan perilaku kepada seseorang, yang dimaksudkan dengan sikap jujur dan mencari orang lain untuk bisa lebih mengenal dekat dan baik dengan cara mengungkapkan informasi tentang diri sendiri.

- d. Agama, yakni sebuah kepercayaan seseorang untuk bisa membagikan pikiran, pengalaman, dan perasaannya terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
- e. Masalah, yang dimana menyebabkan situasi yang dapat meringankan suatu perasaan individu melalui sebuah pengungkapan suatu konflik ataupun perselisihan yang dialami oleh individu tersebut.
- f. Seks, suatu kemauan seseorang untuk bisa menceritakan tentang sebuah pengalaman, kebutuhan dan pandangan yang mengenai suatu orientasi seksualnya.
- g. Tugas, pekerjaan, serta tanggung jawab kepada seseorang yang diharapkan mampu mengerjakan dan menyelesaikannya.
- h. Persepsi, sebuah informasi dalam pikiran bahwa bersedia berbagi dengan orang lain, persepsi juga berisi tentang suatu hal atau sebuah situasi yang mana bisa dibagikan dengan orang lain.

Selain itu, dalam De Vito (2011) mengembangkan bahwa aspek-aspek yang ada dalam *Self-disclosure* adalah sebagai berikut :

- a. Tujuan (*Intent*). Tujuan yang dimaksud dalam hal ini yakni seberapa besar keinginan dan sebuah kesadaran individu untuk bisa mengontrol informasi yang akan disampaikan saat melakukan pengungkapan diri.
- b. Kejujuran-Kecermatan (*Honesty-Accuracy*). Sebuah kejujuran individu saat melakukan *Self-disclosure*, yang mengarah pada bagaimana ketepatan suatu informasi yang telah diberikan kepada orang lain. Tepat atau tidaknya suatu *Self-disclosure* dari individu dibatasi oleh kemampuan individu dalam mengenal dan memahami dirinya sendiri. Berberapa orang merasakan perasaan nyaman jika menceritakan banyak hal tentang diri mereka kepada orang lain serta individu akan dibatasi dalam keakuratan informasi yang akan dibagikan tentang dirinya sendiri.
- c. Keakraban (*Intimacy*). Individu dapat mengungkapkan cerita paling intim dari kehidupannya, sebuah hal yang dirasa sebagai impersonal atau hal yang hanya bohong.
- d. Jumlah (*Amount*). Jumlah berhubungan suatu intensitas dengan seseorang ketika mengungkapkan diri. Jumlah *Self-disclosure* dapat dilihat dari banyaknya frekuensi dan waktu yang telah dibutuhkan seseorang saat melakukan pengungkapan diri.



- e. Valensi (*Valance*). Merupakan hal positif atau negatif dari *Self-disclosure*. Individu dapat mengungkapkan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan tentang dirinya, memuji hal yang ada dalam dirinya atau bisa sebaliknya menjelekkan dirinya sendiri.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecanduan Media Sosial

Devito (2011) mengemukakan ada delapan faktor yang melatar belakangi individu untuk melakukan *Self-disclosure* (keterbukaan diri) yakni :

- a. Efek Diadik Adanya pengungkapan diri yang dilakukan dua arah untuk membuat timbal balik dari lawan bicara agar mendapat respon positif yang bisa membuat seseorang semakin yakin untuk membuka diri.
- b. Ukuran Khalayak *Self-disclosure* merupakan sebuah karakteristik komunikasi intrapersonal, oleh karena itu kemungkinan yang terbesar terjadinya *Self-disclosure*, apabila khalayak dalam komunikasi tersebut jumlahnya besar, maka individu tersebut akan mengalami kesulitan saat mengendalikan dan menerima umpan balik dari lawan komunikasi. Namun apabila lingkupnya kecil maka individu cenderung bisa lebih mudah mengendalikan situasi.
- c. Jenis Kelamin Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwasanya, wanita lebih bisa mudah untuk melakukan *Self-disclosure* akan dirinya dibandingkan dengan laki-laki.
- d. Topik Bahasan Topik pembahasan didalamnya bisa menjadikan salah satu elemen yang sangat penting untuk seseorang dalam melakukan *Self-disclosure*. Individu akan bisa membicarakan suatu hala yang umum pada awal pembahasan yang akan menjadikan lebih akrab bila membahas suatu topik yang bisa menarik perhatian si pemberi informasi dan si penerima informasi.
- e. Valensi Nilai suatu informasi bisa positif ataupun negatif yang berpengaruh pada proses keterbukaan diri seseorang. Seseorang akan lebih menyukai pengungkapan diri yang positif daripada pengungkapan diri yang negatif.
- f. Ras, Usia serta Kewarganegaraan Perbedaan Ras juga bisa berpengaruh terhadap proses *Self-disclosure*. Misalnya Ras Jawa dengan orang Ras Bali lebih sering membuka diri, selanjutnya rentang usia individu dengan usia 17 tahun sampai dengan 30 tahun melakukan pengungkapan diri lebih banyak dibandingkan dengan orang yang memiliki usia lebih muda atau lebih tua dari rentang usia tersebut.
- g. Mitra hubungan Pengungkapan diri kepada orang lain yang memiliki hubungan dekat, misalnya suami dan istri, jika individu tersebut

memandang penuh perhatian dan hangat maka semakin mudah individu dalam membuka diri pada orang tersebut, begitupun sebaliknya.

- h. Kepribadian Individu yang memiliki tipe kepribadian *extrovert* cenderung akan lebih mudah dalam melakukan pengungkapan diri pada orang lain. Individu yang memiliki tipe kepribadian *Introvert* kurang memiliki keberanian dalam berkomunikasi dan juga akan mengalami kesulitan dalam pengungkapan diri dari pada mereka yang bisa merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

### **C. Interpersonal Trust**

#### **1. Definisi *Interpersonal Trust***

Dalam suatu hubungan diperlukan adanya suatu kepercayaan interpersonal atau *interpersonal trust*. *Interpersonal trust* sering dikutip sebagai suatu ciri-ciri dalam hubungan yang efektif, *Interpersonal trust* juga didasari oleh suatu keyakinan pada apa yang telah dikatakan dan dilakukan dalam suatu hubungan relasi yang dibangun oleh seseorang (Feist, 2008).

Deutsch (dalam Feist, 2008) mendefinisikan *interpersonal trust* sebagai suatu keyakinan dalam suatu pihak yang akan menemukan apa yang diinginkan dari individu lain yang berupa suatu harapan dalam suatu hubungan. Deutsch menggambarkan *interpersonal trust* sebagai suatu kesediaan yang menempatkan diri dalam posisi yang beresiko dan tidak muncul di awal hubungan, karena akan mendapatkan sedikit perasaan yang takut terkait pengalaman dimasa lalu.

Menurut Borum (2010) suatu kepercayaan pada dasarnya kesediaan untuk menerima suatu kerentanan atau sebuah suatu resiko yang berdasarkan harapan mengenai perilaku seseorang. Kepercayaan mengandalkan suatu perilaku seseorang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, prosesnya pencapaian itu bersifat tidak pasti atau dalam situasi yang penuh resiko. Kepercayaan sangat penting serta paling tidak bisa didefinisikan dengan baik dan diukur menggunakan konsep yang bisa mempengaruhi individu secara kompleks. Tingkat kepercayaan dalam suatu hubungan akan bisa berubah-ubah serta berbeda sesuai dengan kemampuan masing-masing individu untuk mempercayai dan dapat dipercaya.

Rotterbag (2008) *Interpersonal Trust* merupakan sebuah harapan yang dimiliki oleh individu dan kelompok bahwa secara verbal dalam suatu bentuk kata, janji serta bentuk tertulis yang dapat diandalkan dan dipercayai. Kepercayaan *interpersonal* merupakan sebuah keyakinan seseorang untuk bisa percaya dan yakin atas segala sesuatu bentuk perilaku, termasuk suatu tindakan

serta ucapan dari individu lain. Kepercayaan *interpersonal* sangatlah penting untuk menjaga sebuah hubungan sosial dan hubungan *interpersonal* yang positif, baik dalam pemeliharaan dan pembentukan relasi maupun dalam menjalin suatu komunikasi sehari-hari. Roternbag (2010) mendefinisikan kepercayaan sebagai keterandalan (*reability*), emosi (*emotional*) dan kejujuran (*honesty*). Semua itu adalah suatu harapan positif tentang suatu perilaku.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat bisa disimpulkan bahwa *Interpersonal Trust* adalah sebagai bentuk keyakinan dan keinginan positif yang dapat dilakukan secara sadar oleh individu untuk percaya, menerima dan menghargai segala bentuk perilaku dan kemampuan dari individu lain.

## 2. Aspek-Aspek *Interpersonal Trust*

Kepercayaan adalah konstruk multidimensional yang kompleks dan dapat dipengaruhi dengan cara yang berbeda dari segala kepercayaan yang berbeda. Mayer (1995) mengembangkan suatu model dimensi dari kepercayaan yakni :

- a. Kemampuan (*ability*). Kemampuan yakni sekelompok keahlian, kompetensi dan karakteristik yang memungkinkan satu individu memiliki domain spesifik. Kemampuan meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan, dan ilmu pengetahuan.
- b. Kebaikan Hati (*benevolence*). Sejauh mana *Trustee* ingin melakukan dan memberikan yang terbaik kepada *Trustor*, terlepas dari motif keuntungan yang sifatnya egosentris. Kebaikan hati meliputi perhatian, empati, kesetiaan, keyakinan dan daya terima.
- c. Integeritas (*intergrity*). Integeritas persepsi *Trustor* bahwa *Trustee* akan bertahan pada kaitan prinsip yang telah diberikan kepada *Trustor*. Integeritas dapat dilihat dari sudut kewajaran, pemenuhan, kesetiaan dan keterkaitan.

Dari penjelasan Mayer (1995) terdapat pendapat lagi dari, Roternberg (2010) menyatakan bahwa kepercayaan *interpersonal* memiliki tiga aspek penting didalamnya yaitu :

- a. Keterandalan (*Reability*). Dimaksudkan dalam aspek kepercayaan *interpersonal* adalah suatu kemampuan individu dalam memenuhi dan membuktikan ucapan serta janji melalui sebuah perilaku. Hal ini berarti bahwa individu tidak hanya bisa berucap mengenai kemampuan yang dia miliki namun juga bisa mengimplementasikan dalam suatu tindakan yang nantinya ucapannya bisa dapat dipercaya, hal tersebut ditandai dengan memenuhi kata-kata dan menepati janji.

- b. Emosi (*Emotional*). Aspek yang mengarah kepada individu dapat menahan dirinya supaya tidak menyakiti suatu perasaan orang lain, seperti halnya mau menerima tempat mengungkapkan sebuah perasaan (*disclosure*), dapat bisa dipercaya menyimpan sebuah rahasia, memberikan suatu kritik dan saran yang membangun, menahan diri agar tidak menyakiti perasaan individu lain dan menghindari suatu tindakan yang bisa menimbulkan rasa malu.
- c. Kejujuran (*Honesty*). Aspek ini merujuk pada individu yang bisa mengelola sebuah perilaku menggunakan niatan yang baik daripada niatan jelek, menggunakan perasaan serta sikap yang tulus kepada individu lain, dan memberi suatu kepercayaan kepada individu lain dengan menceritakan sebuah kebenaran yang sesungguhnya. Indikator sebuah kejujuran adalah sebagai berikut :
  - 1. Menunjukkan kepada individu akan kebenaran cerita
  - 2. Mengelola perilaku dengan niat yang baik dan buruk
  - 3. Cara bisa mempunyai sikap tulus kepada individu lain.

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Interpersonal Trust*

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan Interpersonal seseorang menurut Lewicki (dalam Deutsch, 2006) :

- a. Predisposisi Kepribadian, Menunjukkan bahwa disetiap manusia memiliki predisposisi yang tidak sama untuk bisa percaya kepada seseorang. Semakin tinggi tingkat predisposisi individu terhadap *trust*, semakin besar juga harapan untuk bisa mempercayai individu lain.
- b. Reputasi dan Stereotype, Individu tidak memiliki pengalaman langsung dengan individu lain, suatu harapan individu dapat terbentuk jika melalui apa yang mereka pelajari dari individu lain. Reputasi orang lain biasanya bisa membentuk harapan yang kuat akan membawa individu untuk bisa melihat elemen *trust* dan *distrust* yang akan membawanya kepada pendekatan pada suatu hubungan yang saling percaya.
- c. Pengalaman Aktual, Sebagian besar individu membangun *trust* dari suatu pengalaman untuk berbicara, berkomunikasi, bekerja, serta berkoordinasi. Hal tersebut sangat efektif didalam sebuah hubungan untuk membangun *trust* dan sebagian lagi efektif didalam *distrust*. Sepanjang dalam perjalanan waktu, baik elemen *trust* maupun *distrust* memulai untuk bisa menguasai pengalaman, untuk bisa menstabilkan serta mudah mendefinisikan sebuah hubungan. Ketika pola-pola tersebut sudah baik dan stabil, individu akan

cenderung menggeneralisasikan sebuah hubungan serta menggambarkan tinggi atau rendahnya suatu kepercayaan atau ketidakpercayaan (*trust* and *distrust*).

- d. Orientasi Psikologis, Deutsch (2006) menyatakan bahwa orientasi sebuah psikologis seseorang dapat mempertahankan dan membangun suatu hubungan sosial mereka. orientasi ini dipengaruhi dengan adanya hubungan yang terbentuk dalam artian agar orientasi ini tetap berjalan dengan baik dan stabil. Individu akan mencari suatu hubungan dengan individu yang memiliki kesamaan. Membangun *trust* dengan orang lain merupakan suatu hal yang tidak mudah, hal tersebut tergantung pada sikap dan perilaku serta kemampuan individu lain untuk bisa mempercayai dan mengambil resiko dalam suatu hubungan yang telah dibangun.

Sedangkan menurut (Rakhmat, 2009) ada tiga faktor yang dapat menumbuhkan sikap percaya atau mengembangkan komunikasi yang didasarkan pada suatu sikap saling percaya yaitu :

- a. Menerima, yaitu suatu kemampuan berhubungan dengan individu lain dengan cara menilai dan tanpa berusaha mengendalikan. Menerima adalah suatu sikap melihat orang lain sebagai manusia, sebagai individu yang patut dihargai. Kita menerima individu lain apabila kita menerima orang lain apa adanya dan tidak berusaha mengatur.
- b. Empati, yaitu faktor yang menumbuhkan sikap percaya diri orang lain. Empati dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional bagi kita. Pengertian dari empati sering dikaitkan dengan simpati yakni menempatkan diri kita secara imajinatif pada posisi orang lain.
- c. Kejujuran, yaitu sikap menerima dan empati kita mungkin akan dipersepsikan salah oleh orang lain. Kita harus jujur mengungkapkan diri kita kepada orang lain. Individu cenderung akan menaruh kepercayaan pada orang yang terbuka dan tidak dibuat-buat. Kejujuran membuat perilaku kita dapat diduga yang kemudian mendorong individu untuk percaya kepada kita

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa *Interpersonal Trust* adalah sebuah reliabel dari sebuah pembuktian yang ada dalam suatu hubungan dalam membangun *trust* yang dilihat dari pembuktian yang ada yakni emosi termasuk bagaimana individu bisa menahan diri, dan kejujuran yang dapat dilakukan dan harus diimplementasikan dalam menceritakan suatu kebenaran yang terjadi.

#### D. Kerangka Berpikir

Young (2010) menyatakan bahwa kecanduan media sosial yang merupakan sindrom turunan dari kecanduan internet, yang ditandai dengan kecanduan pada aplikasi media sosial. Kecanduan tersebut diakibatkan oleh penggunaan waktu pada saat mengakses media sosial dengan intensitas yang sangat tinggi. *Internet addiction* merupakan bentuk perkembangan teknologi informasi yang memiliki pola sama dengan individu yang mengalami kecanduan alkohol, obat-obatan judi, dan game online yang mengakibatkan dampak negatif, Kriteria yang mengindikasikan individu terkena kecanduan media sosial yang merupakan turunan dari *internet-addiction*. Berberapa aspek yang mirip dengan kriteria seseorang mengalami *internet-addiction* yaitu merasakan kenyamanan pada fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial, memerlukan waktu yang lama untuk sekedar mengakses media sosial, krisis dalam mengontrol diri pada saat menggunakan media sosial, memiliki perasaan negatif dan cenderung depresif ketika tidak mengakses internet. Menurut Graffits (2002) mengartikan kecanduan media sosial adalah salah satu perilaku yang komplusif dan kurangnya kontrol pada penggunaan media sosial. Terbentuknya adiksi kecanduan media sosial disebabkan munculnya stimulus yang ada dalam media sosial. Hal tersebut tentu akan menarik perhatian remaja untuk bisa mengekspresikan diri sekaligus membentuk relasi hubungan dengan individu lain secara tidak langsung (*Online*). Ketertarikan remaja pada aplikasi media sosial yang kemudian menimbulkan banyak efek negatif. Aplikasi yang digunakan secara berlebihan dan tidak terkontrol dengan baik pemanfaatannya. Seperti yang telah dijelaskan oleh Young (2010) bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan akan banyak menimbulkan *negative moods* atau perasaan yang tidak nyaman, ketika individu tersebut tidak dapat menggunakan media sosial. Apabila keinginan individu untuk berkreasi dan mencari informasi tidak terpenuhi maka hal tersebut akan menjadikan sebuah *pressure* (tekanan) pada individu.

Menurut Devito (2010) *Self-disclosure* jenis komunikasi yang dimana individu mengungkapkan berbagai informasi tentang dirinya sendiri yang biasanya disembunyikan. Informasi tersebut bisa berupa tentang diri sendiri, tentang apa yang sedang dipikirkan, tentang perasaan, dan perilaku dari individu serta tentang orang lain yang sangat dekat berada dalam pikirannya. Jonshon (2016) menyatakan bahwa *Self-disclosure* adalah memberi atau membagikan kepada orang lain tentang masa lalu yang pernah dialami serta membagikan perasaan terhadap sesuatu yang telah dikatakan dan dilakukan atau perasaan terhadap kejadian-kejadian yang baru dialami. Papu (2002) mengatakan bahwa *Self-disclosure* adalah pemberian informasi tentang diri sendiri seperti pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat dan cita-cita.

Berdasarkan Teori Johari Window (Devito, 2011) pengungkapan diri bisa berdampak positif jika individu membuka diri dalam posisi daerah terbuka yaitu daerah yang dimana bisa memberikan informasi, perilaku, sikap maupun keinginan serta motivasi yang diketahui diri sendiri dan oleh individu lain. Pengungkapan diri mengenai perasaan dapat dilakukan kepada orang yang telah terciptanya rasa nyaman.

Roternberg (2010) berpendapat bahwa *Interpersonal Trust* sangatlah penting untuk menjaga sebuah hubungan interpersonal yang positif. Roternberg (2010) mengatakan bahwa kepercayaan interpersonal adalah keyakinan-keyakinan (*beliefs*), atau harapan (*expectations*), emosi (*emotional*), dan kejujuran (*honesty*) yang berisi harapan positif tentang perilaku seseorang. Salah satu aspek dari kepercayaan interpersonal adalah keterandalan yaitu individu yang dapat memenuhi dan membuktikan setiap perkataan dan janjinya melalui perilaku. Individu dapat membuktikan perkataan dan janjinya dengan perbuatan maka akan lebih mudah menjalin kelekatan dengan individu lain. Baron & Byrne (2005) menyatakan bahwa individu yang memiliki teman intim cenderung pribadi jujur, saling terbuka dan minim untuk berbohong demi bisa mencurahkan apa yang dirasakan.

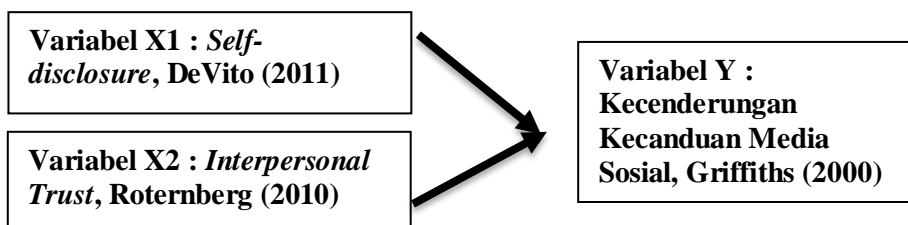
Seseorang yang mengalami kecanduan media sosial bisa mengakses media sosial dan terlibat penggunaan media sosial merasa sudah paling merasa paling mengenal dan sudah mengetahui individu yang menjadi teman atau pengikut di media sosial. Walaupun terkadang secara fisik belum pernah ketemu dan bertatap muka, kedekatan itu biasanya terjadi hanya berdasarkan bahasa verbal yang intens. Makadari itu penggunaan media sosial yang secara berlebihan menurut salah satu aspek dari Young (2011) yakni pengabaian terhadap kehidupan sosial (*neglect to social life*) individu lebih memilih mengakses internet sebagai bentuk pengabaian pada kehidupan sosialnya, serta lebih banyak menggunakan waktunya di media sosial daripada untuk bersosial secara langsung dengan individu lain.

Menurut Johnson (2014) suatu kepercayaan merupakan aspek dalam suatu hubungan secara terus menerus berubah serta bervariasi yang dibangun melalui rangkaian tindakan *trusting* dan *trustworthy*. *Trusting* adalah kemauan untuk mengambil resiko terhadap akibat yang baik dan buruk. Sedangkan *Trustworthy* adalah perilaku yang melibatkan penerimaan terhadap kepercayaan individu lain. Individu yang memiliki *Trust* yang tinggi dan berada dikondisi yang *acceptane* akan mampu untuk mengungkapkan pemikiran, ide, kesimpulan, perasaan dan reaksinya. Sehingga individu mampu untuk aserti dan pada akhirnya individu mampu melakukan *Self-disclosure*, begitupun sebaliknya apabila individu memiliki trust yang rendah dan tidak berada dilaam keadaan yang *acceptane* akan memiliki hambatan dalam melakukan *Self-disclosure*.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ignatius & Kokkonen (2007) *Self-disclosure* biasanya dilakukan oleh individu yang dipercaya. Individu akan melakukan *Self-disclosure* kepada orang yang diyakini bisa membantu dan mendukungnya. Penelitian dilakukan oleh Carter (2013) bahwa penggunaan media sosial mengungkapkan informasi mereka kepada orang-orang yang dirasa sudah memiliki hubungan dekat dan bisa dapat dipercaya untuk bisa menjaga informasinya agar tidak disebarluaskan. Penelitian Derlega (2009) menyatakan bahwa individu akan mudah terbuka kepada seseorang yang sudah dianggap dekat dan disukai, daripada dengan orang-orang yang tidak disukai. Berdasarkan penelitian Hakansson dan Witme (2015) terdapat 8 artikel yang menunjukkan adanya korelasi positif antara penggunaan media sosial dan *Interpersonal Trust* yaitu artikel dari Jordi Liss (2011) dalam artikel tersebut menyatakan bahwa *trust* dan penggunaan media sosial dapat memfasilitasi para pengguna untuk saling berkomunikasi. Kemudian artikel penelitian selanjutnya yang dilakukan Beaudion (2008) menyatakan bahwa penggunaan internet dapat mempengaruhi *interpersonal trust*. Penelitian selanjutnya oleh Best & Krueger (20026) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa lamanya interaksi secara online dengan individu baru merupakan sebuah *predictor* dan *generalized trust*.

Hasil penelitian selanjutnya dilakukan oleh Overwell & Hylighen (2006) menyatakan bahwa keterbukaan diri akan mempengaruhi komunikasi, harapan dan pada akhirnya berakibat pada hubungan interpersonal serta membuat orang berkeinginan untuk berbagi informasi dan komunikasi, dan hal ini memunculkan kepercayaan. Penelitian selanjutnya dilakukan Taxkiah dan Endah (2021) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *interpersonal trust* dengan *Self-disclosure*

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :



**Gambar 1 Hubungan antar variabel**

Keterangan :

X<sub>1</sub> : *Self Disclosure*

X<sub>2</sub> : *Interpersonal Trust*

→ Y : Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Hubungan Antara *Self Disclosure* dan *Interpersonal Trust* Dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Pada Generasi Z.



### **E. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Ada hubungan antara *self disclosure* dan *interpersonal trust* dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada generasi z.
2. Ada hubungan negatif *Self-disclosure* dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial pada Generasi Z, semakin tinggi *Self-disclosure* maka semakin rendah Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Pada Generasi Z, semakin rendah *Self-disclosure* maka semakin tinggi pula Kecenderungan Kecanduan Media Sosial pada Generasi Z.
3. Ada hubungan negatif *Interpersonal Trust* dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial pada Generasi Z, semakin tinggi *Interpersonal Trust* maka semakin rendah Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Pada Generasi Z, semakin rendah *Interpersonal Trust* maka semakin tinggi pula Kecenderungan Kecanduan Media Sosial pada Generasi Z.