
ANALISA KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI BIMBINGAN KONSELING UNIVERSITAS PGRI BANYUWANGI**Brillyan Gita Abigamika Arimbawa**

Program Studi Bimbingan dan Konseling Univeristas PGRI Banyuwangi

Miftahul Arifin

Dosen Bimbingan dan Konseling Univeristas PGRI Banyuwangi

*Miftahularifin223@gmail.com***Siti Napisah**

Dosen Bimbingan dan Konseling Univeristas PGRI Banyuwangi

Abstrak

Mahasiswa program studi bimbingan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi, maka aktivitas mahasiswa yang bersangkutan akan terganggu, baik aktivitas sehari-harinya maupun aktivitasnya sebagai mahasiswa. Jika hal ini terus dibiarkan maka mahasiswa yang bersangkutan tidak bisa menjadi lulusan yang berkompeten di bidang konseling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan hasil penelitian adalah Aplikasi Whatsapp merupakan media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi, yaitu dari 61 responden mahasiswa, sebanyak 55 mahasiswa (90,2%) paling sering mengakses media sosial ini. Dan Intensitas mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas PGRI Banyuwangi dalam mengakses media sosial termasuk kategori sedang. Terbukti dari data yang telah dianalisa menunjukkan dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, sebanyak 12 mahasiswa (19,67%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori rendah, 30 mahasiswa (49,18%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori sedang dan 19 mahasiswa (31,14%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori tinggi

Kata Kunci : *kecanduan, media social, bimbingan dan konseling***ABSTRACT**

Students of the counseling guidance study program at PGRI Banyuwangi University, then the student's activities will be disrupted, both his daily activities and his activities as a student. If this continues, the student concerned cannot become competent graduates in the counseling field. This study uses a quantitative approach with a phenomenological approach with the results of the research being that the Whatsapp application is the most frequently accessed social media by students of the PGRI Banyuwangi University counseling study program, namely from 61 student respondents, 55 students (90.2%) access the media the most. this social. And the intensity of the guidance and counseling study program students of the PGRI

Banyuwangi University in accessing social media is in the medium category. Evidenced by the data that has been analyzed shows that out of 61 students who were research respondents, 12 students (19.67%) had the intensity of accessing social media in the low category, 30 students (49.18%) had the intensity of accessing social media in the medium category and 19 students (31.14%) have the intensity of accessing social media in the high category

Keywords: addiction, social media, guidance and counseling

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sangat mempermudah kehidupan manusia, di era globalisasi saat ini berkembang berbagai macam teknologi yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Salah satunya adalah media sosial yang berkembang pada smartphone memampukan manusia untuk melakukan berbagai hal di internet, khususnya melakukan hubungan sosial melalui internet. Dirgaya (dalam Sari & Rinaldi, 2019, hlm. 8) mengatakan bahwa media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna lain dan menerima serta mengundang pengguna yang tersedia agar dapat bergabung dalam situs tersebut.

Semakin majunya internet dan hadirnya smartphone maka media sosial pun ikut berkembang pesat (Cahyono, 2016, hlm. 152), media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini, hal ini dapat kita ketahui dari sebagian besar manusia telah memiliki media sosial, semua kalangan masyarakat menggunakan aplikasi ini, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, pengusaha, seniman, dan lain sebagainya.

Berkat media sosial, banyak kebutuhan manusia yang terbantu pemenuhannya, mulai dari pemenuhan kebutuhan sehari-hari, bersosialisasi, mencari informasi sampai kepada pemenuhan kebutuhan hiburan (Hakim, 2017, hlm. 280). Media sosial merupakan sarana untuk berhubungan dengan orang yang jauh keberadaannya, membantu manusia untuk berbagi foto, video, tulisan, media mencari video, musik dan gambar yang menghibur, sarana aktualisasi diri, dapat digunakan untuk membantu keperluan bisnis, sarana menjual barang dan jasa, membagikan informasi dan pengetahuan.

Menurut Dwitutami (2013, hlm. 51) media sosial adalah media komunikasi yang mudah, murah, dan hanya membutuhkan hitungan menit untuk mengirim pesan kepada akun media sosial teman yang dituju, menjadi solusi jarak dan waktu dalam berkomunikasi. Ada banyak macam media sosial saat ini, antara lain Whatsapp, Instagram, Twitter, Facebook, dan banyak lagi lainnya yang tidak terlalu populer digunakan. Aplikasi-aplikasi media sosial tersebut merupakan media internet yang berbasis pertemanan dan dapat menjalin relasi menurut aktivitas penggunanya.

Media sosial sangat membantu kehidupan manusia saat ini, terutama untuk membangun kehidupan sosial via internet dan mencari informasi. Media sosial juga memiliki pengaruh negatif jika digunakan secara berlebihan, seperti berkurangnya interaksi sosial secara langsung dengan teman atau keluarga, sering menunda-nunda pekerjaan, mengalami susah tidur karena waktu tidur digunakan untuk bermain media sosial, mengganggu kesehatan mata, mempengaruhi kesehatan mental penggunanya (Hakim, 2017, hlm 282).

Kemudahan mengakses layanan media sosial dapat membuat pengguna terlalu berlebihan dalam penggunaan media online ini, hal ini berpotensi mengakibatkan kecanduan pada penggunanya. Kecanduan Menurut Marjorsy (dalam Sari & Rinaldi, 2019, hlm. 3) merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang tidak mampu dilepas sehingga membuat individu kurang dapat mengontrol dirinya untuk melakukan kegiatan tertentu yang disenangi.

Kecanduan mengakses media sosial dapat dikategorikan ke dalam gangguan Internet Addiction Disorder (IAD) atau gangguan kecanduan internet yaitu sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat online. Orang-orang yang menunjukkan sindrom ini akan merasa cemas, depresi, atau hampa saat tidak online di internet, dimana akibat banyaknya waktu yang mereka gunakan untuk online membuat mereka tidak peduli dengan kehidupan mereka di dunia nyata, mereka merasa dunia maya (virtual reality) pada layar komputernya lebih menarik daripada dunia nyata hidupnya sehari-hari (Basri, 2014, hlm. 412).

Kecanduan media sosial sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari, Wee dkk (dalam Hakim & Raj, 2017, hlm. 281) mengemukakan kecanduan internet dapat mengakibatkan efek samping yang cukup besar pada kehidupan manusia saat ini, seperti kecemasan, depresi, penurunan fisik dan kesehatan mental, hubungan interpersonal, dan penurunan kinerja.

Kimberly S. Young (dalam Basri, 2014, hlm. 414) menyebut pengguna internet yang adiktif sebagai dependent, yakni menggunakan aplikasi internet yang berupa komunikasi dua arah untuk bertemu, bersosialisasi dan bertukar ide dengan orang-orang yang baru dikenal melalui internet. Biasanya waktu yang digunakan dalam berinternet antara 20 hingga 80 jam per minggu dengan 15 jam persesi online. Sedangkan individu yang normal dalam menggunakan internet hanya menggunakan internet antara 4 sampai 5 jam per Minggu.

Di Universitas PGRI Banyuwangi, khususnya di program studi bimbingan dan konseling, semua mahasiswanya memiliki media sosial. Hal ini diketahui melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti juga mendapati beberapa mahasiswa mengoperasikan media sosialnya ketika jam perkuliahan. Peneliti menduga mahasiswa program bimbingan dan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi kecanduan media sosial. Dugaan ini diperkuat oleh fakta di lapangan bahwa semua mahasiswa mempunyai aplikasi media sosial lebih dari satu di smartphone-nya.

Hal tersebut yang membuat peneliti merasa perlu melakukan analisa mengenai kecanduan media sosial pada mahasiswa program studi bimbingan dan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi. Supaya diketahui secara pasti tingkat kecanduan media sosial di Universitas PGRI Banyuwangi, yang selanjutnya bisa dicarikan solusi untuk mengatasi kecanduan media sosial oleh peneliti lainnya.

Kecanduan Media Sosial

Pengertian Kecanduan

Menurut prespektif psikologi (dalam Basri, 2014, hlm. 412), addiction (kecanduan) didefinisikan sebagai keadaan individu yang merasa terdorong untuk menggunakan atau

melakukan sesuatu agar mendapatkan atau memperoleh efek menyenangkan dari yang dihasilkannya oleh sesuatu yang dilakukan atau digunakan tersebut.

Davis (dalam Basri, 2014, hlm. 412) memaknai addiction (kecanduan) sebagai bentuk ketergantungan secara psikologis antara seseorang dengan suatu stimulus, yang biasanya tidak selalu berupa suatu benda atau zat.

Menurut Marjorsy (dalam Sari & Rinaldi, 2019, hlm. 3) kecanduan merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang tidak mampu dilepas sehingga membuat individu kurang dapat mengontrol dirinya untuk melakukan kegiatan tertentu yang disenangi.

Berdasarkan pemaparan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kecanduan adalah ketergantungan pada suatu hal yang membuat individu tersebut tidak bisa mengontrol dirinya dalam menggunakan atau melakukan suatu hal yang membuatnya merasakan keterganungan. Keadaan ketergantungan ini disebabkan karena efek menyenangkan saat menggunakan atau melakukan hal-hal yang membuat canda tersebut.

Ciri-ciri Kecanduan

Teori yang dikemukakan Soetjipto (dalam Dewi & Trikusumaadi, 2016, hlm. 227) bahwa kecanduan dalam hal ini kecanduan internet memiliki gejala psikologis antara lain perasaan euphoria, ketidakmampuan mengontrol pemakaian internet dalam hal ini media sosial, menambah waktu untuk bermain media sosial, kemampuan bersosialisasi berkurang, depresi, suka berbohong, dan bermasalah secara sosial. Ketika individu mulai kecanduan internet, individu tersebut cenderung menarik diri dari dunia nyata.

Dewi & Trikusumaadi (2016, hlm. 227) menjelaskan pola kecanduan internet nampak mirip dengan gejala kecanduan pada zat psikoaktif, dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kecanduan internet merupakan pola kecanduan yang sudah dikenal sejak lama dengan objek yang lebih modern.

Penyebab Kecanduan

Yuwanto (dalam Sari & Rinaldi, 2019, hlm. 9) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kecanduan mengakses jejaring sosial adalah faktor sosial, dimana faktor sosial ini merupakan sarana untuk individu berinteraksi dengan orang lain, dalam faktor ini terdapat mandatory behavior yang artinya memuaskan kebutuhan dalam berinteraksi dengan orang lain. Orang yang kecanduan tersebut menemukan kepuasan yang tidak didapatkan di dunia nyata.

Hakim & Raj (2017, hlm. 281) menjelaskan alasan remaja yang mengalami kecanduan media sosial dikarenakan ia tidak memperoleh kepuasan diri ketika melakukan hubungan sosial secara langsung atau face to face maka dari itu individu tersebut harus bergantung pada komunikasi online untuk memenuhi kebutuhannya dalam berinteraksi secara sosial.

Maheswari & Dwitutami (2013, hlm. 51) menjelaskan bahwa media sosial digunakan sebagai sarana pelarian dari kehidupan nyata yang memicu stres dan tidak menyenangkan bagi individu. Ketika mengakses situs jejaring sosial, individu merasa bersemangat kembali dan muncul perasaan tenang ketika dapat berinteraksi dengan orang lain melalui media internet tersebut.

Indikator Kecanduan

Kecanduan media sosial termasuk dalam kecanduan internet atau *Internet Addiction Disorder* (IAD), oleh sebab itu indikator kecanduan media sosial mengikuti indikator kecanduan internet yang dikemukakan oleh Kimberly S. Young (dalam Basri, 2014, hlm. 415) menyebutkan beberapa kriteria sebagai indikator individu yang kecanduan internet, antara lain:

1. Perhatian tertuju pada internet. Kriteria ini dimaksudkan bahwa, individu yang kecanduan biasanya perhatiannya selalu terpaku hanya untuk memikirkan aktifitas online. Baik aktifitas online yang telah dilakukan sebelumnya maupun harapannya untuk segera online kembali.
2. Penggunaan internet terus meningkat. Kriteria ini dimaksudkan bahwa individu memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan internet dengan jumlah waktu yang semakin meningkat untuk mendapatkan kepuasan.
3. Tidak mampu mengontrol penggunaan internet. Kriteria ini menjelaskan bahwa individu tidak mampu mengendalikan dirinya untuk tidak berinternet, apalagi untuk mengurangi, atau menghentikan penggunaan internet.
4. Perasaannya tidak nyaman jika offline. Kriteria yang keempat ini dimaksudkan bahwa individu akan merasa gelisah, murung, tertekan atau lekas marah ketika mengurangi atau menghentikan penggunaan internet.
5. Online lebih lama dari yang diharapkan. Kriteria ini dimaksudkan bahwa individu sulit menetapkan waktu kapan harus menghentikan aktifitasnya berinternet. Misalnya, sejak awal sudah diplot akan berinternet selama satu jam, tetapi kenyataannya selang satu jam tidak dapat menghentikan aktifitas tersebut, bahkan terus bertambah.
6. Berani kehilangan segala sesuatu yang berarti. Kriteria ini dimaksudkan bahwa individu berani mempertaruhkan atau mengambil resiko untuk kehilangan sesuatu yang sangat penting dalam hidupnya hanya demi kepentingan berinternet. Misalnya, hubungan dengan orang terdekat (significant others) seperti orang tua, kemudian pekerjaan, pendidikan, bahkan kesempatan berkarir.
7. Berbohong tentang aktivitas berinternet. Kriteria ini maksudnya adalah bahwa individu berani berbohong terhadap anggota keluarga, terapis atau yang lainnya untuk menyembunyikan aktifitasnya yang berkaitan dengan internet.
8. Menggunakan internet untuk melarikan diri dari masalah. Kriteria ini sangat jelas menggambarkan bagaimana internet itu dijadikan tempat pelarian atau solusi dari masalah yang dihadapi. Hal ini dilakukannya bukan hanya karena ketidakmampuannya menghadapi masalah yang dihadapi, tetapi juga karena untuk menghilangkan ketidaknyamanannya atau dysphoric mood (perasaan tidak berdaya, rasa bersalah, cemas, depresi).

Dampak Kecanduan

Wee dkk (dalam Hakim & Raj, 2017, hlm. 281) mengemukakan kecanduan internet dapat mengakibatkan efek samping yang cukup besar pada kehidupan remaja, seperti kecemasan, depresi, penurunan fisik dan kesehatan mental, hubungan interpersonal, dan penurunan kinerja.

Hakim & Raj (2017, hlm. 282) Ketika offline media sosial subjek merasakan perasaan takut, gelisah, cemas, bingung, bosan, was-was, panik, dan sedih, sebel dan kesel hati. Aktivitas yang dilakukan ketika offline atau ketika sedang tidak mengakses internet biasanya ketika itu subjek sedang tidur atau menyibukkan diri dengan menonton film yang sudah di download-nya.

Young dan Rodgers (dalam Dewi & Trikusumaadi, 2016, hlm. 224) mengemukakan dampak negatif dari kecanduan internet membuat seseorang menjadi malas untuk berkomunikasi di dunia nyata karena merasa lebih menyenangkan untuk berkomunikasi dengan teman online sehingga mengakibatkan kurangnya rasa empati terhadap lingkungan sekitar.

Media Sosial

Dirgayuza (dalam Sari & Rinaldi, 2019, hlm. 8) mengatakan bahwa media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna lain dan menerima serta mengundang pengguna yang tersedia agar dapat bergabung dalam situs tersebut.

Cahyono (2016, hlm. 142) Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Taprial & Kanwar (dalam Tarigan dkk ,2019, hlm. 83) mengungkapkan media sosial merupakan media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial di dalam jaringan (Daring) dengan cara berbagi isi, berita, foto dan hal lainnya dengan orang banyak.

B.K Lewis (dalam Tarigan dkk ,2019, hlm. 83) mendefinisikan media sosial sebagai label bagi teknologi digital yang membuat orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi dan saling berbagi pesan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media komunikasi melalui internet yang memudahkan penggunanya untuk membangun hubungan sosial, berbagi video, foto, informasi dan lain sebagainya. Media sosial memudahkan seseorang berinteraksi dari jarak jauh.

Sejarah Media Sosial

Cahyono (2016, hlm. 143) menjelaskan bahwa sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya Friendster yang mendominasi sosial

media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing.

Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar website dapat diakses dari manapun). GeoCities merupakan tonggak awal berdirinya websitewebsite.

Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu Sixdegree.com dan Classmates.com. Tak hanya itu, ditahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. Pada tahun 2002 Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal.

Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wiser, Google+ dan lain sebagainya.

Sosial Media juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti Sosial Media Maintenance, Sosial Media Endorsement dan Sosial Media Activation. Oleh karena itu, Sosial Media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh Digital Agency.

Fungsi Media Sosial

Indika & Jovita (dalam Tarigan dkk ,2019, hlm. 82) Media sosial merupakan situs yang membuat setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian berhubungan dengan sesama pengguna media sosial untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Selain untuk berhubungan dengan sesama, ternyata media sosial dapat digunakan untuk keperluan lain. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Anshari (dalam Tarigan dkk ,2019, hlm. 82) Media sosial juga dapat dijadikan media untuk melakukan kampanye politik karena berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan para calon pemilih.

Taprial & Kanwar (dalam Tarigan dkk ,2019, hlm. 83) membantu berbagi isi berita, foto dan hal lainnya dengan orang banyak. Dalam hal ini membantu seseorang mengekspresikan diri dan sarana aktualisasi.

Pantu (2018, hlm. 194) menjelaskan fungsi media sosial jika ditinjau dari gender menunjukkan bahwa wanita lebih aktif menggunakan media sosial untuk mempresentasikan diri dan memperhatikan bagaimana tanggapan orang lain terhadap

dirinya, media sosial menjadi salah satu sarana yang tepat untuk dapat mempresentasikan diri karena mudah dan bisa diakses oleh khalayak ramai. Selain itu, bagi wanita kebutuhan untuk selalu terhubung dengan peer group menjadi hal yang penting. Perempuan selalu berbagi mengenai perasaan mereka kepada sahabat mereka. Pada laki-laki fungsi media sosial lebih dominan untuk mencari informasi dan hiburan.

Macam-Macam Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono, 2016, hlm. 144) menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:

1. Proyek kolaborasi. Website mengijinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten-konten yang ada di website ini. contohnya Wikipedia.
2. Blog dan microblog. Penggunanya lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya twitter.
3. Konten. Para Penggunanya dari website ini saling membagikan konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. contohnya youtube.
4. Situs jejaring sosial. Aplikasi yang mengizinkan penggunanya untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. contoh facebook.
5. Virtual game world. Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. contohnya game online.
6. Virtual sosial world. Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual sosial world lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya second life.

Berdasarkan macam media sosial tersebut, media sosial yang akan dianalisa dalam penelitian ini adalah media sosial yang populer digunakan masyarakat saat ini, antara lain whatsapp, instagram, facebook, twitter, line, youtube, tiktok, hago, PUBG, mobile legends.

Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Cahyono (2016, hlm. 153) mengemukakan dampak positif dari media sosial adalah:

1. Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti Facebook dan Twitter.
2. Memperluas pergaulan Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
3. Jarak dan waktu bukan lagi masalah di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
4. Lebih mudah dalam mengekspresikan diri, media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
5. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja.
6. Biaya lebih murah bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial.

Menurut Cahyono (2016, hlm. 154) dampak negatif dari media sosial adalah:

1. Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari.
2. Interaksi secara tatap muka cenderung menurun karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.
3. Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet.
4. Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain seperti di kehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk.
5. Masalah privasi dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial.

6. Menimbulkan konflik dengan media sosial, siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.

METODOLOGI

Penelitian yang akan dilaksanakan termasuk jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya (Tarigan, 2019, hlm. 84). Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang membutuhkan perhitungan angka, statistika dan rumus-rumus.

Populasi Penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi bimbingan konseling masih aktif yang berjumlah 105 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling adalah teknik pengambilan sample berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, hingga jumlah sample terpenuhi sesuai yang peneliti telah tentukan dengan menggunakan SPSS 24.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Hasil Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh suatu model intervensi konseling yang Analisis data kuantitatif adalah analisis yang didasarkan pada nilai kuantitatif variabel kecanduan media sosial terhadap mahasiswa bimbingan konseling Univesitas PGRI Banyuwangi. Secara statistik dengan menggunakan angket kecanduan media sosial dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kecanduan media sosial pada subjek penelitian. Untuk memudahkan perhitungan, peneliti dibantu dengan program IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) Statistic 24 dan Microsoft Office Excel 2007.

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1 Data Uji Validitas Angket Kecanduan Media Sosial

no	r hitung	r tabel	Keteangan
1	0.370	0.244	Valid
2	0.335	0.244	Valid
3	0.390	0.244	Valid
4	0.382	0.244	Valid
5	0.279	0.244	Valid
6	0.532	0.244	Valid
7	0.468	0.244	Valid
8	0.326	0.244	Valid
9	0.327	0.244	Valid

no	r hitung	r tabel	keteangan
23	0.580	0.244	valid
24	0.517	0.244	valid
25	0.283	0.244	valid
26	0.464	0.244	valid
27	0.408	0.244	valid
28	0.394	0.244	valid
29	0.392	0.244	valid
30	0.517	0.244	valid
31	0.287	0.244	valid

10	0.468	0.244	Valid
11	0.321	0.244	Valid
12	0.268	0.244	Valid
13	0.399	0.244	Valid
14	0.477	0.244	Valid
15	0.333	0.244	Valid
16	0.321	0.244	Valid
17	0.589	0.244	Valid
18	0.342	0.244	Valid
19	0.583	0.244	Valid
20	0.256	0.244	Valid
21	0.280	0.244	Valid
22	0.331	0.244	Valid

32	0.334	0.244	valid
33	0.499	0.244	valid
34	0.350	0.244	valid
35	0.252	0.244	valid
36	0.299	0.244	valid
37	0.329	0.244	valid
38	0.271	0.244	valid
39	0.412	0.244	valid
40	0.274	0.244	valid
41	0.391	0.244	valid
42	0.452	0.244	valid
43	0.477	0.244	valid
44	0.348	0.244	valid

Dalam penelitian ini nilai kevaliditasan suatu data atau butir pernyataan berdasarkan r Product Moment. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan skor rhitung dengan rtabel. Apabila rhitung lebih besar dari rtabel maka data tersebut dikatakan valid.

Hasil pengujian validitas menunjukkan 44 butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini disebabkan nilai rhitung dari setiap pernyataan bergerak dari 0.252 – 0.589 dan lebih besar dari nilai rtabel = 0.244 di dapat dari N = 61. Jadi 44 butir pernyataan tersebut dapat dijadikan instrumen dalam penelitian. Dalam melakukan uji validitas ini, penguji dibantu Microsoft Office Excel 2007 untuk mempermudah pengerjaannya.

Peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) Statistic 21 untuk melakukan uji reliabilitas angket. Adapun hasil uji reliabilitas angket kecanduan media sosial sebagai berikut:

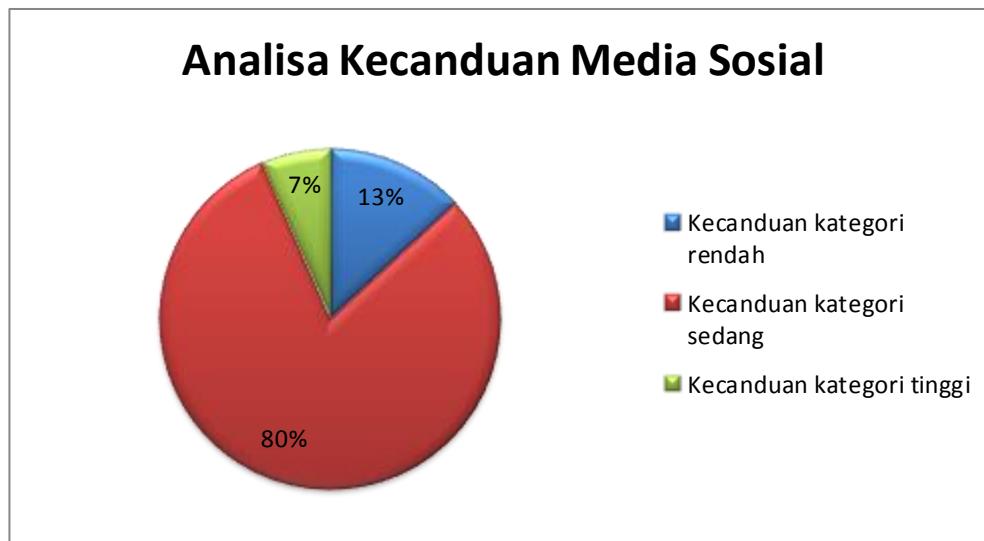
Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,865	44

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas output analisis SPSS, instrumen tersebut dinyatakan reliabel karena Cronbach's Alpha = 0.865 dengan kriteria reliabilitas sangat tinggi. Jadi instrumen ini layak dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Analisa Tingkat Kecanduan Media Sosial

Output analisis angket kecanduan media sosial menunjukkan bahwa dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 8 mahasiswa (13,11%) mengalami kecanduan media sosial kategori rendah, 49 mahasiswa (80,32%) mengalami kecanduan kategori sedang dan 4 mahasiswa (6,55%) mengalami kecanduan media sosial dalam kategori tinggi (keseluruhan data dapat dilihat dalam lampiran). Berikut adalah diagram hasil analisis tingkat kecanduan media sosial:



Gambar 4.1 Diagram kategori tingkat kecanduan media sosial

Analisa Lama Waktu Mengakses Media Sosial

Output analisia angket kecanduan media sosial menunjukkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa untuk mengakses media sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Data Lama Waktu Mengakses Media Sosial

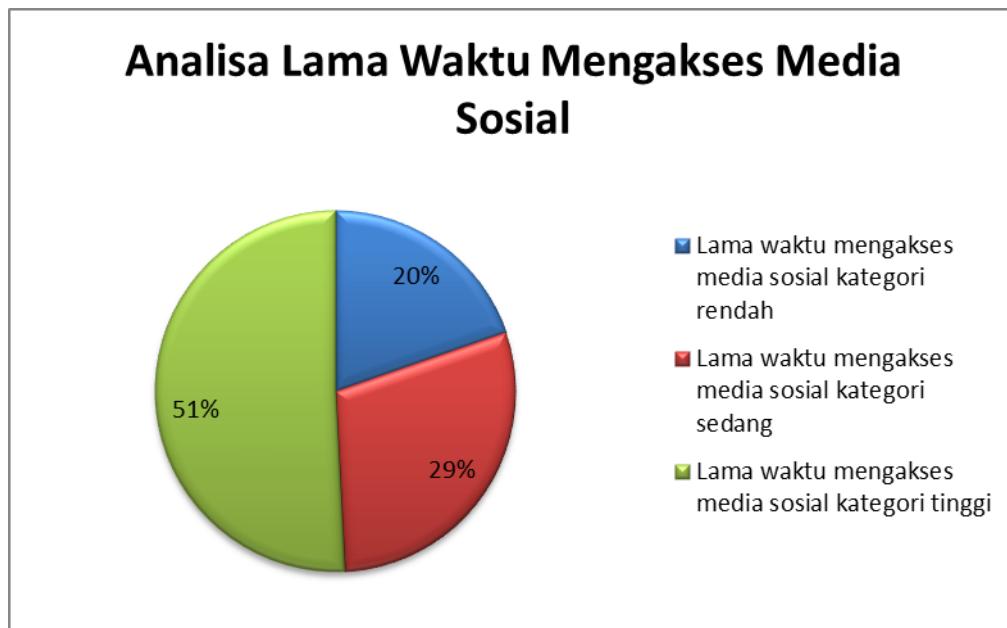
Jam	Menit	Frequensi
2 jam	120	0
3 jam	180	2
4 jam	240	3
5 jam	300	7
6 jam	360	3
7 jam	420	7
8 jam	480	8
9 jam	540	10
10 jam	600	10
11 jam	660	1
12 jam	720	10

Tabel 4 Kategori Penskoran Lama Mengakses Media Sosial

Kategori Penskoran	Kategori
521 – 720	Tinggi
321 – 520	Sedang

120 – 320	Rendah
-----------	--------

Peneliti mengkonversi waktu jam pada angket menjadi hitungan menit untuk mempermudah penskoran. Dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 12 mahasiswa (19,67%) menghabiskan lama waktu untuk mengakses media sosial dalam kategori rendah, 18 mahasiswa (29,50%) menghabiskan lama waktu untuk mengakses media sosial dalam kategori sedang dan 31 mahasiswa (50,81%) menghabiskan lama waktu mengakses media sosial dalam kategori tinggi. Berikut adalah diagram hasil analisa waktu yang dihabiskan mahasiswa untuk mengakses media sosial:



Gambar 5 Diagram Kategori Lama Waktu Mengakses Media Sosial

Analisa Intensitas Mengakses Media Sosial

Output hasil analisis angket untuk mengetahui intensitas mahasiswa dalam mengakses media sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Data Intensitas Mengakses Media Sosial

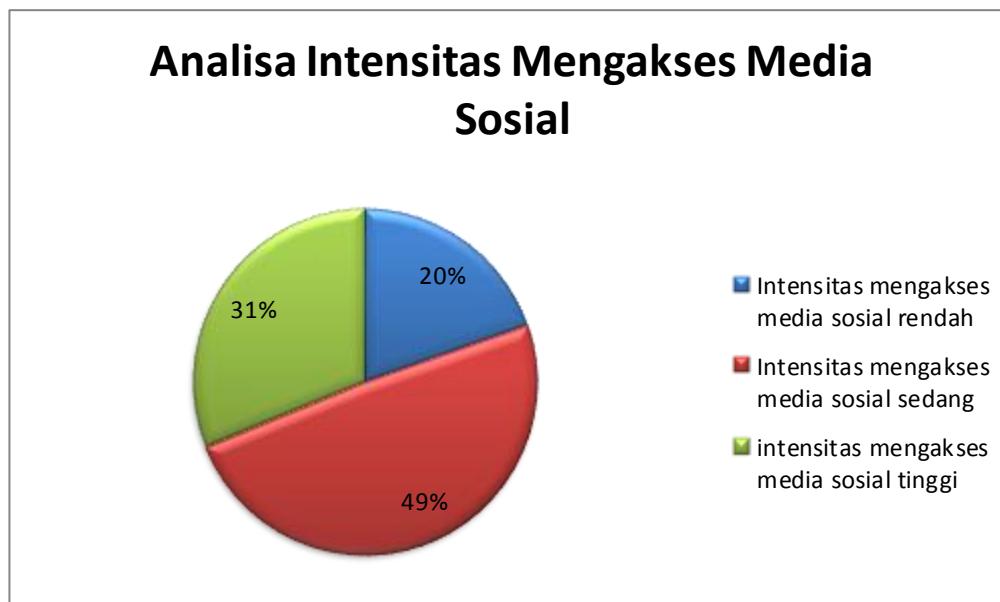
Nilai	Frequensi
1 - 10 kali	4
11 - 20 kali	4
21 - 30 kali	5
31 - 40 kali	5
41 - 50 kali	11
51 - 60 kali	13
61 - 70 kali	13
71 - 80 kali	2
80 - 90 kali	4
total	61

Tabel 7 Kategori Penskoran Intensitas Mengakses Media Sosial

Kategori Penskoran	Kategori
61 - 90	Tinggi
31 - 60	Sedang
1 - 30	Rendah

B

erdasarkan data diatas, dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, sebanyak 12 mahasiswa (19,67%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori rendah, 30 mahasiswa (49,18%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori sedang dan 19 mahasiswa (31,14%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori tinggi. Berikut adalah diagram hasil analisa waktu yang dihabiskan mahasiswa untuk mengakses media sosial:



Gambar 8 Diagram Kategori Intensitas Mengakses Media Sosial**Pembahasan**

Peneliti mengajukan tiga hipotesis alternatif sebagai berikut, “Tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa program studi bimbingan dan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi termasuk kategori sedang”, “Lama waktu yang dihabiskan mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi untuk mengakses media sosial termasuk dalam kategori tinggi” dan “Intensitas mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi untuk mengakses media sosial termasuk dalam kategori tinggi”, yang berdasarkan hasil penelitian ternyata dua hipotesis diterima yaitu tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa program studi bimbingan dan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi termasuk kategori sedang dan lama waktu yang dihabiskan mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi untuk mengakses media sosial termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan satu hipotesis lainnya ditolak karena hasil analisis menunjukkan dan intensitas untuk mengakses media sosial termasuk kategori sedang. Kecanduan media sosial pada mahasiswa terlihat dari hasil angket yang telah dianalisis.

Hasil penelitian ini menyatakan dua temuan empiris yang mendukung. Temuan empiris pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa, dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 49 mahasiswa (80,32%) mengalami kecanduan media sosial kategori sedang. Berdasarkan angket yang telah dianalisa, menunjukkan bahwa 58 mahasiswa (95,1%) mengakses media sosial untuk memperoleh hiburan, hal ini sejua dengan pendapat yang diutarakan Young (dalam Hatinah dkk, 2019, hlm. 128) bahwa seseorang yang kecanduan media sosial pada tingkat ini memiliki tingkah laku adiksi yang ditandai dengan merasa senang ketika mengakses media sosial, merasa tidak senang, cemas dan kesepian saat tidak mengakses media sosial. Mahasiswa mengakses media sosial untuk memperoleh perasaan nyaman dan senang, hal ini menjadi indikasi bahwa kecanduan media sosial pada mahasiswa program studi bimbingan dan konseling di Universitas PGRI Banyuwangi sudah mempengaruhi emosional, menurut Sarafino (dalam Basri, 2014, hlm. 412), kecanduan didefinisikan sebagai keadaan individu yang merasa ter dorong untuk menggunakan atau melakukan sesuatu agar mendapatkan atau memperoleh efek menyenangkan.

Temuan empiris kedua pada penelitian ini menyatakan, dari 61 mahasiswa 31 mahasiswa (50,81%) menghabiskan lama waktu mengakses media sosial dalam kategori tinggi. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Andreassen & Pallesen (dalam Hartinah dkk , 2019, hlm. 130) berdasarkan Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder-Fourth Edition atau DSM-IV, durasi pemakaian media sosial dapat dijadikan cara untuk menentukan apakah seseorang mengalami gejala kecanduan atau tidak. Pengguna media sosial yang mengakses 1 sampai 3 jam per

hari di kategorikan recreational user dimana pengguna mengakses media sosial hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi, komunikasi dan hiburan. Sementara untuk pengguna yang mengakses media sosial 4 sampai 6 jam per hari dikategorikan kedalam at-risk user atau pengguna beresiko, dan untuk pengguna yang mengakses media sosial diatas 6 jam per hari dikategorikan kedalam kelompok addict.

Penelitian yang dilakukan Hartinah dkk. (2019) yang berjudul “Gambaran Tingkat Gejala Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Padjadjaran” melibatkan 240 mahasiswa sebagai partisipan penelitian, menunjukkan bahwa 173 mahasiswa (72,1%) mengalami gejala kecanduan media sosial kategori sedang, 39 mahasiswa (16,2%) mengalami gejala kecanduan media sosial dalam kategori tinggi dan 28 mahasiswa (11,7%) mengalami gejala kecanduan media sosial kategori rendah. Analisa kecanduan media sosial pada mahasiswa bimbingan konseling di universitas PGRI Banyuwangi, dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 8 mahasiswa (13,11%) mengalami kecanduan media sosial kategori rendah, 49 mahasiswa (80,32%) mengalami kecanduan kategori sedang dan 4 mahasiswa (6,55%) mengalami kecanduan media sosial dalam kategori tinggi. Berdasarkan data-data tersebut, dapat diketahui bahwa secara garis besar mahasiswa memiliki kecenderungan kecanduan media sosial pada tingkat sedang.

Berdasarkan analisa angket kecanduan media sosial, peneliti memperoleh temuan baru yaitu aplikasi Whatsapp merupakan media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi, yaitu dari 61 responden mahasiswa, sebanyak 55 mahasiswa (90,2%) paling sering mengakses media sosial ini dengan 20 mahasiswa (32,8%) mengakses lebih dari 50 kali dalam sehari dan 23 mahasiswa (37,7%) menghabiskan lama waktu lebih dari 5 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial Whatsapp. Kelebihan yang diberikan aplikasi ini adalah memudahkan mahasiswa untuk mengakses foto,video, dokumen dan informasi lain di dunia maya, terlebih banyak orang yang menggunakan aplikasi ini, sehingga untuk melakukan komunikasi via media sosial, orang yang bersangkutan juga harus memiliki aplikasi yang serupa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas PGRI Banyuwangi mengalami kecanduan media sosial pada tingkat sedang. Hal ini terbukti dari data yang telah dianalisa yaitu dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 8 mahasiswa (13,11%) mengalami kecanduan media sosial kategori rendah, 49 mahasiswa (80,32%) mengalami kecanduan kategori sedang dan 4 mahasiswa (6,55%) mengalami kecanduan media sosial dalam kategori tinggi.

2. Lama waktu yang dihabiskan mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas PGRI Banyuwangi dalam mengakses media sosial termasuk kategori tinggi. Terbukti dari data yang telah dianalisa menunjukkan dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, 12 mahasiswa (19,67%) menghabiskan lama waktu untuk mengakses media sosial dalam kategori rendah, 18 mahasiswa (29,50%) menghabiskan lama waktu untuk mengakses media sosial dalam kategori sedang dan 31 mahasiswa (50,81%) menghabiskan lama waktu mengakses media sosial dalam kategori tinggi
3. Intensitas mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Universitas PGRI Banyuwangi dalam mengakses media sosial termasuk kategori sedang. Terbukti dari data yang telah dianalisa menunjukkan dari 61 mahasiswa yang menjadi responden penelitian, sebanyak 12 mahasiswa (19,67%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori rendah, 30 mahasiswa (49,18%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori sedang dan 19 mahasiswa (31,14%) memiliki intensitas mengakses media sosial dalam kategori tinggi
4. Aplikasi Whatsapp merupakan media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswa program studi bimbingan konseling Universitas PGRI Banyuwangi, yaitu dari 61 responden mahasiswa, sebanyak 55 mahasiswa (90,2%) paling sering mengakses media sosial ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, A. S. H. (2014). Kecenderungan Internet Addiction Disorder Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Ditinjau Dari Religiositas. *Jurnal Dakwah*: Vol. XV. No. 2. Tahun 2014
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia. *PUBLICIANA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 9. No.1
- Dewi, N. & Trikusumaadi S. K. (2016). Bahaya Kecanduan Internet dan Kecemasan Komunikasi terhadap Karakter Kerja Sama pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*: Vol. 43. No. 3
- Dwiutami, L. (2013). Pola Perilaku Dewasa Muda yang Kecenderungan Kecanduan Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. Vol. 2 No. 1
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak. *Naturalistic: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol. 1. No. 2
- Hakim, S. N., & Raj, A. A. (2017). Dampak Kecanduan Internet (Internet Addiction) pada Remaja. *Diakses* dari <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/download/2200/1662>
- Hartinah, S., Sriati, A., & Kosasih, C. E. (2019). Gambaran Tingat Gejala Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*. Vol. 7. No. 1

- Koyan, I Wayan. (2012). *Statistik Pendidikan (Teknik Analisis Data Kuantitatif)*. Singaraja: Undiksha Press.
- Maheswari, J., & Dwitami, L. (2013). Pola Perilaku Dewasa Muda yang Kecenderungan Kecanduan Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. Vol 2. No. 1
- Novianty, D. D., Sriati, A., & Yamin, A. (2019). Gambaran Penggunaan dan Tingkat Kecanduan Internet pada Siswa-Siswi SMA X Jatinangor. *Jurnal Keperawatan Komprehensif*. Vol. 5. No. 2
- Pantu, E. A. (2018). Kecanduan Sosial Media Ditinjau dari Perbedaan Gender. Diakses dari <https://ejournal.uml.ac.id/PSN/article/download/44/pdf>
- Pertiwi, S. A. B., & Hidayati, E. (2018). Kecanduan Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar pada Remaja di SMA Muhammadiyah 1 Semarang Kecamatan Candisari Kota Semarang. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan Masyarakat*. Vol. 7. No. 2
- Sari, A. P., Ilyas, A., & Ifdil, I. (2017). Tingkat Kecanduan Internet pada Remaja Awal. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*. Vol. 3. No. 2
- Sari, T. P., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan Kecanduan Mengakses Instagram dengan Keterampilan Sosial pada Mahasiswa Psikologi UNP. *Jurnal Riset Psikologi*: Vol. 2019. No.3
- Tarigan, J. M., Soesilo, T. D., & Irawan, S. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Instagram) terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Konseling Andi Matappa*. Volume 3. No. 2.