ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya
Volume 10, Nomor 3, Oktober 2021: 290 - 308
10.33772/etnoreflika.v10i3.1081

ISSN: 2252-9144 (Cetak)
ISSN: 2355-360X (Online)

FENOMENA ADIKSI INTERNET DAN MEDIA SOSIAL PADA GENERASI XYZ

THE PHENOMENON OF INTERNET AND SOCIAL MEDIA ADDICTION IN XYZ GENERATION

Imelda Uli Vistalina Simanjuntak[1], Endang Darwati[2], Desti Madya Saputri[3], Hurianti Vidyaningtyas[4], Sulistyaningsih[5], Dimitri Mahayana[6]

[1, 2, 3, 4, 5, 6]Sekolah Teknik Elektro dan Informatika ITB, Jl. Ganesha No. 10, Bandung 40132, Indonesia
[1]Email korespondensi: 33220020@std.stei.itb.ac.id

Diterima: 15 Januari 2021; Direvisi: 28 Oktober 2021; Disetujui: 28 Oktober 2021

Copyright © 2021 The Author
This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

How to cite (APA): Simanjuntak, I. U. V., Darwati, E., Saputri, D. M., Vidyaningtyas, H., Sulistyaningsih, & Mahayana, D. (2021). Fenomena adiksi internet dan media sosial pada generasi XYZ. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, *10*(3), 290–308. https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v10i3.1081

ABSTRACT

The phenomenon of internet and social media addiction has attracted the attention of many people. We have conducted a research to examine whether or not the phenomenon of addiction to the internet and social media is a scientific reality. Then, we follow up this research. About 2014 respondents have been surveyed. Pearson's Product Moment and Cronbach's Alpha tests were conducted to find out whether or not all the questions on this survey questionnaire were valid and reliable. The Chi Square hypothesis test was put forward Helmert's theory around 1960; Helmert was a German Mathematical Physicist who mainly studied the field of Geodesy, even though Ernst Abbe and Irenne Jules Bienayme had already discovered this Chi Square distribution. The results of the internet addiction survey showed that 74.68% of respondents were not addicted and the rest were addicted mildly, moderately and severely. For the social media addiction survey, 79.94% of respondents were not addicted and the rest were addicted. Variables affecting addiction are age, occupation, and education. Internet and social media addiction is mostly experienced by Generation Y and Z, while Generation X has less addiction. The results of the measurement of Internet and social media addiction include scientific reality and attention should be paid to it and steps should be taken in the context of prevention and recovery for those who are addicted. Prevention and recovery for those who are addicted can be done by involving three major components: family, community, and state.

Keywords*: addiction, internet, social media, generation XYZ*

ABSTRAK

Fenomena adiksi internet dan media sosial menarik perhatian banyak kalangan saat ini. Oleh karena itu, telah dilakukan penelitian kajian saintifik terhadap pengguna jaringan internet di indonesia, apakah fenomena kenyataan saintifik atau tidak. Sebanyak 2014 responden telah disurvei. Untuk validasi setiap pertanyaan kuesioner telah di uji dengan metode *Pearson Product Moment* dan Cronbach's Alpha sebelum dilakukan survey. Teknik pengujian ini dikemukan oleh Helmert pada 1960 seorang ahli fisika dan matematik berkebangsaan Jerman. Hasil surveiadiksi internet menunjukkan sebanyak 74,68 % responden tidak teradiksi dan sisanya teradiksi baik level *mild*, *moderate* maupun *severe*. Untuk survei adiksi media sosial, 79,94 % responden tidak teradiksi dan sisanya teradiksi. Variabel yang berpengaruh terhadap adiksi adalah usia, pekerjaan dan pendidikan. Adiksi internet dan media sosial paling banyak dialami generasi Y dan Z, sedangkan generasi X lebih sedikit adiksinya. Hasil pengukuran adiksi internet dan sosial media termasuk realitas saintifik dan harus ada perhatian serta langkah-langkah yang dilakukan dalam rangka pencegahan maupun pemulihan bagi yang sudah teradiksi. Pencegahan serta pemulihan bagi yang sudah teradiksi bisa dilakukan dengan melibatkan tiga komponen besar yaitu keluarga, masyarakat dan negara.

Kata kunci: adiksi, internet, media sosial, generasi XYZ

PENDAHULUAN

Fenomena adiksi internet dan media sosial menarik perhatian banyak kalangan, baik para akademisi dan para peneliti. Keduanya tidak dapat dipisahkan dari kehidupan modern sekarang ini. Fenomena adiksi internet dan media sosial termasuk pada kondisi *behavioral addiction*, kondisi seseorang tidak dapat mengontrol diri dalam mengunakan teknologi internet, sehingga mengganggu tingkat produktivitasnya sehari-hari. Produksi hormon dopamin mengakibatkan reaksi yang berlebihan, seperti reaksi yang disebabkan oleh penggunaan narkoba, perjudian dan minuman terlarang.

Kajian ini bertujuan untuk melihat apakah fenomena adiksi internet dan media sosial pada generasi XYZ sudah kenyataan saintifik atau tidak. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif terhadap 2014 responden dari usia 12-65 tahun dari berbagai daerah di Indonesia secara random. Telah dilakukan pengujian validitas dan reabilitas setiap pertanyaan dalam kuisioner, dan hasilnya semua variabel valid dan reliabel. Pengujian validitas bertujuan untuk mengecek keandalan alat ukur. Teknik uji validitas menggunakan metode *Product Moment*. Proses validitas yaitu dengan memberi kode pada hasil isian sesuai dengan petunjuk IAT dari Dr. Kimberly Young, dimana menggunakan skala likert dengan tambahan nilai 0, jika pertanyaan tersebut tidak relevan dengan responden. Metode Cronbach's Alpha dipilih untuk menguji reabilitasnya. Selanjutnya dilakukan proses *cleaning* data responden, dengan mengeliminasi data yang redundan dan tidak sesuai (data yang terdapat kesalahan pengisian). Pada tahap *cleaning*, terdapat 2014 data responden kemudian dilakukan lagi pengujian hipotesis dengan metode *chi-square*.

Sejak pandemi Covid-19, proses belajar mengajar di Indonesua beralih dari tatap muka menjadi metode daring. General Manager Kasperksy, Yeo Siang Tiong berpendapat bahwa dari seluruh pengguna internet di Indonesia adalah remaja usia 15-19 tahun sebanyak 91% (Detikinet, 2020).

Berdasarkan penjabaran latar belakang dan studi literatur di atas, maka penelitian ini bertujuan menjabarkan apakah adiksi terhadap internet dan me-

dia sosial merupakan fenomena nyata real atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode *Pearson chi Sqaure* untuk mengukur variabel (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan domisili) yang berpengaruh terhadap adiksi internet dan media sosial. Melalui artikel ini diharapkan kesadaran masyarakat semakin meningkat dalam menjaga kesehatan psikologis di masa pandemic, dan menjadi dasar kajian pemerintah dalam menyusun aturan dan kebijakan publik lainnya terhadap generasi XYZ pada masa pandemi.

Menurut Kupperschmidt (2000), generasi adalah sekumpulan individu yang memiliki persamaan data diri seperti: usia, tahun kelahiran, lokasi tempat tinggal, dan kejadian penting dalam kehidupan yang memiliki pengaruh besar dalam tahap pertumbuhan mereka.

Bencsik dan kawan-kawan (2016), menyatakan bahwa sulit untuk membagi kelompok setiap generasi secara tepat. Oleh karena itu, generasi tidak dibagi secara tajam, tetapi yang terpenting ada ciri khas yang memadai untuk seluruh kelompok umur pada umumnya. Secara karakteristik, generasi dibedakan menjadi 6 generasi yang dijabarkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Generasi

↓	Veteran generation	1925-1946
	Baby boom generation	1946-1960
	X generation	1960-1980
	Y generation	1980-1995
	Z generation	1995-2010
	Alfa generation	2010 +

Sumber: (Bencsik dan kawan-kawan,2016)

Howe & Strauss (1991) menyatakan bahwa *veteran generation* atau *silent generation* merupakan generasi disiplin dan konservatif sedangkan generasi *baby boom* merupakan angkatan generasi yang memiliki sifat materialistis serta memiliki orientasi terhadap waktu yang lebih besar. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun perkembangan teknologi dan informasi. Jurkiewicz (2000), menyatakan bahwa generasi ini disebut generasi yang tangguh, karena memiliki karakter mandiri dan loyal. Dengan ciri khas pekerja keras, mengutamakan citra, ketenaran dan juga uang.

Menurut Lyons (2004), generasi Y adalah generasi millenial atau milenium yang hidup pada masa internet sudah sangat dikenal masyarakat. Karakteristik tiap generasi ini berbeda-beda bergantung pada tempat dimana ia dibesarkan, sosial keluarganya dan strata ekonomi. Kekhasan pada pola-pola komunikasi generasi ini sangat terbuka sehingga membedakan generasi ini dengan generasi-generasi sebelumnya karena pengaruh perkembangan teknologi.

Dill (2015), menyatakan bahwa *Forbes Magazine* pernah melakukan survei terhadap generasi Z di Amerika Utara, Selatan, Afrika, Eropa, Asia dan Timur Tengah sebanyak 49 ribu anak-anak. Hasilnya, generasi Z ialah generasi global awal yang nyata serta memiliki kesamaan dengan generasi Y. Hanya saja perbedaannya mereka dapat melakukan kegiatan *multi tasking* yang berkaitan dengan dunia maya, lebih lagi sehingga mempengaruhi kepribadiannya masing-masing responden.

McCrindle (2011), menyatakan bahwa generasi Alfa merupakan generasi yang lahir setelah Generasi Z. Mereka dilahirkan oleh orang tua yang masuk ke dalam generasi Y atau generasi Millenials. Generasi ini adalah generasi terakrab dengan teknologi digital dan diklaim sebagai generasi tercerdas dibandingkan generasi sebelumnya. Christina Sterbenz (2014), menyitir pendapat dari Mc Crindler yang memprediksi bahwa generasi Alfa adalah generasi yang susah berpisah dari *gadget*, kurang dalam bersosialisasi, kurang juga dari sisi daya kreativitasnya dan cenderung memiliki sifat individualis, juga kurang menghargai

pro-ses dan senang dengan hal yang instan.

Adiksi Internet umumnya dikategorikan dengan label "kecanduan teknologi" (Griffiths, 2000). Adiksi internet adalah pengguna komputer yang kompulsif (Black dkk, 1999). Menurut Young, definisi adiksi internet adalah ketidakmampuan untuk mengontrol penggunaan internet yang mengakibatkan kerusakan serius berbagai aspek kehidupan (Kimberly Young, 1998).

Pada tahun 1996, seorang psikolog bernama Kimberly Young menjadi orang yang pertama mempublikasikan masalah dari penggunaan internet ini, dimana dia memiliki seorang pasien yang mengalami cemas, depresi dan *iritabel* jika berhenti dari menggunakan internet (Aboujaoude, E. 2010). Kemudian Young mengembangkan *Internet Addiction Test* (IAT) berdasarkan kriteria DSM-IV yang salah satunya adalah untuk judi patologis (Kimberly Young, 1998). IAT ciptaan Young ini merupakan alat penyaringan paling populer yang terdiri dari 20 item dan telah terbukti dapat diandalkan dan valid (Zoi Tsimtsiou et all, 2014).

Enam aspek adiksi internet berdasarkan *Internet Addiction Test* (IAT) (Kimberly Young, 1996), yaitu: a) ciri khas (*salience*), Seseorang dengan pikiran dan bereaksi berlebihan terhadap internet dan suka berfantasi mengenai internet; b) pemakaian yang berlebihan (*excessive use*), kegiatan menggunakan internet yang berlebihan sehingga lupa waktu atau pengabaian kegiatan rutinitas yang penting dalam keseharian; c) pengabaian pekerjaan (*neglect to work*), seseorang yang mengabaikan pekerjaannya karena menggunakan internet, sehingga produktivitas dan kinerjanya menurun; d) antisipasi (*anticipation*), menggunakan internet untuk menghindarkan diri dari permasalahan dikehidupan nyata; e) ketidakmampuan mengontrol diri (*lack of control*), tidak mampu mengendalikan diri sendiri untuk mengontrol durasi waktu menggunakan internet; f) mengabaikan kehidupan sosial (*neglect to social life*), seseorang yang mengabaikan kehidupan sosial secara sengaja demi mengakses internet.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis hasil survei, dan melakukan pembahasan tentang adiksi internet dan media sosial di Indonesia, khususnya terkait fenomena adiksi pada generasi X, Y dan Z.

Beberapa kajian pustaka mengenai fenomana adiksi internet dan media sosial, Sari dkk (2018), dalam penelitiannya berjudul "Tingkat Kecanduan Internet pada Remaja Awal" menyatakan bahwa siswa yang mengalami kecanduan internet berdampak negatif pada diri sendiri, terlihat pada hubungan sosial dan hasil belajar. Populasi penelitian adalah 596 siswa SMA N 7 Padang dan sampel sebanyak 240 siswa. Pemilihan sampel menggunakan teknik proporsional random sampling. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa adiksi internet pada remaja awal berada pada kategori sedang dengan nilai persentase sebesar 49%. Berdasarkan dua indikator yaitu interpersonal, masalah kesehatan dan masalah manajemen waktu. Kemudian Wisti H. P. (2018), dalam penelitian dengan tema "Pengaruh Keterampilan Sosial dan Pola Komunikasi Keluarga Terhadap Kecenderungan Adiksi Internet", memperlihatkan bahwa adiksi internet dipengaruhi oleh variavel keterampilan sosial, pola komunikasi keluarga, dan variabel demografi. Uji hipotesisnya menunjukkan bahwa lama kepemilikan *smartphone*, tingkat kelas, keterampilan kontrol emosi dan kontrol social, berpengaruh pada adiksi internet. Kedua penelitian di atas, memilih sampel responden pada usia remaja dikarenakan sebelumnya penelitian Andreo & Svoli (2012), menyimpulkan bahwa anak-anak dengan rata-rata usia 14 sampai 15 tahun,

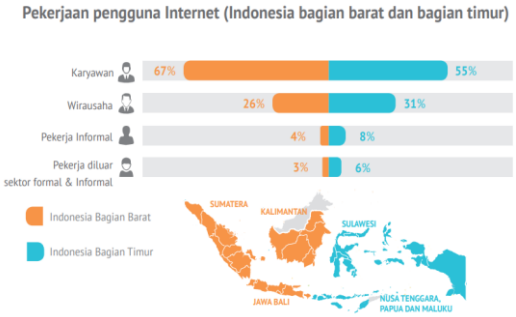
cenderung mudah terkena adiksi internet. Oleh itu, variabel usia berpengaruh pada tingkat adiksi internet.

Pantu (2018) dalam penelitian dengan judul "Kecanduan Sosial Media Ditinjau dari Perbedaan *Gender*", meneliti apakah jenis kelamin berpengaruh pada tingkat kecanduan sosial media. Subjek penelitian berasal dari Universitas Muhammadiyah Malang sebanyak 85 responden. Metode penelitian menggunakan *social media disorder scale* dan Teknik analisis t-test. Hasilnya menunjukkan, ada perbedaan yang cukup signifikan diantara mahasiswa perempuan dan laki-laki dalam tingkat kecanduan sosial media (M: Laki-laki, 20,79; Perempuan, 23,81). Penelitian ini menjadi referensi hipotesa variabel jenis kelamin dalam mengukur pengaruh adiksi internet dan media sosial dalam kajian saintifik ini.

Rahardjo dkk (2020) dalam penelitian "Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement", melakukan survei terhadap 384 orang responden sebagai pengguna Instagram dan WhatsApp. Responden dengan domisili Jabodetabek dan beberapa kota lainnya. Teknik analisis menggunakan metode SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis pemenuhan atas kebutuhan serta kelekatan pada media sosial akan mempengaruhi tingkat adiksi media sosial pada responden. Dua kebutuhan yang mempengaruhi adiksi media sosial platform instagram yaitu kebutuhan di dalam membangun relasi sosial yang hangat, nyaman dan senang. Pada platform whatsapp, kebutuhan yang mempengaruhi yaitu kebutuhan multitasking, relasi sosial yang nyaman, kesenangan, aman dan dapat mengendalikan situasi.

Selanjutnya, data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 pengelompokan pengguna internet berdasarkan tingkat pendidikan dan hasilnya semakin tinggi pendidikan terakhir responden, maka semakin tinggi pula intensitas menggunakan internet. Sedangkan pada APJII (2014) dengan judul "Profil Pengguna Internet di Indonesia" dari sisi pekerjaan responden, bahwa pengguna internet di Indonesia mayoritas bekerja di bidang perdagangan dan jasa. Dan hasil survei tersebut didapati pada responden dengan domisili rata-rata hampir setiap provinsi, baik daerah urban maupun rural.

Gambar 1. Pengguna internet berdasarkan pekerjaan



Sumber: (APJII,2014)

Seiring dengan bertambahnya angka penetrasi internet setiap tahun, pengguna internet belum merata secara geografisnya di seluruh Indonesia. Menurut hasil survei APJII (2014) pengguna internet di Indonesia yang berdomisili di Indonesia bagian barat mencapai 36.9% dari total penduduk di pulau Jawa. Dan pemakai internet di wilayah Indonesia bagian Barat mayoritas tinggal di rumah-rumah pribadi mereka (sebanyak 33,3%). Sedangkan pemakai internet di wilayah Indonesia bagian Timur mayoritas menempati rumah milik orang tuanya (64,4%). e-Marketer melakukan survei pada tiap orang yang mengakses internet berdasarkan setidaknya satu kali dalam sebulan berhasil mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia (Kominfo, 2019).

Peneliti dari divisi Ilmu Kesehatan Jiwa, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia (FKUI-RSCM) bekerjasama dengan peneliti dari Fakultas Psikologi Universitas Katolik Atma Jaya, melakukan survei dan meneliti bahwa pandemi covid-19 berdampak pada meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap internet. Penelitian yang dilakukan pada orang dewasa di Indonesia menunjukkan hasil yang meningkat 5x lipat selama pandemi. Dengan jumlah responden sebanyak 4.734 dari orang dewasa. Kecanduan internet meningkat 5x lipat selama pandemi, yaitu dari sebelumnya hanya 3% menjadi 14,4%. Sebanyak 96% dari total responden mengakses telepon pintar dengan durasi rata-rata 10 jam per hari (Media Indonesia, 2020). Para peneliti dalam studi adiksi tersebut menyampaikan bahwa situasi seperti ini layak diwaspadai karena pemakaian internet secara berlebihan akan menyebabkan rasa cemas juga depresi semakin berat, mendorong perilaku kompulsif serta memperburuk adiksi.

Sampel pada survei penelitian ini adalah seluruh rakyat Indonesia dimanapun berada yang disebar secara acak, baik dari segi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan domisili. Untuk proses validasi dan reabilitas, tiap variabel diuji dengan jumlah responden sebanyak 200 (dua ratus) orang. Penyusunan kuesioner menggunakan sarana *Google Form* dan disebarkan melalui whatsapp melalui kontak pribadi dan grup.

Pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui tingkat adiksi seseorang menggunakan metode IAT yang disusun Kimberly Young (Young, 1996). Terdiri dari 20 pertanyaan yang mewakili tingkat adiksi berdasarkan 6 (enam) aspek adiksi terhadap internet yaitu s*alience, excessive use, neglect work, anticipation, lack of control,* dan *neglect social life.*

Langkah selanjutnya adalah menentukan variabel yang digunakan untuk mengukur adiksi berdasarkan 6 (enam) aspek adiksi internet, yang *pertama* adalah *time* yang didefenisikan saat seseorang lebih suka menghabiskan banyak waktu di internet, termasuk media sosial yang mempengaruhi ketidakpuasan hidup (Sahin, 2017). *Kedua, relationship,* yang didefinisikan saat seseorang menggunakan internet dan media sosial dipengaruhi oleh relasi dengan teman (Veronica &Samuel, 2016). *Ketiga, productivity*, yang didefinisikan saat seseorang merasakan kemalasan dalam melakukan aktivitas kehidupan nyata serta menyianyiakan waktu (Prabandari & Yuliati, 2016). *Keempat, thought* yang didefinisikan sebagai rahasia yang bersifat negatif dan ketakutan dalam kehidupan nyata.

Ada empat hipotesis yang akan diukur besar pengaruhnya terhadap tingkat adiksi berdasarkan jawaban responden pada survei 20 (dua puluh) pertanyaan, mengikuti kaidah IAT Kimberly Young. Bobot pilihan jawaban atas setiap pertanyaan mengacu pada opsi jawaban, yaitu dari tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, sangat sering dan selalu. Didasarkan pada survei Kimberly Young, jawaban tersebut kemudian dikonversikan ke bilangan numerik, dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini.

Gambar 2. Opsi Jawaban Kuisioner



METODE PENELITIAN

Penelitian dimulai dari penyusunan kuesioner, pra survei dengan menguji tingkat validitas dan reabilitas

dari kuesioner, kemudian dilakukan analisis variabel yang diduga memiliki hubungan dengan adiksi internet dan media sosial serta kajian dari sudut pandang filsafat sains.

Pra survei dilaksanakan dari tanggal 27 s.d 31 Oktober 2020, dan diperoleh sebanyak 200 responden. Sedangkan survei dilaksanakan pada tanggal 1 s.d. 4 November 2020 dan menghasilkan 2206 data mentah. Selanjutnya dilakukan pengolahan awal berupa *cleaning* data untuk menghapus data yang duplikat sehingga tersisa 2014 data yang akan diolah pada tahap selanjutnya.

Validitas dan Reabilitas Kuisioner

Uji validitas bertujuan untuk mengecek keandalan alat ukur. Validitas adalah alat ukur yang tepat dalam mengukur kevalidan suatu data. Uji validitas dilakukan menggunakan metode perhitungan korelasi *Product Moment* .

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N = jumlah sampel data

Tingkat validitas diperoleh dengan mengamati tingkat signifikansi bila ≤ 0,05 maka alat ukur dikatakan valid. Proses validitas yaitu dengan memberi kode pada hasil isian sesuai dengan petunjuk IAT dari Dr. Kimberly Young dimana menggunakan skala likert dengan tambahan nilai 0, jika pertanyaan tersebut tidak relevan dengan responden. Uji validitas penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS V.20. Pada penelitian ini, uji reabilitas menggunakan metoda *Cronbach's Alpha*.

$$r_{11} = \left(\frac{(n)}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma t^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

σt = nilai variansi setiap *item*

Uji Validitas untuk Variabel-variabel Survei Adiksi Internet dan Sosial Media

Pada tanggal 31 Oktober 2020 selama 1 (satu) hari, disebar survei pertama untuk selanjutnya dilakukan validasi dan reabilitas kuisioner yang tersebar acak. Berikut ini hasil uji validitas untuk *internet addiction* terhadap variabel t*ime*. Tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *time*. Kemudian tahap uji validitas terhadap variabel *relationship* yang dipaparkan dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *Relationship*. Tahap selanjutnya uji validitas terhadap variabel *productivity* terinci bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *productivity*. Kemudian uji validitas terhadap variabel *thought*. Berdasarkan hasil pengujian, tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *thought*. Terakhir, uji validitas variabel *internet addiction*, bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *internet addiction*.

Pada tanggal dan durasi yang sama, juga dilakukan survei uji validitas untuk *social media addiction* pada 200 responden pertama. Berikut ini hasil uji validitas untuk *social media addiction* terhadap variabel *time*, tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil

dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *time*. Uji validitas variabel *relationship* menyatakan bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *relationship*. Kemudian uji validitas terhadap variabel *productivity* menyatakan bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *productivity*. Selanjutnya uji validitas variabel *thought* menyatakan bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *thought*. Setelah itu, tahap uji validitas variabel *social media addiction* menyatakan bahwa tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 yang artinya pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *social media addiction*.

Reliabilitas merupakan ukuran yang memperlihatkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki keandalan sebagai alat ukur. Berdasarkan Guilford, klasifikasi koefisien *reliability* (r11) dibagi menjadi 5 (lima) tingkatan:

- r11 ≤ 0,2 = reliabilitas sangat rensudah
- 0,20 < r11 ≤ 0,40 = reliabilitas rendah
- 0,40 < r11 ≤ 0,60 = reliabilitas sedang
- 0,60 < r11 ≤ 0,80 = reliabilitas tinggi
- 0,80 < r11 ≤ 1,00 = reliabilitas sangat tinggi

Untuk melihat koefisien *realibility*, penelitian ini menggunakan uji *reliability* dengan mengamati *alpha cronbach* menggunakan tools IBM SPSS 20.0.

Uji Reliabilitas untuk Variabel-variabel Survei *Internet dan Social Media Addiction*.

Berikut adalah nilai *alpha, mean*, standar deviasi dan nilai korelasinya terhadap variabel *time*. Hasil pengujian menyatakan bahwa r11 sebesar 0,679 yang berarti variabel *time* berada pada *range* 0,60 < r11 ≤ 0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden.

Selanjutnya uji reliabilitas variabel *relationship* menyatakan bahwa r11 sebesar 0,518 yang berarti variabel *relationship* berada pada *range* 0,40 < r11 ≤ 0,60 reliabilitas sedang. Hal ini menunjukkan kuesioner ini cukup reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Kemudian uji realibilitas variabel *productivity* menyatakan bahwa r11 sebesar 0,767 yang berarti variabel *productivity* berada pada *range* 0,60 < r11 ≤0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Uji reliabilitas variabel *thought* menerangkan bahwa r11 sebesar 0,754 yang berarti variabel *thought* berada pada *range* 0,60<r11≤0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Uji reliabilitas variabel *internet addiction*. Nilai *aplha, mean*, standar deviasi dan korelasinya menerangkan bahwa r11 sebesar 0,771 yang berarti variabel internet *addiction* berada pada *range* 0,60<r11≤0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden.

Uji reliabilitas untuk variabel-variabel penelitian *Social Media addiction* dijabarkan sebagai berikut: Uji realibilitas terhadap variabel *time* menyatakan bahwa r11 sebesar 0,771 yang berarti variabel time berada pada *range* 0,60 < r11 ≤ 0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Uji reliabilitas variabel *relationship* menerangkan bahwa r11 sebesar 0,597 yang berarti variabel

relationship berada pada *range* 0,40 < r11 ≤0,60 reliabilitas sedang. Hal ini menunjukkan kuesioner ini cukup reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Tahap berikutnya uji reliabilitas variabel *productivity* menya-takan bahwa r11 sebesar 0,790 yang berarti variabel *productivity* berada pada *range* 0,60 < r11 ≤ 0,80 reliabilitas tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sudah reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Tahap selanjutnya uji reliabilitas terhadap variabel *thought* menerangkan bahwa r11 sebesar 0,811 yang berarti variabel *thought* berada pada *range* 0,80<r11≤1,00 reliabilitas sangat tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sangat reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden. Dengan demikian uji reliabilitas variabel *social media addiction* menyatakan bahwa r11 sebesar 0,859 yang berarti variabel *social media addiction* berada pada *range* 0,80 < r11 ≤ 1,00 reliabilitas sangat tinggi. Hal ini menunjukkan kuesioner ini sangat reliabel untuk menjaring setiap tanggapan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis *Chi Square*

Setelah melakukan uji validitas dan reabilitas setiap pertanyaan pada kuesioner, hasilnya semua variabel valid dan reliabel untuk mengukur adiksi terhadap internet dan media sosial dengan tingkat signifikansi antar butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 (valid) dan nilai r11 pada *range* 0,60 < r11 ≤ 0,80 (reabilitas tinggi) pada 200 responden. Kemudian survei disebar secara acak pada tanggal 1 - 4 November 2020 dan mendapatkan 2206 data mentah. Selanjutnya dilakukan proses *cleaning* data untuk mengeliminasi data-data yang redundan serta data yang kurang sesuai (akibat kesalahan pengisian). Proses *cleaning* data ini menghasilkan 2014 data yang siap untuk diolah pada tahap selanjutnya yaitu tahap pengujian hipotesis dengan metode *chi-square*.

Chi-square merupakan salah satu jenis dari jenis-jenis uji komparatif non-parametrik yang diterapkan pada dua variable untuk skala data kedua variabel berupa nominal (Hadi, 2000). Jika dari 2 variabel tersebut terdapat 1 variabel berupa skala nominal, maka dilakukan uji *chi-square*. Data diasumsikan berasal dari sampel acak. Beberapa syarat uji ini diantaranya adalah jumlah responden yang digunakan harus besar, hal ini dikarenakan syarat penggunaan uji *chi-square* yaitu:

1) Tidak ada sel dengan nilai frekuensi kenyataan (F0) bernilai 0 (Nol);
2) Apabila ukuran tabel kontingensi 2 x 2, maka tidak boleh ada 1 sel saja yang memiliki frekuensi harapan (Fh) kurang dari 5;
3) Apabila ukuran tabel lebih dari 2 x 2, misal 2 x 3, maka jumlah sel dengan frekuensi harapan yang kurang dari 5 tidak boleh melebihi 20%.

Apabila tabel kontingensi berukuran 2 x 2, maka formulasi yang digunakan adalah *continuty correction*. Apabila tabel kontingensi berukuran 2 x 2, tetapi tidak memenuhi syarat dalam uji *chi-square*, maka formulasi yang digunakan adalah *fisher exact test*. Sedangkan apabila bentuk tabel kontingensi lebih dari 2 x 2, misal 2 x 3, formulasi yang digunakan adalah *pearson chi-square* (Supranto, 2000). Uji *chi-square* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$x^2 = \sum_{i=1}^{n} \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:
$\mathbf{x^2}$ = Distribusi atau nilai *Chi-square*
$\mathbf{O_i}$ = Frekuensi observasi (pengamatan) ke-i
E_i = Nilai Frekuensi ekspektasi (harapan) ke-i

Adapun tahapan dalam pengujian *chi-square* yaitu:

1) Merumuskan hipotesis H_0 dan H_1. H_0 menunjukkan tidak ada hubungan antara dua variabel. H_1 menunjukkan ada pengaruh antara dua variabel
2) Menghitung nilai frekuensi harapan (E_i)
$$E_i = \frac{(\text{Total baris})(\text{Total Kolom})}{\text{Total Sel Keseluruhan}}$$
3) Menghitung distribusi *chi-square*
4) Menentukan taraf signifikansi α
5) Mencari nilai x^2 dengan batas kritis taraf signifikansi (α) = 0.05 dan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (DF) = (Jumlah baris – 1) (Jumlah kolom – 1)
6) Menentukan kriteria pengujian: Jika x^2 hitung ≤ x^2 tabel, maka H_0 diterima; Jika x^2 hitung > x^2 tabel, maka H_0 ditolak; Jika nilai signifikansi ≥ 0.05 maka H_0 diterima; Jika nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.
7) Membandingkan x^2 hitung dengan x^2 tabel atau nilai signifikansi dengan α keputusan H_0 ditolak atau diterima.
8) Menyusun kesimpulan, ada atau tidaknya pengaruh antar variabel.

Pengujian hipotesis hubungan jenis kelamin dengan adiksi internet dilakukan dengan analisis *chi-square*, didapatkan x^2 hitung sebesar 2.64 < x^2 tabel sebesar 5.991 dengan derajat kebebasan 2, dan nilai P > 0.05. Ini artinya tidak cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 diterima. Uji hipotesis ini menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dan adiksi internet berdasarkan jawaban dari responden pada penelitian ini. Nilai rata-rata pada responden laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan.

Kemudian pengujian hipotesis hubungan jenis kelamin dengan adiksi media social, didapatkan x^2 hitung sebesar 4.54 < x^2 tabel sebesar 5.991 dengan derajat kebebasan 2, dan nilai P > 0.05. Ini artinya tidak cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 diterima. Uji hipotesis ini menyimpulkan tidak ada hubungan antara jenis kelamin dan adiksi media sosial berdasarkan jawaban dari responden pada penelitian ini. Nilai rata-rata pada responden perempuan dan laki-laki tidak mengindikasikan adanya perbedaan yang besar.

Pada hipotesis hubungan usia dengan adiksi internet, didapatkan $\mathbf{x^2}$ hitung sebesar 114.54 > $\mathbf{x^2}$ tabel sebesar 9.488 dengan derajat kebebasan 4, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara usia dengan adiksi internet. Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pada responden dengan usia kurang dari 25 tahun memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi, baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* maupun *severe*. Jadi berdasarkan usia, hasil survei adiksi internet menunjukkan bahwa kelompok yang lebih muda memiliki kecenderungan tingkat adiksi internet yang lebih tinggi.

Pada hipotesis hubungan usia dengan nilai IAT untuk adiksi sosial media, didapatkan $\mathbf{x^2}$ hitung sebesar 78.93 > $\mathbf{x^2}$ tabel sebesar 9.488 dengan derajat kebebasan 4, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara usia dengan nilai dengan adiksi sosial media. Nilai total IAT berdasarkan usia, menunjukkan bahwa pada responden dengan usia kurang dari 25 tahun memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi, baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* maupun *severe*. Jadi berdasarkan usia, hasil survei adiksi media sosial menunjukkan bahwa kelompok yang lebih muda, memiliki kecenderungan tingkat adiksi media sosial yang le-bih tinggi.

Pada pengujian hipotesis hubungan pendidikan dengan nilai IAT untuk adiksi internet, didapatkan x^2 hitung sebesar 20.38 > x^2 tabel sebesar 12.592 dengan derajat kebebasan 6, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara pendidikan dengan nilai dengan adiksi internet. Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pada responden dengan pendidikan lulusan Strata 1 (S1) memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi, baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* maupun *severe*. Jadi berdasarkan pendidikan, hasil survei adiksi internet menunjukkan bahwa kelompok dengan pendidikan sarjana, memiliki kecenderungan tingkat adiksi internet yang lebih tinggi.

Tahap selanjutnya pengujian hipotesis hubungan pendidikan dengan nilai IAT untuk adiksi media sosial, didapatkan x^2 hitung sebesar 15.58 > x^2 tabel sebesar 12.592 dengan derajat kebebasan 6, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini meng-indikasikan adanya hubungan antara pendidikan dengan nilai dengan adiksi media sosial. Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pada res-ponden dengan pendidikan lulusan strata 1 (S1) memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* mau-pun *severe*. Jadi berdasarkan pendi-dikan, hasil survei adiksi media sosial menunjukkan bahwa kelompok dengan pendidikan sarjana, memiliki kecenderungan tingkat adiksi media sosial yang lebih tinggi.

Pengujian hipotesis untuk me-lihat hubungan pekerjaan dengan nilai IAT untuk adiksi internet, didapatkan x^2 hitung sebesar 84.45 > x^2 tabel sebesar 9.488 dengan derajat kebe-basan 4, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara pekerjaan dengan nilai dengan adiksi internet. Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pada responden dengan pekerjaan pelajar atau maha-siswa dan pegawai memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* maupun *severe*. Jadi berdasarkan pekerjaan, hasil survei adiksi internet menunjukkan bahwa kelompok dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa dan pegawai, memiliki kecenderungan tingkat adiksi internet yang lebih tinggi.

Pengujian hipotesis untuk melihat hubungan pekerjaan dengan nilai IAT untuk adiksi media sosial, didapatkan x^2 hitung sebesar 68.57 > x^2 tabel sebesar 9.488 dengan derajat kebebasan 4, dan nilai P < 0.05. Ini artinya cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 ditolak. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara pekerjaan dengan nilai dengan adiksi media sosial. Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pada res-ponden dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa dan pegawai, memiliki rata-rata nilai total IAT yang tinggi baik pada kelompok adiksi *mild*, *moderate* maupun *severe*. Jadi berdasarkan pekerjaan, hasil survei adiksi media sosial menunjukkan bahwa kelompok dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa dan pegawai, memiliki kecenderungan tingkat adiksi media sosial yang lebih tinggi.

Pengujian hipotesis untuk me-lihat hubungan domisili dengan nilai IAT untuk adiksi internet, didapatkan x^2 hitung sebesar 3.69 < x^2 tabel sebesar 11.07 dengan derajat kebebas-an 5, dan nilai P > 0.05. Ini artinya tidak cukup data untuk menerima H_1, artinya H_0 diterima. Hal ini mengindikasikan tidak adanya hubungan signifikan antara domisili dengan nilai dengan adiksi internet. Jadi berdasarkan domisili, hasil survei adiksi internet menunjukkan

bahwa kelompok responden dengan domilisi pulau Jawa memiliki kecenderungan tingkat adiksi internet yang lebih tinggi.

Pengujian hipotesis untuk me-lihat hubungan domisili dengan nilai IAT untuk adiksi media sosial, didapatkan x^2 hitung sebesar 1.47 < x^2 tabel sebesar 11.07 dengan derajat kebebasan 5, dan nilai P > 0.05. Ini artinya tidak cukup data untuk me-nerima H_1, artinya H_0 diterima. Hal ini mengindikasikan tidak adanya hubungan signifikan antara domisili dengan nilai dengan adiksi media sosial. Jadi berdasarkan domisili, hasil survei adiksi media sosial menun-jukkan bahwa kelompok responden dengan domilisi pulau Jawa memiliki kecenderungan tingkat adiksi media sosial yang lebih tinggi.

Tabel 2 menunjukkan nilai *Pearson Chi-Square*, derajat kebebasan dan signifikansi pada masing-masing variabel terhadap nilai IAT adiksi internet dan media sosial sebagai berikut:

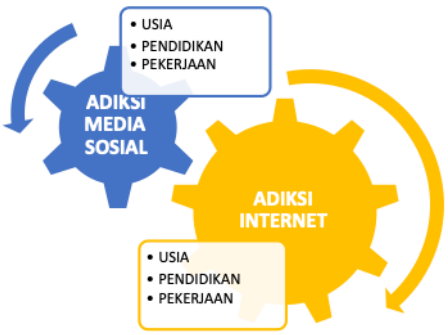
Tabel 2. Hasil pengujian hipotesis berdasar-kan hubungan kelompok kategori terhadap adiksi internet dan media sosial.

Kategori	Jenis Adiksi	Pearson Chi-Square x^2 hitung)	x^2 tabel
Jenis Kelamin	internet	2.64	5.991
Usia	internet	114.54	9.488
Pendidikan	internet	20.38	12.592
Pekerjaan	internet	84.45	9.488
Domisili	internet	3,69	11.07
Jenis Kelamin	medsos	4.54	5.991
Usia	medsos	78.93	9.488
Pendidikan	medsos	15.58	12.592
Pekerjaan	medsos	68.57	9.488
Domisili	medsos	1,47	11.07

Kategori	Derajat Kebebasan	Nilai P-Value	Kesimpulan
Jenis Kelamin	2	0,266	tidak berpengaruh
Usia	4	0,000	berpengaruh
Pendidikan	6	0,000	berpengaruh
Pekerjaan	4	0,002	berpengaruh
Domisili	5	0,594	tidak berpengaruh
Jenis Kelamin	2	0,103	tidak berpengaruh
Usia	4	0,000	berpengaruh
Pendidikan	6	0,000	berpengaruh
Pekerjaan	4	0,016	berpengaruh
Domisili	5	0,916	tidak berpengaruh

Tabel 2 menunjukkan nilai p-value untuk setiap kelompok kategori kurang dari 0.05 menyatakan bahwa, usia, pendidikan dan pekerjaan berpengaruh terhadap tingkat adiksi internet dan sosial media. Sedangkan jenis kelamin dan domisili tidak berpengaruh terhadap tingkat adiksi internet dan sosial media.

Gambar 3. Variabel yang berpengaruh terhadap adiksi internet dan sosial media.

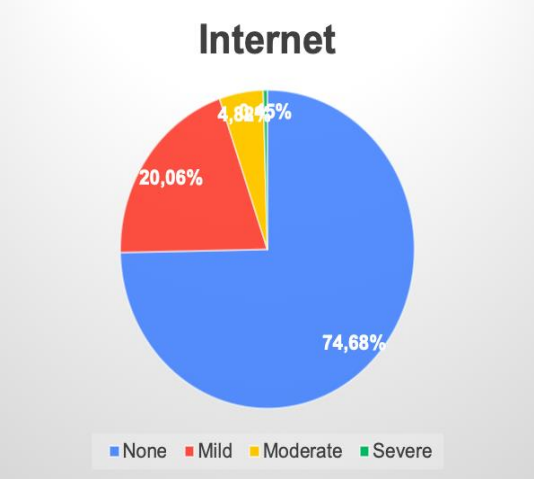


Fenomena Adiksi Internet dan Media Sosial di Kalangan Generasi XYZ

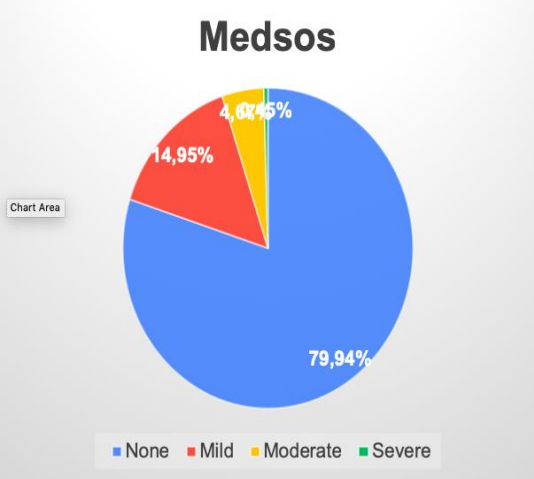
Hasil pengujian yang diperoleh dari survei dengan jumlah responden sebanyak 2014 responden Indonesia menyatakan bahwa terkait adiksi internet, sebanyak 74,68 % responden tidak terindikasi adiksi dan 25,32% teradiksi, baik yang level *mild, moderate* dan *severe*.

Sedangkan terkait adiksi media social, sebanyak 79,94 % tidak teradiksi dan 20,06 % teradiksi, baik level *mild*, *moderate* dan *severe*. Hasil pengujian ini digambarkan pada gambar 4 dan gambar 5.

Gambar 4. Hasil survei adiksi internet.

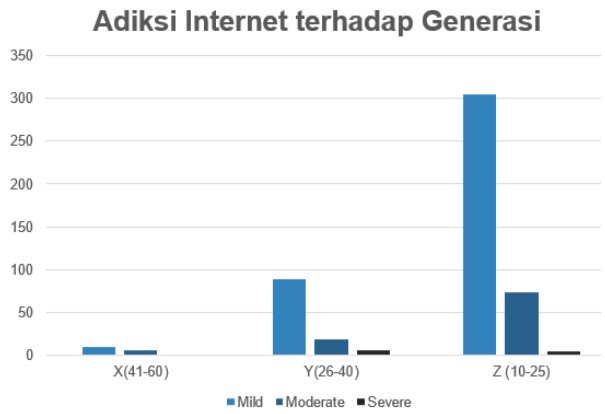


Gambar 5. Hasil survei adiksi media social.



Hasil survei ini, kami olah kembali untuk kategori yang teradiksi saja, baik untuk adiksi internet maupun adiksi media social. Data yang kami olah adalah data yang dilihat dari sebaran usianya. Kelompok usia dalam hal ini kami representasikan sesuai kelompok generasinya. Hasil yang teradiksi internet kami sajikan pada gambar 6 di bawah ini:

Gambar 6. Hasil survei adiksi internet terhadap generasi.

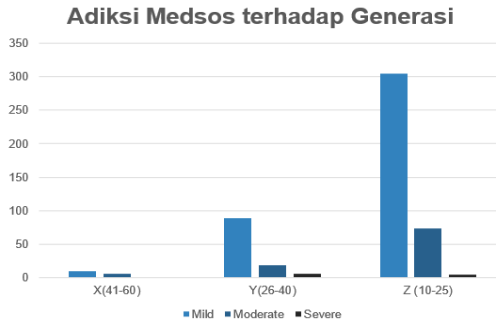


	X(41-60)	Y(26-40)	Z (10-25)
Mild	0,50%	4,42%	15,14%
Moderate	0,25%	0,94%	3,62%
Severe	0,00%	0,25%	0,20%

Dari gambar 6 kita bisa melihat bahwa untuk generasi X, yang teradiksi internet level *mild* sebanyak 0,5 %, level *moderate* sebanyak 0,25 % serta tidak ada satupun yang teradiksi level *severe*. Untuk generasi Y, yang teradiksi level *mild* sebanyak 4,42 %, level *moderate* sebanyak 0,94% serta 0,25% teradiksi level *severe*. Dan untuk generasi Z, yang teradiksi level *mild* sebanyak 15,14 %, level *moderate* sebanyak 3,62 % serta 0,20 % teradiksi level *severe*.

Hasil yang teradiksi media sosial kami sajikan lebih detil pada gambar 7 di bawah ini:

Gambar 7. Hasil survei adiksi media sosial terhadap generasi.



	X(41-60)	Y(26-40)	Z (10-25)
Mild	0,89%	3,03%	10,97%
Moderate	0,20%	0,55%	3,92%
Severe	0,05%	0,25%	0,15%

Gambar 7 menyajikan data bahwa untuk generasi X, yang teradiksi media sosial level *mild* sebanyak 0,89 %, level *moderate* sebanyak 0,20 % serta yang teradiksi level *severe* sebanyak 0,05 %. Untuk generasi Y, yang teradiksi level *mild* sebanyak 3,03 %, level *moderate* sebanyak 0,55 %, serta yang teradiksi level *severe* sebanyak 0,25 %. Terakhir adalah untuk generasi Z. Data yang teradiksi level *mild* sebanyak 10,97 %, level *moderate* sebanyak 3,92 % serta 0,15 % teradiksi level *severe.*

Generasi Y dan generasi Z adalah generasi yang paling banyak mengalami adiksi, baik internet maupun media sosial. Kedua generasi ini adalah generasi digital yang piawai dan terpikat dengan teknologi informasi dan berbagai macam jenis aplikasi komputer dari sejak dini. Semua kebutuhan informasi serta kepentingan pendidikan, mereka bisa diperoleh dengan mudah dan cepat. Mereka tidak mengenal dunia tanpa internet atau media sosial, mereka juga generasi yang mengetahui semua hal ihwal tentang teknologi. Mereka senang dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan terutama lewat jejaring media sosial. Melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, twitter, line, telegram, SMS dan lain-lain, mereka bisa lebih leluasa meluapkan apa yang dirasa dan dipikir secara refleks. Kondisi umum ini ditambah lagi dengan adanya pandemik, dimana kegiatan sekolah, kuliah maupun bekerja semuanya dilakukan dengan menggunakan media internet serta media sosial. Hal inilah yang menjadi penyebab generasi Y dan Z paling banyak teradiksi internet di dalam survei ini.

Generasi X menempati urutan paling sedikit yang teradiksi internet maupun media sosialnya. Secara umum, mereka bukanlah generasi yang dari mulai lahir dekat dengan teknologi. Sebagian besar dari genarasi X ini mengalami adiksi karena dipengaruhi tingkat pendidikan dan pekerjaan mereka yang menuntut untuk kecakapan dalam mengakses internet serta media sosial. Kondisi pandemik, juga menambah intensitas generasi ini dalam mengakses internet dan media sosial, baik untuk kepentingan dalam bekerja, berbisnis, memenuhi keperluan keluarga dalam berbagai hal, maupun dalam rangka membangun serta meningkatkan hubungan social, baik di kalangan keluarga besar mereka maupun dengan rekan lainnya.

Adiksi Internet dan Media Sosial adalah Realitas Sains

Karl Popper mengatakan bahwa suatu sistem disebut saintifik, hanya jika sistem tersebut bisa diuji dalam arti memiliki kemungkinan difalsifikasi dengan pengalaman (Dimitri D, 2018). Berdasarkan kriteria Popper tersebut, maka hasil survei yang telah dilakukan menyatakan bahwa adiksi internet dan media sosial ini adalah sains. Uji hipotesa pengaruh variabel jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan domisili terhadap tingkat adiksi bisa dihitung secara empiris. Dan hasil olah uji Chi Square terhadap 2014 responden, yaitu dimulai dari pengujian validitas dan *reability cronbach's alpha* menyatakan hasilnya adalah rata-rata diatas 0,7 (*good*).

Hipothesis 1 Test (Usia dengan IAT Score) Chi-Square Test dengan nilai P-Value < 0.05 menyatakan bahwa ada hubungan antara umur dan skor IAT dan berdasarkan umur responden, kelompok yang lebih muda memiliki kecenderungan tingkat internet yang lebih tinggi. Skor IAT berdasarkan jenis kelamin memiliki nilai Chi-Square P-Value > 0.05 sehingga menyatakan bahwa tidak ada hubungan jenis kelamin dan nilai IAT. Jadi, IAT termasuk realitas saintifik dan bukan *pseudo saians* karena IAT telah logis, empirik dan dapat diuji atau

difalsifikasikan dengan hasil uji reabilitas yang baik.

Fenomena adiksi internet dan media sosial saat ini merupakan kenyataan yang harus mendapatkan perhatian serius dari semua pihak. Dari pemaparan hasil survei yang sudah dijelaskan di atas, menyatakan bahwa dari 2014 responden, ada sekitar 25% yang masuk ke dalam kategori teradiksi, baik levelnya *mild*, *moderate* maupun *severe.* Generasi yang teradiksi adalah generasi X, Y dan Z dimana yang mengalami adiksi *severe* adalah dari kalangan generasi Y dan Z mengingat mereka adalah generasi yang sejak kecil sudah akrab dengan teknologi.

Pencegahan agar adiksi ini tidak semakin meluas serta usaha pemulihan bagi yang sudah teradiksi bisa dilakukan dengan melibatkan tiga komponen besar yaitu keluarga, masyarakat dan negara. Dari sisi keluarga, orang tua harus mendampingi anak-anaknya ketika mereka mengakses gadget yang terhubung kepada internet serta ketika mengakses media sosial. Para orang tua sebaiknya memastikan putra-putrinya mendapatkan muatan atau informasi sesuai dengan porsinya. Orang tua harus bisa meyakinkan penggunaan teknologi yang sesuai untuk putra-putrinya. Mereka harus dapat membatasi penggunaan waktu akses internet dan media sosial anak-anaknya, karena hal tersebut akan berakibat kurang baik dalam pembentukan watak dan perilakunya kelak dikemudian hari.

Dari sisi masyarakat, maka peran yang bisa mereka lakukan adalah kontrol sosial untuk pencegahan juga membantu dalam penyembuhan bagi yang sudah teradiksi. Masyarakat yang dimaksud adalah lingkungan di luar keluarga, bisa sekolah, lembaga profesional serta lembaga non profesional lainnya. Dalam rangka pencegahan, masyarakat bisa berperan aktif dalam edukasi terkait adiksi internet ini. Sedangkan dalam aspek penyembuhan bagi yang sudah teradiksi, keluarga bisa berkolaborasi dengan lembaga profesional maupun non profesional lainnya dalam hal terapi adiksi. Terapi yang diberikan bisa berupa konseling, psikoterapi, dan pada kasus-kasus gejala gangguan jiwa yang berat, bisa juga diberikan obat oleh tenaga profesional.

Dari sisi pemerintah, untuk mencegah dampak buruk dari penggunaan internet dan media sosial yang berlebihan, telah dikeluarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) 4 menteri untuk membatasi penggunaan gadget di sekolah. Akan tetapi, realisasinya tidak mudah karena dipengaruhi oleh kedisiplinan sekolah, arahan dari para guru, dan pola asuh orang tua di rumah. Dengan demikian, pemerintah harus melakukan campur tangan untuk pelaksanaannya agar bisa berjalan sesuai dengan program yang sudah digulirkan. Masa depan negara berada pada tangan-tangan generasi mudanya, maka sudah selayaknya pemerintah semakin memperketat aturan yang bisa mencegah adiksi serta aturan yang bisa menjadi payung hukum dalam penanganan kasus yang sudah teradiksi.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan masalah adiksi internet dan media sosial sudah merupakan masalah nyata dan penting untuk diperhatikan bagi setiap individu, keluarga, masyarakat dan negara.

Survei yang dilakukan pada tanggal 1-4 November 2020 dengan jumlah responden sebanyak 2014 responden Indonesia menyatakan bahwa terkait adiksi internet, bahwa 25,32 % responden telah teradiksi internet dan 79,94 % telah teradiksi media sosial. Hal ini merupakan suatu fenomena yang sangat memprihatinkan, karena ada banyak dampak negatif dari adiksi internet dan media sosial. Pada tingkatannya yang *severe*, adiksi ini mengarah pada penyakit jiwa, seperti tidak bisa membedakan realitas

nyata dan realitas maya, dan bahkan *schizophrenia*. Dilihat dari angka yang terpapar, adiksi ini bisa dianalogikan semacam wabah penyakit psikologis dan penyakit jiwa yang menular tidak melalui virus dan bakteri, namun melalui *life style* atau cara hidup.

Generasi muda lebih rentan terpapar wabah adiksi internet ini. Dari kelompok generasi X, Y dan Z, level adiksi tertinggi yaitu *severe* dialami oleh generasi Y dan Z. Adiksi berat pada generasi Y dan Z dipengaruhi oleh faktor teknologi yang sangat dekat dengan mereka yang bisa mereka akses sejak kecil. Sedangkan adiksi pada generasi X terkait erat dengan tingkat pendidikan dan pekerjaan mereka. Walaupun secara usia mereka termasuk ke dalam kelompok generasi yang tidak akrab dengan teknologi sejak kecil, tetapi pendidikan serta pekerjaan mereka menuntut untuk kecakapan dalam mengakses internet serta media sosial.

Penelitian menunjukkan bahwa adiksi internet dan sosial media di Indonesia telah menjadi sebuah kenyataaan dan benar-benar eksis. Adiksi Internet dan sosial media di Indonesia merupakan realitas yang saintifik dan bukan hanya suatu konsep *pseudo sains*. Hal ini adalah karena fenomena ini dapat dikaji logis, empirik, dan dapat diuji atau difalsifikasi.

Harus ada perhatian khusus serta langkah-langkah yang dilakukan, baik dalam rangka pencegahan maupun pemulihan bagi yang sudah teradiksi. Pencegahan agar adiksi ini tidak semakin meluas serta pemulihan bagi yang sudah teradiksi bisa dilakukan dengan melibatkan empat komponen besar yaitu peningkatan kendali diri, peran aktif keluarga, masyarakat dan negara.

DAFTAR PUSTAKA

Aboujaoude, E. (2010). "Problematic internet Use: An overview." *World Psychiatry*, 9, 85-90. Diunduh 11 November 2020 di https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2911081/

Achab, S., Simon, O., Müller, S., Thorens, G., Martinotti, G., Zullino, D. & Khazaal, Y. (2015). Internet addiction. in N. El-Guebaly, G. Carra & M. Galanter (Eds.). *Textb. Addict. Treat. Int. Perspect.*, pp. 1499–1513

Andreou, E. & Svoli, H. (2013). "The association between internet user characteristics and dimensions of internet addiction among Greek adolescents." *International Journal of Mental Health and Addiction*, 139–148. https://doi.org/10.1007/s11469-012-9404-3

APJII. (2014). *Profil pengguna internet Indonesia.* Pusat Kajian Komu nikasi Universitas Indonesia.

APJII. (2017). *Infografis: Penetrasi & perilaku pengguna internet Indo nesia survei 2017.*

Ashwini Veronica, S., & Samuel, A. U. (2016). Social media addiction among adolescents with special reference to facebook addiction. *IOSR J. Humanit. Soc. Sci.*, no. December, pp. 2279–837.

Badan Pusat Statistik. (2019). *Perempuan dan laki-laki di Indonesia 2018*. Katalog: 2104010. Diakses 11 November 2020 di https://www.bps.go.id/publication/2019/12/06/c6fbd6440113bdaff2de1926/perempuan-dan-laki-laki-di-Indonesia-2018.html

Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). "Y and Z generations at workplaces." *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06

Black DW, Belsare, G., Schlosser, S. (1999). Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting compulsive computer use behavior. *J Clin Psychiatry.*, 60 (12), pp. 839–844.

Brenner, V. (1997). "Psychology of computer use: XLVII. Parameters of Internet Use, Abuse and Addiction: The First 90 Days of the Internet Usage Survey," *Psychol. reports* 80.

Christina Sterbenz. (2015). "Here's who comes after generation Z and they'll be the most transformative age group ever." Business Insider. Diunduh pada tanggal 11 Desember 2020 pada https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2?r=US&IR=T

Depkes RI. (2010). Profil kesehatan Indonesia tahun 2009. Diunduh 11 November di https://www.kemkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/buletin/buletin-lansia.pdf

Detikinet, Inc. (2020). Anak-anak jadi kecanduan medsos selama pandemi covid-19. Diunduh 12 November 2020 di https://inet.detik.com/security/d-5092542/anak-anak-jadi-kecanduan-medsos-selama-pandemi-covid-19

Dewi, S. L. A. dkk (2020). Perilaku generasi X dan generasi millenial dalam penggunaan media sosial. *Jurnal Inovasi Universitas Bina Darma,* 14 (1). doi: 10.33557/jurnalinovasi.v14i1.946

Dill, K. (2015). "7 things employers should know about the gen Z workforce." Forbes Magazine, 11.6. Diunduh pada 11 Desember 2020 dari https://www.forbes.com/sites/kathryndill/2015/11/06/7-things-employers-should-know-about-the-gen-z-workforce/?sh=22021454fad7

Greenfield, G. N. (1999). Psychological Characteristics of Compulsive Internet Use: A Preliminary Ana lysis, *Cyberpsychology Behav.* 2, pp. 403–412.

Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addict. Res.*, 8 (5), pp. 413–418.

Griffiths, M., Pontes, H., & Kuss, D. (2015). Clinical psychology of internet addiction: A review of its conceptualization, prevalence, neu ronal processes, and impli cations for treatment *Neurosci. Neuro economics*, No. January, p. 11.

Grohol, J. M. (2020). Internet addiction guide. https://psychcentral.com/net-addiction/

H. M. P. and J. B. Mark D. Griffiths, Daria J. Kuss. (2016). Where do gambling and internet 'addictions' belong? the status of 'other' addictions mark," *Int. Gaming Res. Unit*, pp. 1–48.

Hadi, S. (2000). Metodologi penelitian. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Howe, N., & Strauss, W. (1991). Generations: the history of America's future, 1584-2069.

Journal, T., & Vol, P. (2018). Pengaruh keterampilan sosial dan pola komunikasi keluarga terhadap kecen derungan adiksi internet pada remaja pengguna smartphone. *TAZKIYA Journal of Psychology*, 6(1), 135–152.

Jurkiewicz, C. L. (2000). Generation X and the public employee. *Public Personnel Management*, 29(1), 55. https://doi.org/10.1177/009102600002900105

Kominfo. (2019). Pengguna internet Indonesia nomor enam dunia. Diunduh 12 November 2020 di https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-

Indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

Kupperschmidt, B. R. (2000). Multi-generation employees: Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76

Lyons, S. (2004). "An Exploration of Generational Values in Life and at Work." *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441. Diunduh dari http://ezproxy.um.edu.my/docview/305203456?accountid=28930

Mahayana, D. (2018). Filsafat ilmu pengetahuan. Bandung: Penerbit ITB.

McCrindle, M. (2011). *The ABC of XYZ.* Australia: UNSW Press.

Media Indonesia. (2020). Kecanduan terhadap Internet Meningkat 5 Kali Lipat. Diunduh 12 November 2020 di https://mediaIndonesia.com/read/detail/334338-kecanduan-terhadap-internet-meningkat-5-kali-lipat

Pantu, E. A., & Gorontalo, U. M. (2018). Kecanduan sosial media ditinjau dari perbedaan gender. *SemNasPsi (Seminar Nasional Psikologi)* 1 (1), 2018. Hal. 188–196.

Park, B., Han, D. H. & Roh, S. (2016). Neurobiological findings related to internet use disorders. *Psychiatry Clin. Neurosci.*

Prabandari, K., & Yuliati, L. N. (2016). The influence of social media use and parenting style on teenagers' academic motivation and academic achievement. *J. Child Dev. Stud.*, 1 (01), p. 39.

Prasasti, G. D. (2020). Studi 14,4 Persen Orang Dewasa di Indonesia Alami Kecanduan Internet Selama Pandemi. *Health Liputan 6.* Diunduh 11 November 2020 di. https://www.liputan6.com/health/read/4357452/studi-144-persen-orang-dewasa-di-Indonesia-alami-kecanduan-internet-selama-pandemi

Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Gunadarma, U. (2020). Adiksi media sosial pada remaja pengguna instagram dan whatsapp: Memahami peran need fulfillment dan social media engagement. 18(01), 5–16. https://doi.org/10.7454/jps.2020.03

Rumpf, H.-J., Arnaud, N., Batra, A., Bischof, A., Bischof, G., Brand, M., Gohlke, A., Kaess, M., Kiefer and T. & Leménager. (2016). Memorandum internetbezogene störungen der deutschen gesell-schaft für suchtforschung und suchttherapie (DG-Sucht), *Sucht*, pp. 167–172.

Şahın, C. (2017). The predictive level of social media addiction for life satisfaction: A study on university students. *Turkish Online J. Educ. Technol.*, 2017 (December Special Issue INTE), pp. 515–520.

Sari, A. P., Ilyas, A., & Ifdil, I. (2018). Tingkat kecanduan internet pada remaja awal. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia).* 3 (2), 110–117

Supranto, J. (2000). Statistik teori dan aplikasi. Jilid 1, Edisi Keenem. Jakarta: Erlangga.

Tsimtsiou, Z., Haidich, A. B., Kokkali, S., Dardavesis, T., Young, K. S., & Arvanitidou, A. (2014). Greek version of the internet addiction test: A validation study," *Psychiatr. Q.*, 85 (2), pp. 187–195. DOI: 10.1007/s11126-013-9282-2

Widyanto, L. & Griffiths, M. (2006). Internet addiction: A critical review. *Int. J. Ment. Heal. Addict.* 4, pp. 31–51.

Yellowless, P. M., & Marks, S. (2007). Problematic internet use or internet addiction?. *Computers in Human*

Behavior, 23, 1447-1453. doi: 10.1016/ j.chb.2005.05.004

Young, K. S. (2011*)*.Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment," New York, P. 314.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychol Behav*, 1 (3), pp. 237–244.

Young, K.S. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the internet: A Case that breaks the stereotype," *Psychol*, pp. 899–902.