

***THE RELATION BETWEEN NEED TO BELONG AND ADDICTION IN USING
SOCIAL MEDIA IN COLLEGE STUDENTS***

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between need to belong and addiction in using social media in college students. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relation between need to belong and the level of addiction in using social media. Subjects involved in this study is as much as 85 students, ages ranging from 18-23 years spread across several universities in West Java, Central Java, and Yogyakarta. Data collection was done by using two scales to measure each variable, a modified scale from Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) Andreassen et al. (2012) to measure addiction, as well as a modified scale from Leary's Need to Belong Scale (NTBS) (2013) to measure the level of need to belong. Data analysis was performed by using Pearson product moment correlation test. The results showed that there is a positive relationship between need to belong and addiction in social media in college students ($r_{xy} = 0.287$; $p < 0.01$). This means that the higher the need to belong, the higher of addiction in using social media in college students.

Keywords: *need to belong, addiction, social media*

HUBUNGAN ANTARA *NEED TO BELONG* DENGAN ADIKSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *need to belong* dengan adiksi dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara *need to belong* dengan adiksi dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa. Subjek yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 85 orang dengan rentang usia 18-23 tahun, yang tersebar di beberapa universitas di Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua buah skala untuk mengukur masing-masing variabel, yaitu skala yang dimodifikasi dari *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS) Andreassen dkk. (2012) untuk mengukur adiksi, serta skala yang dimodifikasi dari *Need to Belong Scale* (NTBS) Leary (2013) untuk mengukur *need to belong*. Analisis data dilakukan dengan uji korelasi product moment *Pearson*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kedua variabel yaitu *need to belong* dan dengan adiksi dalam media sosial pada mahasiswa ($r_{xy} = 0,287$; $p < 0,01$). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *need to belong*, semakin tinggi pula adiksi dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa.

Kata kunci: *need to belong*, adiksi, media sosial