Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi
Vol. 4, No. 2, Mei 2023(76-85)
e-ISSN : 2720 – 8958
DOI : 10.24014/pib.v4i2.21746

Validitas Konstrak Skala Kecanduan Media Sosial

Ivan Muhammad Agung[1,] Deri Sahara[2]
[1,2] Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: ivan.agung@uin-suska.ac.id

Abstrak

Kecanduan media sosial merupakan salah satu topik penting yang dibahas sekarang.Pengukuran kecanduan media sosial sudah banyak dilakukan oleh para ahli psikologi dengan menggunakan instrumen pengumpulan data berupa skala yang disusun dari aspek yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis validitas konstrak Skala Kecanduan Media Sosial yang dikembangkan oleh Al Menayes (2015) berdasarkan konsep Young (1996). Subjek penelitian sebanyak 150 mahasiswa pengguna media sosial lebih dari 3 jam sehari. Subjek penelitian diperoleh menggunakan teknik non randam sampling yaitu accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan bantuan program AMOS 6. Hasil penelitian menunjukkan ketiga aspek (konsekuensi sosial, pengalihan waktu dan peasaan kompulsif) memenuhi kriteria fit model pengukuran, artinya, secara umum aitem-aitem yang berada pada setiap komponen mencerminkan kevalidan dalam mencerminkan setiap komponen. Hasil penelitian akan dibahas dalam konteks pengukuran psikologi.

Kata kunci: *kecanduan, media sosial, validitas konstrak*

Abstract

Social media addiction is one of the important topics being discussed now. Measurements of social media addiction have been carried out by many psychologists. This study aims to analyze construct validity Social Media Addiction Scale developed by Al Menayes (2015). The research subjects were 150 students using social media for more than 3 hours a day. The research subjects were obtained using a non-random sampling technique, namely accidental sampling. Data analysis was performed using confirmatory factor analysis with the help of the AMOS 6 program. The results showed that all three aspects (social consequences, time diversion and compulsive feelings) met the measurement model fit criteria, meaning that in general the items in each component reflected the validity of reflecting each component. The research results will be discussed in the context of psychological measurements.

Keywords: *addiction, social media, measurement, construct validity*

Pendahuluan

Pengguna nternet di Indonesia semakin hari terus meningkat.dan menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Menurut hasil survey penggunaan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 132.7 juta pengguna atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Angka ini mengalami kenaikan 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016). Jumlah ini akan diprediksi meningkat seiring bertambahnya

jumlah penduduk dan kemudahan akses internet.Salah satu konten internet yang menjadi favorit pengguna internet adalah sosial media. Beberapa media sosial yang populer adalah facebook, youtube, twitter,whatsApps, Line,Google+ dan sebagainya. Hasil survey APJII (2016) ada sekitar 129,2 juta pengguna mengakses media social. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook yaitu sebanyak 71,6 juta pengguna dan aktivitas yang dilakukan yang paling banyak adalak berbargi informasi, berdagang dan sosialisasi.

Penggunaan smartphone sebagai alat untuk mengakses internet (media sosia) dominan di Indonesia. Data menunjukkan bahwa pengguna internet paling banyak menggunakan perangkat mobile (smartphone) sebesar 63,1 juta atau sekitar 47,6% dibandingkan komputer.(APJII, 2016) Dengan kondisi tersebut akan mempermudah individu dalam mengakses interntet, kapan dan dimana indvidu berada akibatnya kergantungan atau kecanduan dalam mengakses internet (media sosial) semakin meningkat (Al Menayes, 2015a).

Perkembangan teknologi informasi serta perangkatnya mengubah objek kecanduan tersebut mulai dari bersifat umum sampai ke khusus serta perangkat yang digunakan. Ketika internet belum populer, ada istilah kecanduan computer (Shotton, 1991), setelah ada internet dinamakan kecanduan internet (Young, 1996), selanjutnya berkembang *game online* disebut dengan kecanduan *game online (*Lemmens, Valkenburg, & Peter, 2009), dan muncul era social media awal tahun 2000 an, maka memunculkan istilah kecanduan media sosial dan jejaring sosial (Andreasser, dkk. (2012; Al-Menayes, 2015a;2015b). Demikian juga perangkat yang digunakan menjadi kajian oleh para ahli dalam memahami kecanduan seperti kecanduan *smarphone* (Pavia, dkk 2016; Lin Y-H, dkk., 2014). Dalam artikel ini akan menggunakan istilah kecanduan media sosial

Istilah kecanduan internet pertama kali dipopulerkan oleh Ivan Goldber (psikiatris) pada tahun 1995. Istilah kecanduan internet menjadi perdebatan dikalangan para ahli. Sebagian tidak sepakat bahwa penggunaan istilah "kecanduan" pada konteks internet (Widyanto and Griffiths, 2006). Beberapa ahli memperdebatkan bahwa kecanduan perilaku tidak sama dengan kecanduan obat terutama pada aspek *withdrawal* dan *tolerance* (Van Rooij, & Prause, 2014).Kecanduan internet tidak terdapat di buku *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder (*DSM IV). Konsep Kecanduan internet disamakan dengan kecanduan obat, judi, *games*, alcohol dan seksual, (Young, 1996). Kecanduan internet didefinisikan "*as an impulse-control disorder which does not involve an intoxicant* (Young, 1996.). kriteria yang digunakan untuk diagnosis kecanduan internet merujuk pada kriteria *phatalogical gambling*, yaitu (1) keasyikan dengan Internet, (2) kebutuhan untuk menggunakan Internet dalam jumlah waktu yang meningkat, (3) upaya yang gagal untuk berhenti menggunakan Internet, (4) perubahan suasana hati saat mencoba menghentikan atau mengurangi penggunaan Internet, (5) tetap online lebih lama dari yang dimaksudkan, (6) membahayakan hubungan atau peluang yang signifikan karena penggunaan Internet yang berlebihan, (7) berbohong tentang penggunaan Internet, (8) menggunakan Internet sebagai pelarian dari masalah atau

berusaha menghilangkan suasana hati yang buruk (Widyanto & McMurran, 2004). Indvidu dikatakan kecanduan apabila menjawab "ya" pada lima atau lebih kriteria.Sementara pada DSM V kecanduan internet(media social) disamakan dengan Internet Gaming Disorder (IGD) in Section III . Secara umum kriteria tidak jauh berbeda yang tertara pada DSM IV R.

Berdasarkan kriteria dan hasil penelitian tentang kecanduan internet (media social, game online) secara umum dua hal yang menjadi dasar yatu kriteria dalam menilai seseorang mengalami kecanduan, yaitu waktu dan psikologis (kognitif, emosi dan perilaku) yang meliputi motif, proses dan implikasi.keduanya yang saling terkait. Indvidu yang mengalami kecanduan internet (media social, game online) berkorealsi positing dengan jumlah waktu yang digunakan (*Pertama,* berkaitan dengan waktu.Beberapa ahli mengatakan bahwa individu dikatakan kecanduan apabila menggunakan internet (media social) sebanyak >21 jam per minggu , sementara ahli lain mengatakan lebih 40 jam /pekan (Hing Keung Ma, 2011). *Kedua*, aspek psikologis. Aspek ini merupakan kriteria yang banyak digunakan dalam kecanduan internet. Aspek ini berkaitan kontrol diri, emosi, perilaku serta implikasi yang ditimbulkan akibat penggunaan internet (media sosial). Misalkan orang yang mengalami kecanduan media social akan terus memikirkan media social (obsesif), ketidakmampuan mengontrol penggunaan waktu, mengalami masalah dengan orang sekitar, serta penurunan dalam performance akademik (Hing Keung Ma, 2011).

Berbahayakah individu yang mengalami kecanduan media social?beberapa penelitian menunjukkan bahwa kecanduan media social berhubungan pada penurunan performance akademik (Al Menayes, 2014), keterampilan social (Nurmandia, Wigati, & Masluchah, 2013). ,kecemasan social dan depresi (Soliha, 2015; Kırcaburun, 2016); *self esteem* dan kepuasan hidup (Hawi, & Samaha, 2016) perilaku dan afektif disorder (So-kum Tang & Koh, 2017); pengurangan waktu dan masalah interpersonal dengan *significant person*, konsumtif, prokrastinasi, mengalami distraksi, manajemen waktu yang buruk, kurang berprestasi, kurang dapat mengontrol diri terhadap penggunaan berjejaring sosial (Maheswari, & Dwiutami, 2013).

Pengukuran kecanduan media sosial sudah banyak dilakukan oleh beberapa ahli. Umumnya pengukuran kecanduan media sosial mengacu pada kriteria kecanduan internet. misalkan, Andreasser, dkk. (2012), melakukan validasi skala kecanduan facebook yang terdiri 18 aitem diususun berdasarkan konsep Brown (1993) dan Griffiths (1996), *pathological gambling* (American Psychiatric Association, 2000). Hasil penelitian bahwa skala kecanduan facebook diterima secara properties psikometri, yang meliputi konsistensi internal, struktur faktor dan reliabilitas. Adapun komponen terdiri dari enam, yaitu *salience*, *tolerance, mood modification, relapse, withdrawal*, *conflict* dan dapat diterma secara psikometri, reliabilitas (alpha =0,83). Demikian juga penelitian yang dilakukan Al Manayes (2015b) tentang validasi dan pengembangan skala kecanduan

media sosial pada konteks muslim Arab berdasarkan kriteria dari tes kecanduan internet dari Young (1996).

Sementara itu. penelitian khusus tentang analisis psikometri skala kecanduan media sosial belum banyak dilakukan di Indonesia. Penelitian Soetjipto, (2005) lebih bersifat umum, yaitu tentang uji validitas kriteria kecanduan internet berdasarkan konsep dan Beard dan Wolf (2001). Hasilnya menunjukkan dari tujuh aitem yang digunakan, ada satu aitem yang tidak valid. Adapun terdapat enam kriteria yang digunakan dalam kecanduan internet, yaitu, (1) pikiran yang terpreokupasi internet; (2) waktu penggunakan internet semakin lama semakin bertambah demi pemenuhan kepuasan diri *(tolerance*); (3) pernah mencoba namun gagal untuk mengendalikan, mengurangi, atau berhenti menggunakan internet; (4) tidak tenang, *moody*, depresif, dan mudah teriritasi; (5) aktivitas *online* melebihi waktu yang direncanakan; dan (6) mengalami masalah pribadi. Penelitian Jap, dkk (2013) tentang validasi instrumen pengukuran kecanduan *game online* di Indonesia. Pada penelietian tersebut digunakan sebanyak tujuh aitem berdasarkan criteria *patahalogical gambling* dari DSM IV-TR (2000) dan konsep Griffiths (1996), yaitu (1) pikirannya tentang game online (preokupasi), (2) *tolerance*, (3) menghindari dari kehidupan nyata (*escape*), (4) tidak mampu menghentikan dalam bermain (*relapse*). (5) merasa tidak senang ketika tidak bermain (*withdrawal*), (6) konflik akibat bermain *game online* dan (7) masalah sulit tidur akibat *game online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrument kecanduan *game online* memiliki reliabilitas sebesar 0,73, artinya dapat diterima secara psikometri.dari dua studi tersebut dapat dismpulkan bahwa kriteria kecanduan internet relatif sama. Oleh karena pada studi akan lebih spesifik pada penggunaan media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas konstrak skala kecanduan media sosial berdasarkan instrumen dari Al Manayes (2015b) tentang kecanduan media social berdasarkan konsep Young (1996). Menurutnya ada tiga aspek dalam kecanduan media social, pertama, *Sosial Consequences* (konsekuensi sosial), mencerminkan bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi seseorang social seperti : mengabaikan teman dan akademik yang memburuk, kedua, *Time Displacement* (pengalihan waktu), mencerminkan dimensi waktu yang berkaitan dengan penggunaan media social, seperti menggunakan waktu bermain media social secara berlebihan, dan ketiga *Compulsive Feelings* (perasaan kompulsif), berkaitan dengan perasaan ketika tidak menggunakan media sosial dan dorongan untuk terus mengakses media sosial, seperti bosan ketika tidak menggunakan media sosial dan berpikir terus untk menggunakannya.

Fokus penelitian ini adalah melakukan analisis validitas konstrak kecanduan media sosial. Pengukuran kecanduan media sosial menggunakan skala yang dikembangkan oleh Al Manayes (2015b) yang pada awalnya terdiri dari 14 aitem. Pada penelitian ini akan menggunakan skala yang telah dimodifikasi menjadi 23 aitem dan dilakukan analisis psikometri, seperti uji reliabilitas, dan melakukan validitas konstrak dengan analisis faktor konfirmatori terhadap tiga aspek tersebut dengan AMOS.

Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi
Vol. 4, No. 2, Mei 2023(76-85)
e-ISSN : 2720 – 8958
DOI : 10.24014/pib.v4i2.21746

Metode

Partisipan

Partisipan penelitian adalah mahasiswa yang mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau yang berada di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru yang berjumlah 150 orang (60 laki-laki dan 90 perempuan) dengan rerata umur 19,9, SD = 2. Kriteria partisipan adalah, yang menggunakan media sosial lebih dari 3 jam sehari(Chou & Hsiao (2000).Teknik sampling digunakan adalah *non random sampling* yaitu *accidental sampling* pengambilan patisipan secara tidak tidak terencana atau sedapatnya.

Pengukuran

Alat ukur yang digunakan dalam skala kecanduan media social adalah skala yang dikembangkan oleh Al Manayes (2015b) yang dimodifikasi menjadi 23 aitem. Model skala kecanduan media sosial dibuat dalam empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Kuesioner tertutup yang berbentuk skala likert. Skala ini memiliki aitem. Pemberian skor dengan cara memberi skor 1 sampai 4.Setelah dilakukan uji coba, diperoleh aitem sebanyak 15 aitem (daya beda > 0.3), setelah dilakukan analisis reliabilitas menggunakan alpha Cronbach diperoleh skor 0,83, artinya alat ukur memiliki reliabilitas yang baik secara psikometris.

Tabel 1. *Blue Print* Skala kecanduan media sosial untuk Penelitian

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		Favorable	***Unfavorable***	
1	*Social consequences* (konsekuensi social)	1, 2,3, 4	-	4
2	*Time displacement* (pengalihan waktu)	5, 6, 7, 8	-	4
3	*Compulsive feelings* (perasaan kompulsif)	9, 11, 12, 13, 14	10, 15	7
	Total	**13**	**2**	**15**

Analsis data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan bantuan program AMOS 6. Analisis faktor konfirmatory merupakan salah satu analis data untuk mengevaluasi dan menguji validitas konstrak pengukuran dan untuk melihat kecocokan model dengan prosedur *Maximum Likelihood Estimation* (estimasi kecocokan maksimum). Ada beberapa kriteria untuk menguji kecocokan model (*goodness of fit model*), yaitu: (1) *chi square* dan tingkat probability dengan criteria *chi square* mendekati nol atau kecil dan nilai p> 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara model dengan data empiric. *Chi square* sangat sensitive dengan jumlah sampel, sehingga perlu beberapa criteria tambahan. (2) *The Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) model Model ini untuk melihat kecocokan model dengan data empiric dengan

criteria indeks lebih kecil atau sama dengan 0,08. *Root Mean-square Residuals* (RMR) lebih kecil 0,10. (3). Kriteria tambahan antara lain adalah Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit (AGFI), *Normed Fit Index* (NFI), dan Comparative Fit Index (CFI). Mode/ dikatakan fit bila indeks lebih besar 0,09. CMIN/DF merupakan ukuran yang diperoleh dari nilai chi-square dibagi dengan *degree of freedom*. Menurut Hair dkk. (2006) nilai yang direkomendasikan untuk menerima kesesuaian sebuah model adalah nilai CMIN/DF yang lebih lebih kecil atau sama dengan 2,0 atau 3,0.

Hasil

Hasil analisis faktor konfirmatori dilakukan terhadap tiga komponen pada skala kecanduan media sosial yaitu konsekuensi sosial (4 aitem), *pengalihan waktu* (4 aitem) dan *perassan kompulsif* (7 aitem).Sebelum dilakukan analisis lanjutan dilakukan Pengujian kecocokan model *(goodtness of fit model*) berdasarkan kriteria yang ditentukan. Pada tabel 2 menunjukkan bahwa ketepatan model secara umum kurang baik karena nilai p sebesar 0,00 ($p<0,05$), namun demikian hasil criteria tambahan menunjukkan bahwa model dapat diterima dengan cukup baik.

Tabel 2. *Goodness of fit* pada skala kecanduan Media Sosial

Goodness of fit index	***Cut of value***	**Hasil Model**	**Keterangan**
Chi square	Kecil/rendah	163	Cukup besar
Probability	$p>0,05$	0,000	Kurang baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,077	baik
GFI	$\geq 0,9$	0,874	Cukup baik
AGFI	$\geq 0,9$	0,826	Cukup baik
CFI	$\geq 0,9$	0,864	Cukup baik
RMR	$\leq 0,05$	0,039	baik
CMIN/DF	≤ 2 atau 3	1,870	baik

Berdasarkan hasil analis factor konfirmatori menunjukkan bahwa hampr semua aitem memiliki factor loading lebih besar dari 0.4 kecuali aitem no 10 pada factor perasaan kompulsif. (lihat Tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa aitem yang berada pada setiap factor mencerminkan kevalidan dalam mencerminkan setiap komponen atau factor. Jika dilihat dari jumlah variasn yang dapat dijelas pada setiap faktor, pengalihan waktu memiliki varians tertinggi, yaitu 34,1%, konsekuensi sosal, 12,5% dan perasaan kompulsif sebesar 7,5%. Hubungan antar factor menunjukkan nilai nilai estimate sebesar 0,19 $p < 0,01$ (konsekuensi sosial vs pengalihan waktu), 0,92, $p < 0,01$ (konsekuensi sosial vs perasaan kompulsif dan 0,15, $p < 0,01$ (konsekuensi sosial vs perasaan kompulsif).

Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi
Vol. 4, No. 2, Mei 2023(76-85)
e-ISSN : 2720 – 8958
DOI : 10.24014/pib.v4i2.21746

Tabel 3. *Factor Loading* Skala kecanduan media sosial dengan Menggunakan Analisis Faktor Comfirmatory

No	Hipotesis faktor	Item	Path Estimate pada faktor			
			F1	F2	F3	R^2
1	konsekuensi social1	keluarga saya sering mengeluh karena saya terlalu asyik menggunakan media social	0,67			0,45
2	konsekuensi social2	nilai kuliah saya memburuk karena penggunaan media social	0,49			0,24
3	konsekuensi social3	saya selalu memikirkan tentang apa yang terjadi di media social ketika saya tidak menggunakannya,	0,46			0,21
4	konsekuensi social4	ketika berkumpul dengan teman-teman, saya lebih suka membuka media social dibandingkan mengobrol dengan mereka	0,55			0,30
5	pengalihan waktu1	saat saya menggunakan media social waktu terasa cepat berlalu tanpa merasakannya,		0,57		0,32
6	pengalihan waktu2	saya sering mengabaikan tugas kuliah karena menggunakan media social.		0,64		0,41
7	pengalihan waktu3	terkadang saya lupa makan karena membuka media social		0,66		0,44
8	pengalihan waktu4	saya kehilangan waktu tidur karena mengakses media social hingga larut malam		0,70		0,49
9	perasaan kompulsif1	hidup saya merasa bosan tanpa media social			0,510	0,26
10	perasaan kompulsif2	beberapa hari bisa berlalu tanpa saya merasa perlu menggunakan media social			0,273	0,07
11	perasaan kompulsif3	saya akan kecewa jika harus mengurangi jumlah waktu yang saya habiskan untuk menggunakan media social			0,55	0,30
12	perasaan kompulsif4	saya merasa sulit untuk segera tidur setelah menggunakan media sosial			0,70	0,49
13	perasaan kompulsif5	saya sering menggunakan media sosial saat mengemudi			0,50	0,25
14	perasaan kompulsif6	setiap bangun pagi yang saya pikirkan adalah membuka media sosial			0,43	0,18
15	perasaan kompulsif7	hidup saya akan baik-baik saja tanpa media sosial*.			0,35	0,12

N= 150, *: aitem unfavorable

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan dan validasi pengukuran kecanduan media sosial yang dikembangkan oleh Al Menayes (2015). Skala kecanduan media sosial

teridiri tigak aspek, yaitu konsekuensi sosial, pengalihan waktu dan perasaaan kompulsif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skal kecanduan media sosial memiliki reliabilitas yang baik. Ketiga komponen tersebut memiliki hubungan signifikan, yang artinya ketiga komponen tersebut menilai sesuatu yang sama namun tidak terjadi *overlap secara* berlebihan pada ketiga komponen tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum menunjukkan hasil bahwa model tidak didukung oleh data empirik, namun pengujian dengan kriteria tambahan menunjukkan bahwa bahwa model masih dapat diterima.

Pasa aspek konsekuensi sosial, teradapat empat aitem, semua memiliki factor loading diatas 0,4, namun ideal belum cukup untuk menjelaskan lebih baik aspek konsekuensi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kempat aitem hanya menjelaskan sebas 12, 5 % varian konsekuensi sosial dan hal reliabilitas sebesar 0,62 (cukup). Hasil ini mengindikasikan bahwa aitem yang ada di aspek ini perlu dilakukan perbaikan, perubahan dan penambahan aitem untuk lebih menjelaskan konsekuesi sosial daripada penggunaan media sosial .Sementara pada aspek pengalihan waktu memiliki realibilitas cukup baik, yaitu 0,72 dan kempat aitem dapat menjelaskan sebesar 34%, hal ini menjeklaskan bahwa kempat aitem tersebut cukup baik menggambarkan aspek pengalihan waktu pada skala kecanduan media sosial.

Pada aspek ketiga, yaitu perasaan kompulsif, memiliki reliabilitas sebesar 0,66, dan terdapat dua aitem yang memiliki *factor loading* dibawah 0,4. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek ini perlu perbaikan baik secara kualitas aitem maupun penambahan aitem. Perasaan kompulsif adalah berkaitan dengan perasaan bosan ketika tidak menggunakan media sosial dan dorongan untuk terus mengakses media sosial (Al Menayes, 2015a).

Akhirnya, pengembangan pengukuran kecanduan media sosial harus memperhatikan beberapa hal. Pertama, pengukuran kecanduan media sosial harus penggunaan indicator-indikator kecanduan media sosial lebih komprehensif. kedua, perludilakukan studi yang melibatkan partisipan yang lebih bervaraisi dan jumlah yang lebih besar. Keterbatasan penelitian adalah variasi subjek sehingga perlu penggunaan subjek lebih bervariasi dalam penelitian selanjutnya. Selain, itu perlu dilakukan pengujian validitas diskriminant atau konvergent dengan melibatkan variabel-variabel psikologi lainnya.

Kesimpulan

Pengukuran kecanduan media sosial menjadi kajian yang yang menarik untukdibahas, beberapamodel yang dikembvangkan dalam mengidentifikasi kecannduan tetap berdasarkan cirri kecanduan yang ada pada DSM dan penelitian yang terdahulu, seperti Young (1996). Skala yang dikembangkan oleh Al Menayes (2015a, 2015b) merupakan skala yang berasal dari Young (1996). Setelah dilakukan uji validasi ternya hasil belum dapat hasil memuaskan secara psikometris. Oleh karena itu, perlu pengembangan lebih lanjut dengan memperbaiki kualitas dan jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian.

Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi
Vol. 4, No. 2, Mei 2023(76-85)
e-ISSN : 2720 – 8958
DOI : 10.24014/pib.v4i2.21746

Referensi

Al-Menayes, J (2014) "The relationship between mobile social media use and academic performance in university students," *New Media and Mass Communication*, 2523–29, 2014.

Al-Menayes, J (2015a), "Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait," *Psychology and Behavioral Sciences*, 4, (1),23–28, doi: 10.11648/j.pbs.20150401.14

Al-Menayes, J (2015b). Psychometric Properties and Validation of the Arabic Social Media Addiction Scale, *Journal of Addiction* http://dx.doi.org/10.1155/2015/291743

Andraessen, C. S., Tosheim, T., Brunberg, G. S., & Pallesen, S. (2011) Development of Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports,* 110, 501-517.

Beard, K.W. dan Wolf. E.M. (2001).Modification in the proposed diagnosis criteria for internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 4, 377-383.

Griffiths MD (1996) Behavioral addictions: An issue for everybody? *Journal of Workplace Learning,* 8: 19–25.

Hawi, N.S & Samaha, M (2016). The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Science Computer Review*, 35 (5), : 576-586, https://doi.org/10.1177/0894439316660340

Hing Keung Ma, 2011. Internet Addiction and Antisocial *Internet Behavior of Adolescents. Research* Article *The Scientificworld JOURNAL* 11, 2187–2196. doi:10.1100/2011/308631

Jap T, Tiatri S, Jaya ES, & Suteja MS (2013) The Development of Indonesian Online Game Addiction Questionnaire. *PLoS ONE* 8(4): e61098. doi:10.1371/journal.pone.0061098.

Kırcaburun, K (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice* 7, (24), 64-72

Lin Y-H, Chang L-R, Lee Y-H, Tseng H-W, Kuo TBJ, et al. (2014) Development and Validation of the Smartphone Addiction Inventory (SPAI). PLoS ONE 9(6): e98312. doi:10.1371/journal.pone.0098312

Maheswari, J & Dwiutamai, L.(2013) Pola Perilaku Dewasa Muda yang Kecenderungan Kecanduan Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 2, (1), 51-62

Na Ri Kim, dkk ,(2016). Characteristics and Psychiatric Symptoms of Internet Gaming Disorder among Adults Using Self-Reported DSM-5 Criteria. *Psychiatry Investig*13(1):58-66 http://dx.doi.org/10.4306/pi.2016.13.1.58.

Nurmandia, H, Wigati, D & Masluchah, L (2013). Hubungan Antara Kemampuan Sosialisasi Dengan Kecanduan Jejaring Sosial . *Jurnal Penelitian Psikolog*i , 4, (2,) 107-119

Pavia, L, Cavani,P , Di Blasi, .M & Giordano, C (2016) Smartphone Addiction Inventory (SPAI): Psychometric properties and confirmatory factor analysis Computers in Human Behavior 63 (2016) 170-178

Soliha, S.F (2015) Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial Jurnal Interaksi, 4 (1),1 – 10

Shotton, M., (1991). The costs and benefits of "computer addiction." *Behaviour and Information Technolonv.* 10. 219-230.

So-kum Tang, C & Woen Koh, Y (2016) Online social networking addiction among college students in Singapore: Comorbidity with behavioral addiction and affective disorder *.Asian Journal of Psychiatry* 25, 175–178, http://dx.doi.org/10.1016/j.ajp.2016.10.027

Van Rooij, A.J And Prause, N (2014) A Critical Review Of "Internet Addiction" Criteria With Suggestions For The Future. *Journal Of Behavioral Addictions 3(4), Pp. 203–213 (2014) Doi: 10.1556/Jba.3.2014.4.1*

Widyanto, L & Griffiths, M, (2006). ""Internet addiction": a critical review," *International Journal of Mental Health Addiction*, 4, (1) 31–51.

Widyanto, L. and McMurran, M. (2004). The psychometric properties of the Internet addiction test. *Cyberpsychology and Behavior*, vol. 7, 443-450.

Young. K *S* (1996) Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. Paper presented at the 104th annual convention of the American Psychological Association, Toronto, Canada.