

**TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* SEBAGAI PREDIKTOR  
KECANDUAN INTERNET**



**UNIVERSITAS**

**BOSOWA**

**DIAJUKAN OLEH:**

**MUHAMMAD YUSUF HAMPAN**

**4514091017**

**SKRIPSI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2019**



**TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* SEBAGAI PREDIKTOR  
KECANDUAN INTERNET**

**UNIVERSITAS  
SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Bosowa  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Psikologi (S.Psi)**

*Oleh:*

**MUHAMMAD YUSUF HAMPAN**

**4514091017**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* SEBAGAI PREDIKTOR  
KECANDUAN INTERNET**

Disusun dan diajukan oleh

**Muhammad Yusuf Hampan**  
**NIM 4514091017**

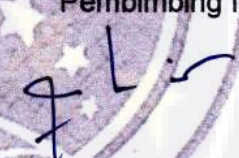
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi  
Pada tanggal 15 Maret 2019

Menyetujui :

Pembimbing I

  
**Andi Budhy Rakhmat, M.Psi., Psikolog**  
NIDN: 0904128402

Pembimbing II

  
**Hasniar, A. Radde, S.Psi., M.Si.**  
NIDN: 0920077901

Mengetahui :

Dekan  
Fakultas Psikologi,

  
  
**Musawwir, S.Psi., M.Pd.**  
NIDN: 0927128501

Ketua Program Studi  
Fakultas Psikologi,

  
**Titin Florentina P., M.Psi., Psikolog**  
NIDN:0931107702

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini asli dibuat sendiri oleh yang bersangkutan. Adapun seluruh referensi telah dikutip langsung dari sumbernya dengan cara yang sesuai dengan kaidah ilmiah. Begitupun dengan data-data penelitian yang diambil merupakan data asli dari responden tanpa rekayasa.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, saya bertanggung jawab secara moril sebagai insan akademik atas skripsi ini.

Makassar, 15 Maret 2019

Yang menyatakan,



**Muhammad Yusuf Hampan**  
4514091017

## PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas segala rahmat, dan hidayah-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

*Saya persembahkan karya ini untuk :*

*Kedua orang tua saya yang saya sangat saya cintai dan sayangi dengan sepenuh hati*

*Dosen-dosen Fakultas Psikologi Universitas Bosowa yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, pelajaran hidup, serta berbagai macam pengalaman berharga yang tidak akan saya lupakan selama proses perkuliahan.*

*Rekan-rekan mahasiswa psikologi yang telah menemani saya selama empat tahun masa perkuliahan saya*

**MOTTO**

***“There is no elevator to success. You have to take the stairs”***

***“The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams”***

***“Life is 10% of what happens to you and 90% of how you react to it”***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya kepada semua makhluk-Nya. Shalawat serta salam juga semoga tetap tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW.

Saya sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, masukan, dan bimbingan dari beberapa pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati, saya ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah saya Samsudin Hampan dan Ibu saya Atin Modeong yang menjadi sumber motivasi hidup saya selama ini.
2. Kakak saya Yulisca Reniyanti Hampan dan adik saya Kiara Altafunnisa Hampan yang selalu memberikan semangat melalui telepon ataupun *videocall*.
3. Pak Musawwir, S.Psi., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar, yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Pak Andi Budhy Rakhmat, M.Psi., Psikolog selaku pembimbing I dan Ibu Hasniar A. Radde, S.Psi., M.Si., selaku pembimbing II yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dorongan, semangat, motivasi, serta nasehat yang sangat bermanfaat untuk saya selama mengerjakan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Pak Arie Gunawan HZ, M.Psi., Psikolog selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberikan motivasi dan nasehat selama masa perkuliahan saya.
6. Ibu Minarni, S.Psi., M.A., Ibu Titin Florentina, M.Psi., Psikolog., Ibu Sri Hayati, M.Psi., Psikolog., Ibu Patmawaty Taibe, S.Psi., M.A., Ibu Sitti Syawaliah, M.Psi., Psikolog., dan Ibu Sulasmi Sudirman, S.Psi., M.A. selaku dosen-dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada saya selama 4 tahun proses perkuliahan saya.
7. Staff tata usaha Pak Jufri, Kak Indah, Ibu Jerni dan Ibu Hajah yang selalu membantu saya dalam hal persuratan dan perizinan serta memberikan nasehat-nasehat kepada saya untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat terbaik saya, Nurul Inayah PR S. Psi. dan Nurul Fany S. Psi. yang telah memberikan kontribusi yang luar biasa terhadap kebahagiaan saya selama masa perkuliahan saya. Persahabatan yang insyaAllah akan berlangsung terus hingga kita tua nanti.
9. Kak Rian yang memberikan semangat dan motivasi ketika saya merasa *down* karena tekanan *deadline* serta sudah mencetakkan skala penelitian untuk skripsi ini. Terima kasih....
10. Devira Irwana, kak Uyi, kak Leni, dan kak Agnes yang memberikan dorongan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan *Phylosof2014*, terima kasih atas semua kebersamaan yang telah kita lewati bersama selama 4 tahun ini.



12. Responden penelitian dan berbagai pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan banyak bantuan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dari penyusunan skripsi ini, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini. Saya berharap hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi orang lain.

Makassar, 15 Maret 2019

Muhammad Yusuf Hampan  
4514091017

## ABSTRAK

### Tipe Kepribadian *Big Five* Sebagai Prediktor Kecanduan Internet

Muhammad Yusuf Hampan  
4514091017  
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa  
uchuhaman@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tipe kepribadian *Big Five* menjadi prediktor kecanduan internet, serta tipe kepribadian mana yang dapat memprediksi munculnya perilaku kecanduan internet. Penelitian ini dilakukan terhadap 410 responden dengan kriteria mahasiswa dari berbagai universitas di kota Makassar. Skala yang digunakan yaitu skala kecanduan internet yang disusun oleh Dr. Kimberly Young (1997) dan skala *big five inventory* yang disusun oleh Goldberg (dalam John & Srivastava, 1999). Data penelitian selanjutnya dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 23 for windows. Berdasarkan hasil analisis tersebut ditemukan hasil bahwa tipe kepribadian Big Five dapat menjadi prediktor kecanduan internet dengan kontribusi sebesar 15,7%. Hasil analisis tersebut juga menemukan bahwa dari kelima tipe kepribadian big five, tiga kepribadian dapat memprediksi kecanduan internet yaitu *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism*, sedangkan tipe kepribadian *extraversion* dan tipe kepribadian *openness* tidak dapat memprediksi kecanduan internet.

**Kata Kunci:** Tipe Kepribadian *Big Five*, Kecanduan Internet, Mahasiswa Makassar

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Kecanduan Internet .....	8
1. Definisi Kecanduan Internet .....	8
2. Aspek Kecanduan Internet .....	11
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kecanduan Internet .....	12
4. Pengukuran Mengenai Kecanduan Internet .....	14
B. Kepribadian <i>Big Five</i> .....	16
1. Definisi Kepribadian <i>Big Five</i> .....	16
2. Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> .....	17
3. Pengukuran Mengenai Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> .....	19

C. Internet.....	20
1. Definisi Internet.....	20
2. Media Sosial .....	20
3. Jenis-jenis Media Sosial .....	21
D. Mahasiswa.....	22
1. Definisi Mahasiswa .....	22
2. Karakteristik Mahasiswa.....	23
E. Tipe Kepribadian Big Five Sebagai Prediktor Kecanduan Internet.....	24
F. Kerangka Berpikir .....	26
G. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Variabel Penelitian .....	29
1. Variabel Bebas .....	29
2. Variabel Terikat.....	30
C. Definisi Variabel	
1. Definisi Konseptual.....	30
2. Definisi Operasional .....	31
D. Populasi & Sampel	
1. Populasi .....	32
2. Sampel.....	32
E. Instrumen Penelitian	
1. Alat Ukur Kecanduan Internet .....	33
2. Alat Ukur Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> .....	34
F. Uji Instrumen	
1. Uji Validitas .....	35
a. Validitas Logis.....	36
b. Validitas Tampang .....	37
c. Validitas Konstrak .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	42
G. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif .....	43
2. Uji Asumsi.....	43

3. Uji Hipotesis .....	45
H. Prosedur Penelitian .....	
1. Tahap Persiapan .....	46
2. Tahap Pelaksanaan.....	47
3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data.....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Demografi Responden .....	49
B. Hasil Analisis Deskriptif .....	54
1. Deskripsi Kecanduan Internet .....	55
2. Deskripsi Tipe Kepribadian <i>Agreeableness</i> .....	56
3. Deskripsi Tipe Kepribadian <i>Conscientiousness</i> .....	57
4. Deskripsi Tipe Kepribadian <i>Extraversion</i> .....	59
5. Deskripsi Tipe Kepribadian <i>Neuroticism</i> .....	60
6. Deskripsi Tipe Kepribadian <i>Openness</i> .....	61
C. Hasil Uji Asumsi.....	63
1. Uji Normalitas .....	63
2. Uji Linearitas .....	63
3. Uji Multikolinearitas.....	64
4. Uji Heterokedastisitas.....	65
D. Hasil Uji Hipotesis .....	66
1. Kontribusi Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> Terhadap Kecanduan Internet .....	68
2. Kontribusi Masing-masing Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> Terhadap Kecanduan Internet .....	69
E. Pembahasan .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Blueprint Skala Kecanduan Internet.....	33
Tabel 3.2. Blueprint Skala <i>Big Five Inventory</i> .....	35
Tabel 3.3. Blueprint setelah uji coba skala kecanduan internet.....	39
Tabel 3.4. Blueprint setelah uji coba skala <i>big five inventory</i> .....	41
Tabel 3.5. Tingkat Reliabilitas Skala .....	42
Tabel 3.6. Reliabilitas Instrumen .....	42
Tabel 3.7. Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	47
Tabel 4.1. Kategorisasi skor .....	54
Tabel 4.2. Hasil analisis deskriptif data kecanduan internet .....	55
Tabel 4.3. Kategorisasi skor kecanduan internet .....	55
Tabel 4.4. Hasil analisis deskriptif data <i>agreeableness</i> .....	56
Tabel 4.5. Kategorisasi skor <i>agreeableness</i> .....	56
Tabel 4.6. Hasil analisis deskriptif <i>conscientiousness</i> .....	57
Tabel 4.7. Kategorisasi skor <i>conscientiousness</i> .....	58
Tabel 4.8. Hasil analisis deskriptif <i>extraversion</i> .....	59
Tabel 4.9. Kategorisasi skor <i>extraversion</i> .....	59
Tabel 4.10. Hasil analisis deskriptif <i>neuroticism</i> .....	60
Tabel 4.11. Kategorisasi skor neuroticism .....	60
Tabel 4.12. Hasil analisis deskriptif <i>openness</i> .....	61
Tabel 4.13. Kategorisasi skor <i>openness</i> .....	62
Tabel 4.14. Ringkasan hasil uji normalitas .....	63
Tabel 4.15. Ringkasan hasil uji linearitas .....	64
Tabel 4.16. Ringkasan hasil uji multikolinearitas .....	65

Tabel 4.17. Ringkasan hasil uji heterokedastisitas .....	66
Tabel 4.18. Kontribusi tipe kepribadian big five terhadap kecanduan internet .....	68
Tabel 4.19. Kontribusi masing-masing tipe kepribadian big five terhadap kecanduan internet.....	69
Tabel 4.20. Koefisien pengaruh tipe kepribadian <i>big five</i> terhadap kecanduan internet .....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model kerangka pikir .....	26
Gambar 4.1. Demografi jenis kelamin .....	49
Gambar 4.2. Demografi usia .....	49
Gambar 4.3. Demografi universitas .....	50
Gambar 4.4. Demografi universitas secara spesifik .....	50
Gambar 4.5. Demografi fakultas .....	51
Gambar 4.6. Demografi semester .....	51
Gambar 4.7. Demografi suku .....	52
Gambar 4.8. Demografi asal SMA .....	53
Gambar 4.9. Demografi waktu rata-rata penggunaan internet .....	53
Gambar 4.10. Grafik kategorisasi kecanduan internet .....	55
Gambar 4.11. Grafik kategorisasi <i>agreeableness</i> .....	57
Gambar 4.12. Grafik kategorisasi <i>conscientiousness</i> .....	58
Gambar 4.13. Grafik kategorisasi <i>extraversion</i> .....	59
Gambar 4.14. Grafik kategorisasi <i>neuroticism</i> .....	61
Gambar 4.15. Grafik kategorisasi <i>openness</i> .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Uji Validitas Tampang .....	92
Lampiran Hasil Uji Validitas Logis .....	94
Lampiran Hasil Uji Validitas Konstrak .....	99
Lampiran Output Hasil Uji Reliabilitas Skala Kecanduan Internet .....	114
Lampiran Output Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Big Five Inventory</i> .....	117
Lampiran Output SPSS Uji Asumsi Normalitas .....	119
Lampiran Output SPSS Uji Asumsi Linieritas .....	120
Lampiran Output SPSS Uji Asumsi Multikolinearitas .....	121
Lampiran Output SPSS Uji Asumsi Heterokedastisitas .....	121
Lampiran Output SPSS Uji Hipotesis .....	122
a. Tipe kepribadian <i>big five</i> terhadap Kecanduan Internet .....	123
b. Kontribusi masing-masing tipe kepribadian Big Five terhadap kecanduan internet .....	125
Lampiran Contoh Skala Penelitian .....	129
Lampiran Data Mentah Skala Kecanduan Internet .....	132
Lampiran Data Mentah Skala Big Five Inventory .....	133
Lampiran Persuratan .....	134

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Internet sudah berkembang sangat pesat saat ini, dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Internet menjadi hal yang sangat berguna yang bisa membantu segala informasi yang dibutuhkan manusia. Saat ini internet menyajikan banyak sekali kebutuhan yang bisa membantu aktifitas manusia seperti kebutuhan akan berita terkini, sosial media, hingga transportasi sehari-hari dan hal ini bisa dengan mudah dilakukan semua orang, hanya dengan mengaksesnya melalui telepon seluler/*handphone*. Dengan kemudahan seperti ini, orang-orang lebih banyak menggunakan internet untuk memudahkan aktifitas sehari-hari. Data dari BPS (Badan Pusat Statistik, 2017) menyebutkan bahwa, 9 dari 10 pengguna internet menggunakan *handphone* untuk mengakses internet. Pengguna internet di Makassar sebanyak 53,24%, yang dimana presentase ini merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan semua kabupaten/kota yang ada di Sulawesi Selatan.

Namun, internet bagaikan dua belah mata pisau yang mempunyai sisi positif dan negatif. Selain memberikan kemudahan bagi manusia untuk mengakses informasi, internet memberikan rasa nyaman sehingga bisa meningkatkan kemungkinan timbulnya perilaku kecanduan internet. Young (2010) mengemukakan bahwa definisi kecanduan internet adalah sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan jumlah waktu yang sangat banyak dalam menggunakan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat *online*. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2017) menyatakan bahwa presentase

penduduk yang menggunakan internet dengan tujuan mengakses sosial media merupakan yang paling tinggi yaitu 79,13%, kemudian pada posisi selanjutnya yaitu mendapat informasi atau berita dengan presentase 65,97%, dan posisi berikutnya yaitu dengan tujuan hiburan sebesar 45,07%. Davis (2001) mengkategorisasikan seseorang kecanduan internet saat individu tersebut menggunakan internet selama 20 - 80 jam per minggu. Berdasarkan data yang dikumpulkan peneliti (2017), waktu rata-rata penggunaan internet yang dilakukan oleh mahasiswa di Makassar adalah 42 jam per minggu.

Young (2010) mengatakan bahwa, pecandu internet tidak dapat menghentikan keinginannya untuk online sehingga kehilangan kontrol dari penggunaan internet dan kehidupannya. Penggunaan internet menjadi masalah ketika hal itu mengganggu bagian lain dari kehidupan seseorang seperti tidur, kerja, dan hubungan sosial. Young juga menjelaskan bahwa sejumlah orang yang sebelumnya kecanduan alcohol atau minuman keras lainnya malah beralih ke internet sebagai pengganti kecanduan yang lebih aman (Young, 2010). Seorang pecandu internet tidak merasa dirinya kecanduan internet bahkan tidak mau disebut pecandu internet karena tidak menyadari bahwa perilaku *onlinenya* berlebihan.

Young (2010) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa kecanduan internet sebagaimana kecanduan obat-obatan, alkohol, dan judi akan mengakibatkan kegagalan akademis, menurunkan kinerja, perselisihan dalam perkawinan bahkan perceraian. Di Indonesia sendiri juga terdapat penelitian mengenai kecanduan internet yang dilakukan oleh peneliti Widiana, Retnowati, dan Hidayat (2014). Penelitian ini menemukan bahwa ada korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan

internet. Dengan kata lain semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah kecenderungan kecanduan internet dan sebaliknya.

Young (1999) mengungkapkan perasaan bergairah, gembira, dan riang merupakan penguat bentuk kecanduan pada pengguna internet. Pecandu menemukan perasaan yang menyenangkan seperti bergairah, gembira, berdebar, bebas, atraktif, merasa didukung, dan dibutuhkan ketika *online*. Sebaliknya, ketika *offline* pecandu mendapatkan perasaan yang tidak terpuaskan, dihalangi, cemas, frustrasi, atau sedih.

Young mengemukakan (1998) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku kecanduan internet yaitu gender, kondisi psikologis, kondisi sosial ekonomi, dan tujuan penggunaan internet. Selain faktor-faktor yang dikemukakan oleh Young, terdapat sebuah penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni, Husain, & Arifin (2014) yang hasilnya adalah kepribadian Introvert memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku kecanduan internet.

Perilaku kecanduan internet dapat disebabkan oleh banyak hal diantaranya yaitu bisa ditinjau dari tipe kepribadian. Berdasarkan penelitian Ramdhani (2007) menyatakan bahwa tipe kepribadian berkorelasi positif dengan penggunaan teknologi komunikasi berbasis internet. Kepribadian yang unik dan merupakan ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang dengan yang lainnya, dimana dimensi kepribadian memiliki kemampuan untuk meramalkan munculnya suatu perilaku (Paunonen & O'Connor, 2007).

Pada dasarnya, Kepribadian atau *personality* dapat didefinisikan sebagai keseluruhan cara dimana seseorang bereaksi dan berinteraksi dengan lingkungan ataupun individu lainnya. Faktor-faktor yang menentukan

kepribadian seseorang dapat berasal dari Keturunan yaitu faktor genetik seorang individu dan faktor lingkungan dimana orang tersebut dibesarkan seperti norma keluarga ataupun teman-teman dan kelompok sosial (Guci, 2016). Perilaku yang muncul dan uniknya tiap kepribadian dapat dilihat melalui tipe kepribadian Big Five yang dimana tipe kepribadian ini dapat menerangkan sebagian besar kepribadian manusia yang menjadi dasar dan landasan munculnya suatu perilaku (Paunonen & O'Connor, 2007).

Banyak penelitian dan teori yang dikemukakan oleh para ahli, salah satu tipologi sifat kepribadian yang paling sering digunakan adalah teori sifat kepribadian "Model Lima Besar" atau "*Big Five Personality Traits Model*" yang dikemukakan oleh seorang Psikolog terkenal yaitu Lewis Goldberg (1981). Teori Sifat Kepribadian Model Lima Besar atau Big Five Personality Traits Model tersebut terdiri dari 5 dimensi kunci yaitu *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness* dan *Neuroticism*. Untuk mempermudah mengingatnya, kita dapat menggunakan huruf pertama dari masing-masing dimensi menjadi singkatan "OCEAN".

Menurut Goldberg (1981), definisi singkat dari tiap tipe kepribadian *big five* yaitu *Openness* cenderung menerima hal-hal baru yang ada dilingkungan sekitar individu. *Conscientiousness* memiliki kepribadian yang cenderung konsisten dan tegas. *Extraversion* memiliki kepribadian yang cenderung aktif dalam bersosialisasi. *Agreeableness* memiliki kepribadian yang cenderung mengikuti arus dan tren. *Neuroticism* memiliki kepribadian yang cenderung mengarah pada ketidakstabilan emosi.

Di Indonesia, sudah terdapat penelitian mengenai tipe Kepribadian Big Five dengan Kecanduan internet yang dilakukan oleh Rizky Avianti Ohorella dan

Thobagus M. Nu'Man di kota Yogyakarta pada tahun 2009. Penelitian tersebut mendapatkan hasil yaitu terdapat hubungan positif antara faktor *neuroticism*, *openness to experience*, dan *agreeableness* dengan kecanduan internet. Serta hubungan negatif antara faktor *extraversion* dan *conscientiousness*.

Terdapat beberapa penelitian mengenai variabel kepribadian *Big Five* dikaitkan dengan variabel lainnya salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hardani Widhiastuti (2014) mengenai pengaruh tipe kepribadian *Big Five* terhadap kreatifitas. Dari hasil penelitian tersebut yang menggunakan uji regresi menunjukkan bahwa tiga faktor *big five* yaitu *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Conscientiousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreatifitas. Sedangkan *Neuroticism* dan *Openness* tidak berpengaruh terhadap kreatifitas. Penelitian tersebut merupakan contoh *profiling* yang akan dilakukan oleh peneliti.

Selain variabel kreatifitas, terdapat variabel lainnya yang dapat ditinjau dari tipe kepribadian *Big Five* yaitu *multitasking*. Penelitian yang dilakukan oleh Widyahastuti (2016) dengan judul Pengaruh Kepribadian (*Big Five Personality*) terhadap *Multitasking* menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kepribadian (*Big Five Personality*) terhadap *multitasking* dengan nilai koefisien Nagelkerke sebesar 14,4%. Secara khususnya, hanya dimensi *agreeableness* yang secara signifikan mempengaruhi *multitasking* dengan nilai sig 0,005 ( $p < 0,05$ ). Sedangkan dimensi *openness*, *extraversion*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* tidak signifikan mempengaruhi *multitasking*. Dengan demikian, jika seseorang memiliki kepribadian *agreeableness* yang dominan pada dirinya maka orang tersebut dapat berperilaku *multitasking*.

Di Indonesia, kajian literatur mengenai penelitian yang mengaitkan kepribadian dengan kecanduan internet yang ditemukan oleh peneliti masih sangat terbatas. Selain itu, sudah terdapat penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kepribadian *Big Five* terhadap kecanduan internet namun penelitian tersebut memiliki kelemahan yaitu penelitian tersebut dilakukan pada saat internet masih menjadi hal yang lumrah bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengaitkan kecanduan internet dengan kepribadian dalam hal ini yaitu kepribadian *Big Five* yang dimana internet saat ini sudah sangat maju dan bisa diakses semua kalangan masyarakat, serta ingin mengetahui tipe kepribadian mana yang menyebabkan munculnya perilaku kecanduan internet.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini yaitu “Apakah kepribadian *big five* merupakan prediktor kecanduan internet?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepribadian *Big Five* terhadap munculnya perilaku kecanduan internet dan untuk mengetahui tipe kepribadian manakah yang berpengaruh munculnya perilaku kecanduan internet.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dalam bidang Psikologi Kepribadian dan Psikologi Klinis. Pada bidang Psikologi Kepribadian penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tipe kepribadian *Big Five* mana yang menjadi penyebab munculnya perilaku kecanduan internet. Pada bidang Psikologi Klinis penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara teoritis mengenai penyebab kecanduan internet berdasarkan tipe kepribadian *Big Five*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa teori kepribadian *Big Five* bisa diterapkan pada gangguan lain selain kecanduan internet.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini memiliki manfaat praktis. Untuk praktisi psikologi, hasil dari penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk mengindikasikan munculnya perilaku kecanduan internet berdasarkan tipe kepribadian *Big Five*. Untuk masyarakat umum, bisa menambah kesadaran untuk menggunakan internet dengan lebih bijak agar tidak mengarah ke perilaku kecanduan internet. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi untuk penelitian terkait.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kecanduan Internet

##### 1. Definisi Kecanduan Internet

Thakkar (2006) mengemukakan bahwa kecanduan merupakan suatu kondisi medis dan psikiatrik yang ditandai oleh penggunaan berlebihan (kompulsif) terhadap suatu zat yang apabila digunakan terus menerus dapat memberikan dampak negatif dalam kehidupan penggunanya (individu yang mengalami kecanduan), seperti hilangnya hubungan yang baik dengan keluarga maupun teman ataupun kehilangan pekerjaan. Davis (2001) mendefinisikan kecanduan (*addiction*) sebagai bentuk ketergantungan secara psikologis antara seseorang dengan suatu stimulus, yang biasanya tidak selalu berupa suatu benda atau zat. Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa kecanduan sebagai suatu kondisi dimana individu merasakan ketergantungan terhadap suatu hal yang disenangi pada berbagai kesempatan yang ada akibat kurang kontrol terhadap perilaku sehingga merasa tersiksa apabila tidak memenuhi hasrat dan kebiasaannya. Didalam DSM IV tidak digunakan kata atau istilah *addiction* untuk menggambarkan penggunaan secara patologis atau berlebihan pada suatu stimulus. DSM IV menggunakan istilah *dependence* untuk kecanduan pada suatu stimulus secara *pathological*, misalnya ketergantungan untuk berjudi (Davis 2001).

*American Psychological Association* (Rosenberg, 2014) menjelaskan bahwa ketergantungan tidak hanya disebabkan oleh ketergantungan zat-

zat adiktif, namun suatu perilaku atau kegiatan tertentu juga dapat dapat menyebabkan kecanduan, salah satunya adalah kegiatan dalam menggunakan internet. Terdapat banyak ahli yang mendefinisikan kecanduan internet. Namun pada dasarnya acuan para ahli dalam mendefinisikan kecanduan internet hampir sama yaitu definisi mengenai *behavioral addiction*.

Young (2011) mengemukakan bahwa definisi kecanduan internet adalah sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan jumlah waktu yang sangat banyak dalam menggunakan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat *online*. Penelitian tentang kecanduan internet pertama kali dilakukan pada tahun 1996, dan hasil penelitiannya dipublikasikan di Asosiasi Psikologi Amerika atau *American Psychology Association*. Menurut Young, pecandu internet tidak dapat menghentikan keinginannya untuk online sehingga kehilangan kontrol dari penggunaan internet dan kehidupannya (Young, 2011). Penggunaan internet menjadi masalah ketika hal itu mengganggu bagian lain dari kehidupan seseorang seperti tidur, kerja, dan hubungan sosial, sehingga Young menjelaskan bahwa kecanduan internet adalah pemakaian internet yang berlebihan sehingga mengganggu pola tidur, produktivitas kerja, rutinitas keseharian dan kehidupan sosial (Young, 2011).

Ferris (1997) mengemukakan bahwa kecanduan internet merupakan suatu gangguan psikofisologis yang dimana hal tersebut meliputi *tolerance* (penggunaan dalam jumlah yang sama akan menimbulkan respon minimal, jumlah harus ditambah agar dapat membangkitkan kesenangan dalam jumlah yang sama), *withdrawal symptoms* (menimbulkan tremor,

kecemasan, dan perubahan *mood*), gangguan afeksi (depresi, sulit menyesuaikan diri), dan terganggunya kehidupan sosial (menurun atau hilang sama sekali, baik dari segi kualitas maupun kuantitas).

Young juga menjelaskan bahwa sejumlah orang yang sebelumnya kecanduan alkohol atau minuman keras lainnya malah beralih ke internet sebagai pengganti kecanduan yang lebih aman (Young, 2011). Young (1999) mengungkapkan perasaan bergairah, gembira, dan riang merupakan penguat bentuk kecanduan pada pengguna internet. Pecandu menemukan perasaan yang menyenangkan seperti bergairah, gembira, berdebar, bebas, atraktif, merasa didukung, dan dibutuhkan ketika *online*.

Seorang pecandu internet tidak merasa dirinya kecanduan internet bahkan tidak mau disebut pecandu internet karena tidak menyadari bahwa perilaku *onlinenya* berlebihan. Young membedakan pengguna internet menggunakan internet secara normal (disebut dengan *Non Dependent*) dengan pengguna internet yang adiktif (disebut *Dependent*). *Non Dependent* menggunakan internet sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan untuk menjaga hubungan yang sudah terbentuk lama dengan komunikasi elektronik. *Dependent* menggunakan aplikasi internet yang berupa komunikasi dua arah untuk bertemu, bersosialisasi, dan bertukar ide dengan orang yang baru dikenal melalui internet (Young, 2010). Scherer (dalam Young, 2010) melaporkan bahwa mahasiswa yang tergolong *dependent* 26% lebih disukai daripada mahasiswa lainnya dalam hal bertemu orang baru lewat internet. Scherer mengobservasi bahwa mahasiswa *dependent* memiliki motivasi tersendiri dalam menggunakan internet dibandingkan dengan mahasiswa lain.

## 2. Aspek Kecanduan Internet

Young (1996) mengemukakan aspek-aspek yang dapat menyebabkan munculnya perilaku kecanduan internet. Aspek-aspek tersebut yaitu:

- a. Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan ketika *offline*. Young mengatakan bahwa pecandu internet akan mendapatkan perasaan yang tidak menyenangkan ketika *offline* seperti merasa kesepian, tidak terpuaskan, merasa dihalangi, cemas, frustrasi, atau sedih.
- b. Mengalami perasaan yang menyenangkan saat *online*. Young menyatakan bahwa pecandu internet menemukan perasaan menyenangkan seperti bergairah, gembira, berdebar, bebas, aktif, merasa didukung, dan merasa dibutuhkan saat *online*.
- c. Perhatian tertuju pada internet. Pada penelitian Young (1996) diperoleh hasil subjek merasa tertekan, gelisah dan lekas marah jika tidak berada di depan komputer. Sebagaimana pecandu alkohol, subjek juga mengalami *withdrawal* terhadap internet sehingga subjek mengurangi aktifitasnya yang lain untuk dapat *online* lebih lama.
- d. Penggunaan internet yang semakin meningkat. Survey yang dilakukan Egger (dalam Young, 1997) pecandu internet sering kali membayangkan sesi online selanjutnya, merasa gugup ketika offline, berbohong mengenai penggunaan internet, dengan mudah kehilangan jejak waktu dan merasa internet menyebabkan masalah dalam pekerjaan, keuangan, dan sosialisasi.
- e. Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet. Young (1996) membedakan pengguna internet yang menggunakan internet secara normal (*Non Dependent*) dan pengguna internet adiktif (*Dependent*).

*Non dependent* menggunakan internet antara 4 sampai 5 jam per minggu. *Dependent* menggunakan internet antara 20 hingga 80 jam per minggu dengan 15 jam per sesi *online*.

- f. Berani mengambil resiko kehilangan karena internet. Menurut penelitian yang dilakukan Young (1996) diperoleh hasil bahwa kecanduan internet sebagaimana kecanduan obat-obatan, alkohol, dan judi akan mengakibatkan kegagalan akademis, menurunkan kinerja, perselisihan dalam perkawinan bahkan perceraian.
- g. Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah. Young mengungkapkan perasaan bergairah, gembira, dan riang merupakan penguat bentuk kecanduan pada pengguna internet sehingga menyebabkan pengguna internet lebih memilih online daripada menyelesaikan masalahnya.

### **3. Faktor Yang Mempengaruhi Kecanduan Internet**

Young (2010) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kecanduan internet, yaitu gender, kondisi psikologis, kondisi kemampuan ekonomi, serta tujuan dan waktu penggunaan internet.

#### **a. Gender**

Gender mempengaruhi jenis aplikasi yang digunakan dan penyebab individu tersebut mengalami kecanduan internet. Kecanduan internet, laki-laki lebih sering mengalami kecanduan internet terhadap game online, situs porno, dan perjudian online. Sedangkan perempuan lebih sering mengalami kecanduan internet terhadap *chatting* dan berbelanja secara online.

b. Kondisi psikologis

Survey di Amerika Serikat menunjukkan bahwa lebih dari 50% individu yang mengalami kecanduan internet juga mengalami kecanduan pada hal lain seperti obat-obatan terlarang, alkohol, rokok, dan seks. Kecanduan internet juga timbul akibat masalah-masalah emosional seperti depresi, gangguan kecemasan, dan sering menggunakan dunia fantasi diinternet sebagai pengalihan secara psikologis terhadap perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan atau situasi yang menimbulkan stress. Berdasarkan hasil survey juga diperoleh bahwa 75% individu yang mengalami kecanduan internet disebabkan adanya masalah dalam hubungannya dengan orang lain, kemudian individu tersebut mulai menggunakan aplikasi-aplikasi *online* yang bersifat interaktif seperti *chat room* dan *game online* sebagai cara untuk membentuk hubungan baru dan lebih percaya diri dalam berhubungan dengan orang lain melalui internet.

c. Kondisi sosial ekonomi

Individu yang telah bekerja memiliki kemungkinan lebih besar mengalami kecanduan internet dibandingkan dengan individu yang belum bekerja. Hal ini didukung bahwa individu yang sudah bekerja memiliki fasilitas internet dikantornya dan juga memiliki sejumlah gaji yang memungkinkan individu tersebut memiliki fasilitas komputer dan internet juga dirumahnya.

d. Tujuan dan waktu penggunaan internet

Tujuan menggunakan internet akan menentukan sejauh mana individu tersebut akan mengalami kecanduan internet, terutama dikaitkan

terhadap banyaknya waktu yang dihabiskannya sendirian didepan komputer. Individu yang menggunakan internet untuk tujuan pendidikan, misalnya pada pelajar dan mahasiswa akan lebih banyak menghabiskan waktunya menggunakan internet untuk mencari referensi. Umumnya, individu yang menggunakan internet untuk tujuan pendidikan mengalami kemungkinan yang lebih kecil untuk mengalami kecanduan internet. Hal ini diakibatkan tujuan penggunaan internet bukan digunakan sebagai upaya untuk mengatasi atau melarikan diri dari masalah-masalah yang dihadapinya dikehidupan nyata.

e. Tipe Kepribadian

Perilaku kecanduan internet dapat disebabkan oleh banyak hal selain keempat faktor diatas, diantaranya yaitu bisa ditinjau dari tipe kepribadian. Berdasarkan penelitian Ramdhani (2007) menyatakan bahwa tipe kepribadian berkorelasi positif dengan penggunaan teknologi komunikasi berbasis internet. Kepribadian yang unik dan merupakan ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang dengan yang lainnya, dimana dimensi kepribadian memiliki kemampuan untuk meramalkan munculnya suatu perilaku (Paunonen & O'Connor, 2007).

#### **4. Pengukuran Mengenai Kecanduan Internet**

Penelitian yang dilakukan oleh Herlina Siwi Widiana, Sofia Retnowati, dan Rahma Hidayat menggunakan Skala Kecanduan Internet yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Young. Aitem-aitem skala berupa pilihan majemuk yang setiap aitemnya berisi pernyataan dengan lima pilihan jawaban, yaitu tidak pernah (TP), jarang (JR), kadang-

kadang (KD), sering (SR) dan selalu (SL). Nilai bergerak dari 1 sampai 5, tidak pernah bernilai 1, jarang bernilai 2, kadang-kadang bernilai 3, sering bernilai 4, dan selalu bernilai 5. Jumlah aitem pada skala kecanduan internet adalah 42 aitem, dengan koefisien aitem dengan total yang terkoreksi antara 0,2844 – 0,6561 dengan koefisien reliabilitas alpha 0,9315. Hal ini menunjukkan bahwa aitem-aitem yang digunakan dapat mengukur kecenderungan kecanduan internet dengan akurat.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifah Fauziah mengenai Hubungan Kecanduan Internet Dengan Kemampuan Sosialisasi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta juga menggunakan Skala Kecanduan Internet yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Young. Berdasarkan hasil perhitungan validitas skala kecanduan internet dengan rumus formula Aiken's diperoleh bahwa 2 aitem yang gugur sehingga dari jumlah 30 aitem menjadi 28 aitem tersisa yang dinyatakan layak untuk digunakan dalam penelitian. 28 aitem skala tersebut terdiri dari 14 aitem *favorable* dan 14 aitem *unfavorable*. Rentang hasil validitas Skala Kecanduan internet bergerak dari angka 0,75 sampai 0,91. Hasil perhitungan reliabilitas skala ini diperoleh koefisien Alpha 0,934.

Selain itu, Soetjipto (2006) melakukan uji validitas konstruk terhadap Internet Addiction Test (IAT) dengan hasil yaitu terdapat enam kriteria yang dimiliki seseorang dapat diklasifikasikan sebagai pecandu internet yaitu 1) pikiran yang terpreokupasi internet; 2) waktu menggunakan internet semakin lama semakin bertambah demi pemenuhan kepuasan diri; 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 atau mempunyai resiko kehilangan hubungan pribadi.

## **B. Kepribadian *Big Five***

### **1. Definisi Kepribadian *Big Five***

Pada dasarnya, Kepribadian atau *personality* dapat didefinisikan sebagai keseluruhan cara dimana seseorang bereaksi dan berinteraksi dengan lingkungan ataupun individu lainnya. Faktor-faktor yang menentukan kepribadian seseorang dapat berasal dari Keturunan yaitu faktor genetik seorang individu dan faktor Lingkungan dimana orang tersebut dibesarkan seperti norma keluarga ataupun teman-teman dan kelompok sosial (Guci, 2016). Kepribadian menurut Barrick & Ryan (2003) didefinisikan sebagai suatu organisasi yang dinamik dalam diri individu yang merupakan sistem psikopsikal dan hal tersebut menentukan penyesuaian diri individu secara unik terhadap lingkungan. Definisi ini menekankan pada atribut eksternal seperti peran individu dalam lingkungan sosial, penampilan individu, dan reaksi individu terhadap orang lain.

Feist & Feist (1998) mendefinisikan kepribadian sebagai sebuah pola yang relatif menetap, trait, disposisi atau karakteristik didalam individu yang memberikan beberapa ukuran yang konsisten tentang perilaku. Menurut Larsen & Buss (2002) kepribadian merupakan sekumpulan trait psikologis dan mekanisme didalam individu yang diorganisasikan, relatif bertahan

yang mempengaruhi interaksi dan adaptasi individu didalam lingkungan (meliputi lingkungan intrafisik, fisik dan lingkungan sosial). Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian merupakan sebuah karakteristik di dalam diri individu yang relatif menetap, bertahan, yang mempengaruhi penyesuaian diri individu terhadap lingkungan.

Banyak Penelitian yang dikemukakan oleh para ahli mengenai kepribadian. Salah satu tipologi sifat kepribadian yang sering digunakan adalah *Big Five Personality Traits Model* yang dikemukakan oleh seorang psikolog terkenal yaitu Lewis Goldberg (1981). *Big Five Personality Traits Model* atau teori sifat kepribadian lima besar memiliki 5 jenis kepribadian yaitu *Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism, dan Openness* (Goldberg, 1981).

## 2. Tipe Kepribadian *Big Five*

Tipe Kepribadian *Big Five* memiliki 5 tipe kepribadian yang memiliki arti masing-masing. Menurut Goldberg (1981), arti dari kelima tipe kepribadian tersebut yaitu:

### a. *Openness* (O)

Tipe kepribadian ini cenderung menerima hal-hal yang baru yang belum pernah dialami. Cenderung toleran dan juga sanggup untuk mengembangkan dan juga menghargai ide-ide dari orang lain. Kebanyakan dari mereka lebih menghargai nilai-nilai dan juga perasaan orang lain, sehingga seringkali dianggap orang yang baik dan adanya. individu dengan tipe kepribadian ini sering dikaitkan dengan intelektualitas, ketertarikan pada hal-hal yang baru, dan inovatif. Sifat

kebalikan dari "*Openness to Experience*" ini adalah individu yang cenderung konvensional dan nyaman terhadap hal-hal yang telah ada serta akan menimbulkan kegelisahan jika diberikan tugas-tugas baru.

b. *Conscientiousness* (C)

Tipe ini cenderung memiliki kepribadian yang konsisten dan tegas. Bisa dibilang kepribadian ini adalah pekerja keras dan merupakan orang yang mampu berusaha untuk mencapai sesuatu. Merupakan kepribadian yang kompeten, dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan dan tugasnya. Sifat kebalikan dari *Conscientiousness* adalah individu yang cenderung kurang bertanggung jawab, terburu-buru, tidak teratur dan kurang dapat diandalkan dalam melakukan suatu pekerjaan.

c. *Extraversion* (E)

Tipe kepribadian ini memiliki kesamaan dengan tipe kepribadian *Extrovert* yaitu mereka yang masuk kedalam tipe kepribadian ini cenderung hangat, ramah, aktif dalam kelompok, banyak memunculkan emosi-emosi positif. Sebaliknya, individu yang *intraversion* (kebalikan dari *extraversion*) adalah mereka yang pemalu, suka menyendiri, penakut dan pendiam.

d. *Agreeableness* (A)

Tipe kepribadian ini cenderung mengikuti arus, mengikuti tren, mudah diajak bekerja sama, dan jujur. Berdasarkan hal tersebut, tipe kepribadian ini mudah diajak berteman. Karakteristik kebalikan dari sifat *agreeableness* adalah mereka yang tidak mudah bersepakat dengan individu lain karena suka menentang, bersifat dingin dan tidak ramah.

e. *Neuroticism* (N)

Tipe kepribadian ini cenderung mengarah kepada ketidakstabilan emosi. Mereka yang masuk ke dalam tipe kepribadian ini cenderung memiliki sikap/perilaku mudah cemas, kasar, mudah depresi, impulsif, dan mudah dipengaruhi. Oleh karena itu, Dimensi Kepribadian *neuroticism* atau Neurotisme yang pada dasarnya merupakan sisi negatif ini sering disebut juga dengan dimensi *emotional stability* (stabilitas emosional) sebagai sisi positifnya, ada juga yang menyebut dimensi ini sebagai *natural reactions* (reaksi alami).

### 3. Pengukuran Mengenai Tipe Kepribadian *Big Five*

Alat ukur yang paling sering digunakan untuk mengukur Tipe Kepribadian *Big Five* adalah *Big Five Inventory*. Penelitian yang menggunakan alat ukur ini yaitu penelitian mengenai Pengaruh Kepribadian *Big Five* Terhadap *Multitasking* yang dilakukan oleh Rizky Widhiastuti (2016). menggunakan skala *Big Five Inventory* (BFI), dibuat oleh Oliver P. John dan V. Benet-Martinez pada tahun 1998 terdapat 44 item pada skala ini. Dengan skala likert asli yaitu 1-5 dimulai dari sangat sesuai dengan hingga sangat tidak sesuai. John & Srivastav telah menguji ulang skala BFI (*Big Five Inventory*) asli 44 item, yang menghasilkan reliabilitas Alpha Cronbach sebesar (0.83). Untuk skala adaptasi yang telah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, Ramdhani (2012) memperoleh reliabilitas setiap aspek yang ada dalam BFI antara lain *extraversion* (0,73), *agreeableness* (0,76), *conscientiousness* (0,78), *neuroticism* (0,74), dan

*openness* (0,79). Dari hasil uji tersebut dari 44 item asli, setelah diadaptasi menjadi 28 item yang telah memenuhi konstruk *Big Five* di Indonesia.

## **C. Internet**

### **1. Definisi Internet**

Secara harfiah, Internet (kependekan dari *interconnected-networking*) ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Manakala Internet (huruf 'I' besar) ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking* (Suyanto, 2007).

### **2. Media Sosial**

Definisi media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014) yaitu sebuah alat atau sarana komunikasi antara dua belah pihak (pribadi/golongan) yang bersifat sebagai penghubung atau perantara seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Sedangkan sosial memiliki arti berkenaan dengan masyarakat atau disebut juga dengan hubungan antara satu orang dengan orang lainnya.

Boyd & Ellison (2008) mengemukakan bahwa media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas,

daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

### 3. Jenis-jenis Media Sosial

Kaplan & Haenlein (2010) mengemukakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yaitu:

- a. Proyek Kolaborasi (*collaborative projects*). Dalam proyek kolaborasi, website mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di website ini. Contohnya wikipedia.
- b. Blog dan Microblog. Blog merupakan singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum. Sedangkan mikroblog adalah suatu bentuk kecil dari blog, jika pada blog pengguna dapat memposting tulisan tanpa batas karakter, pada microblog pengguna hanya dapat memposting tulisan kurang dari 200 karakter. Contoh dari mikroblog yang terkenal adalah twitter. Ketiga yaitu konten (*content communities*). Konten memungkinkan para penggunanya untuk saling mengshare konten-konten media seperti video, *ebook*, gambar, dan lain-lain. Contohnya yaitu youtube.
- c. Situs Jejaring Sosial (*social networking sites*) merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar

situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang didalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Contohnya *Facebook, Path, Myspace, dan Instagram.*

d. Dunia Virtual (*virtual world*) Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar–avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya didunia nyata. contohnya game online.

## **E. Mahasiswa**

### **1. Definisi Mahasiswa**

Pengertian mahasiswa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mahasiswa adalah siswa yang belajar pada perguruan tinggi (KBBI, 2012). Lebih jelasnya, mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual. Atau bisa juga definisi mahasiswa adalah orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institut ataupun akademi. Mereka ialah orang-orang yang terdaftar sebagai murid di suatu perguruan tinggi dapat disebut dengan mahasiswa. Secara lebih singkatnya mahasiswa yaitu suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi, universitas, institut ataupun akademi (Sora, 2014).

Menurut Hurlock (2000) usia mahasiswa untuk strata 1 (S1) umumnya sekitar 18-25 tahun, mereka berada pada masa remaja akhir dan dewasa awal, atau berada di antara keduanya yakni masa transisi dari masa remaja ke masa dewasa. Santrock (2012) mengemukakan bahwa awal

manusia mengalami masa beranjak dewasa (*emerging adulthood*) yaitu transisi antara remaja menuju dewasa dan terjadi pada usia 18 sampai 25 tahun yang ditandai dengan adanya eksperimen dan eksplorasi. Santrock dan Halonen (Santrock, 2012) menjelaskan bahwa pada masa ini mahasiswa akan merasa lebih dewasa dan memiliki banyak pilihan pada pengambilan mata kuliah, waktu bergaul dengan teman, kesempatan yang lebih besar untuk mengeksplorasi nilai dan gaya hidup yang beragam, menikmati kebebasan yang lebih besar, dan tertantang secara intelektual oleh tugas-tugas akademis.

## 2. Karakteristik Mahasiswa

Secara umum karakteristik seseorang disebut sebagai mahasiswa adalah salah satu individu yang terdaftar secara administratif pada suatu perguruan tinggi. Mahasiswa terjadi di tahapan dewasa awal manusia yaitu masa transisi antara masa remaja menuju masa dewasa. Jeffrey Arnett (Santrock, 2012) menyatakan bahwa terdapat lima ciri individu pada masa dewasa awal yaitu sebagai berikut:

- a. Eksplorasi identitas khususnya dalam relasi romantis dan pekerjaan.
- b. Ketidakstabilan, hal ini biasa terjadi pada relasi romantis, pekerjaan, dan pendidikan.
- c. *Self focused* (terfokus pada diri), individu merasa kurang terlibat dalam kewajiban sosial, melakukan tugas, berkomitmen terhadap orang lain, serta mengakibatkan mereka memiliki otonomi yang besar dalam mengatur kehidupannya sendiri.



- d. *Feeling in-between* (merasa seperti berada di masa peralihan), individu tidak menganggap dirinya sebagai remaja ataupun sepenuhnya sudah dewasa dan berpengalaman.
- e. Usia dengan berbagai kemungkinan, individu memiliki peluang untuk mengubah kehidupan mereka. Masa ini membuat individu optimis dengan masa depannya dan mengarahkan ke arah yang lebih positif untuk individu yang mengalami kesulitan dalam berkembang.

#### **F. Tipe Kepribadian Big Five Sebagai Prediktor Kecanduan Internet**

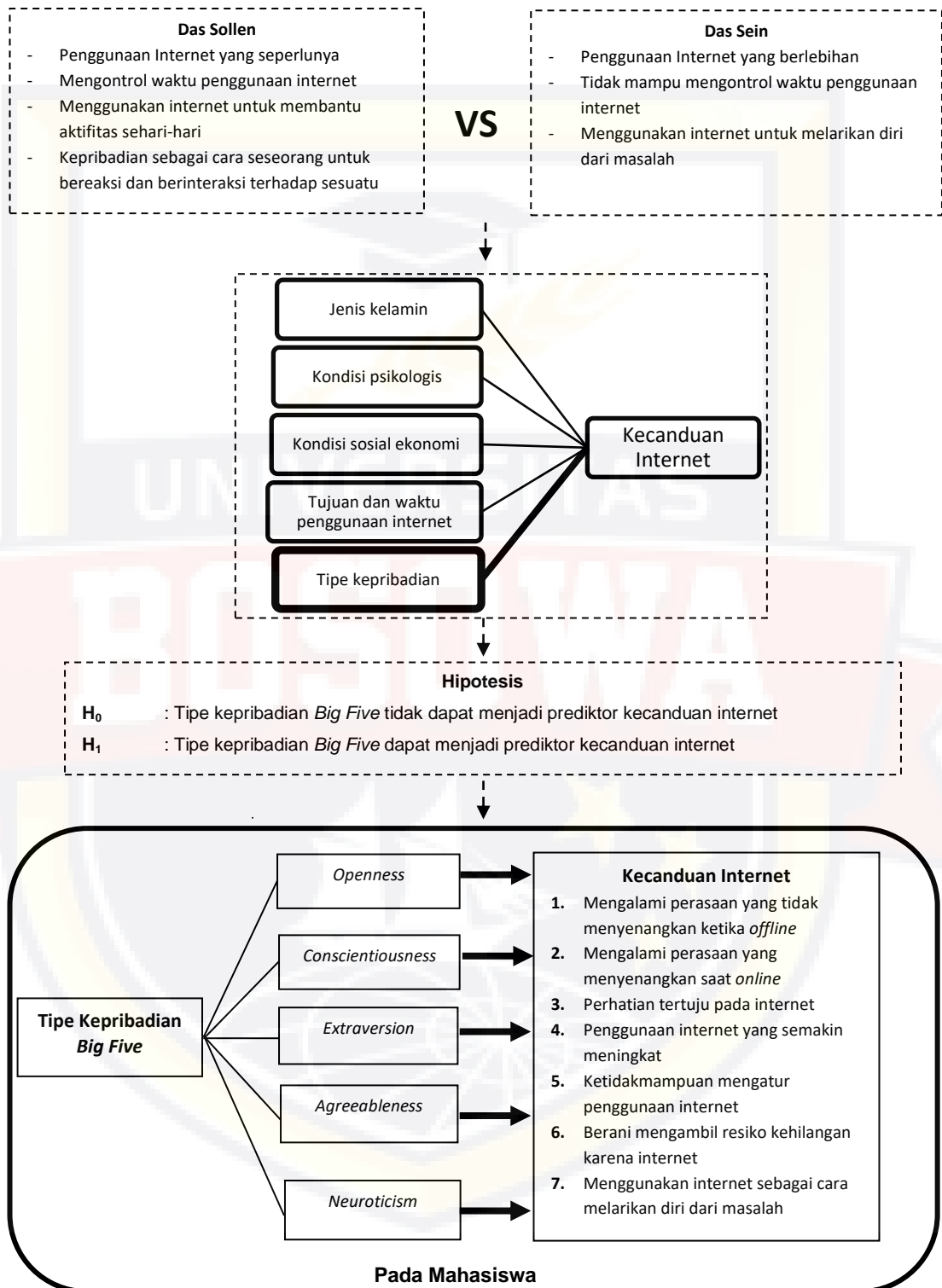
Internet sudah sangat berkembang pesat saat ini. Seiring perkembangannya, internet semakin memberikan kemudahan kepada manusia untuk memperoleh informasi dari belahan bumi mana pun dalam waktu yang singkat. Selain memberikan informasi, internet juga menyajikan kemudahan berkomunikasi antar sesama manusia. Dengan kemudahan seperti ini, orang-orang lebih banyak menggunakan internet untuk memudahkan aktifitas sehari-hari. Data dari BPS (Badan Pusat Statistik, 2017) menyebutkan bahwa, 9 dari 10 pengguna internet menggunakan *handphone* untuk mengakses internet dan 79,13% pengguna internet menggunakannya untuk mengakses sosial media.

Internet memberikan sisi positif dan negatif terhadap kehidupan manusia. Selain memberikan kemudahan dalam menjalankan aktifitas, internet memberikan rasa nyaman yang dapat memunculkan pemakaian internet secara berlebih yang dengan kata lain disebut kecanduan internet. Young (2011) mengemukakan bahwa definisi kecanduan internet adalah sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan jumlah waktu yang sangat

banyak dalam menggunakan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat *online*. Selain itu menurut Davis (2001), seorang individu dapat dikategorisasikan kecanduan internet saat individu tersebut menggunakan internet selama 20 – 80 jam per minggu.

Kecanduan internet bisa disebabkan beberapa variabel, salah satunya yaitu kepribadian. Banyak penelitian dan teori yang dikemukakan oleh para ahli, salah satu Tipologi Sifat Kepribadian yang paling sering digunakan adalah Teori Sifat Kepribadian “Model Lima Besar” atau “*Big Five Personality Traits Model*” yang dikemukakan oleh seorang Psikolog terkenal yaitu Lewis Goldberg (1981). Teori Sifat Kepribadian Model Lima Besar atau *Big Five Personality Traits Model* tersebut terdiri dari 5 dimensi kunci yaitu *Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness* dan *Neuroticism*.

**G. Kerangka Berpikir**



Keterangan:

- ➔ Pengaruh
- ➔ Hasil
- Variabel Penelitian
- ▭ Wilayah / fokus penelitian

Berdasarkan bagan diatas, terdapat *das sollen* dan *das sein* yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku kecanduan internet salah satunya yaitu tipe kepribadian. Berdasarkan faktor tersebut, peneliti menggunakan tipe kepribadian *Big Five* sebagai variabel *dependent* dalam penelitian ini. Variabel tipe kepribadian *Big Five* yang dimana terdapat lima dimensi yaitu *openness*, *conscientiousness*, *ekstraversi*, *agreeableness*, dan *neuroticism* memiliki cakupan yang luas didalamnya sehingga ada kemungkinan bahwa beberapa dimensi dari tipe kepribadian *Big Five* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan internet. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, dari kelima tipe kepribadian *Big Five* akan diteliti tipe kepribadian mana yang dapat memprediksi munculnya perilaku kecanduan internet.

## H. Hipotesis

Berdasarkan masalah yang dikemukakan, peneliti menentukan hipotesis sebagai dugaan sementara. Hipotesis penelitian ini, yaitu:

### Hipotesis Mayor:

H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

### Hipotesis Minor:

1. H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five agreeableness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five agreeableness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

2.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five conscientiousness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five conscientiousness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

3.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five extraversion* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five extraversion* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

4.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five neuroticism* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five neuroticism* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

5.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five openness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five openness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi peneliti, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan berlandaskan pada filsafat positivisme (metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu), teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan perhitungan teknik sampel tertentu yang sesuai; pengumpulan data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat, atau nilai dari individu, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu:

##### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*independent variabel*) biasa juga disebut dengan variabel stimulus atau prediktor. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Tipe Kepribadian *Big Five*. Karena variabel Tipe Kepribadian Big Five merupakan tipologi, maka variabel bebas bisa diturunkan lagi menjadi sebagai berikut:

$X_1$ : *Openness*

$X_2$ : *Conscientiousness*

$X_3$ : *Extraversion*

$X_4$ : *Agreeableness*

$X_5$ : *Neuroticism*

## 2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kecanduan Internet.

## C. Definisi Variabel

### 1. Definisi Konseptual

Kecanduan Internet adalah pemakaian internet yang berlebihan sehingga mengganggu pola tidur, produktivitas kerja, rutinitas keseharian dan kehidupan sosial (Young, 2011). Sedangkan, Goldberg (1981) mengemukakan Teori Sifat Kepribadian Model Lima Besar atau *Big Five Personality Traits Model* terdiri dari 5 dimensi kunci yaitu *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness* dan *Neuroticism*. Kepribadian *Openness* cenderung menerima hal-hal yang baru yang belum pernah dialami, cenderung toleran dan juga sanggup untuk mengembangkan serta menghargai ide-ide dari orang lain. Kepribadian *Conscientiousness* merupakan pekerja keras, berusaha untuk mencapai sesuatu, kompeten, dan bertanggung jawab serta konsisten. Kepribadian *Extraversion* cenderung hangat, ramah, aktif dalam kelompok, banyak memunculkan emosi-emosi positif. Kepribadian *Agreeableness* cenderung mengikuti arus, trend, mudah diajak bekerja sama, jujur, dan mudah diajak berteman. Kepribadian *Neuroticism* cenderung mengarah kepada

ketidakstabilan emosi yaitu mudah cemas, kasar, mudah depresi, impulsif, dan mudah dipengaruhi.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel dapat menjelaskan secara rinci mengenai variabel yang akan diukur sehingga dapat diukur berdasarkan aspek-aspek dari variabel tersebut. Kecanduan Internet (Y) adalah penggunaan internet secara berlebihan sehingga menimbulkan perasaan menyenangkan seperti bergairah, gembira, berdebar, bebas, atraktif, merasa didukung dan dibutuhkan saat *online* serta beberapa dampak negatif seperti perasaan gelisah saat tidak *online*, kurang bersosialisasi dengan lingkungan sekitar, lari dari masalah, hingga berkurangnya kualitas tidur. Skor Kecanduan Internet diperoleh dari pengukuran menggunakan Skala Kecanduan Internet.

Tipe Kepribadian *Big Five* merupakan tipologi kepribadian yang terdiri dari 5 tipe kepribadian yaitu:

- a. *Openness* ( $X_1$ ) cenderung menerima hal-hal yang baru yang belum pernah dialami, cenderung toleran dan juga sanggup untuk mengembangkan serta menghargai ide-ide dari orang lain.
- b. *Conscientiousness* ( $X_2$ ) cenderung pekerja keras, berusaha untuk mencapai sesuatu, kompeten, dan bertanggung jawab serta konsisten.
- c. *Extraversion* ( $X_3$ ) cenderung hangat, ramah, aktif dalam kelompok, banyak memunculkan emosi-emosi positif.
- d. *Agreeableness* ( $X_4$ ) cenderung mengikuti arus, trend, mudah diajak bekerja sama, jujur, dan mudah diajak berteman.



e. *Necroticism* ( $X_5$ ) cenderung mengarah kepada ketidakstabilan emosi yaitu mudah cemas, kasar, mudah depresi, impulsif, dan mudah dipengaruhi.

Skor masing-masing tipe kepribadian *Big Five* diperoleh melalui pengukuran menggunakan *Big Five Inventory* (BFI).

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2017), jumlah mahasiswa di Makassar adalah 117.920 orang yang diantaranya 55.494 laki-laki dan 62.426 perempuan.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Sugiyono, 2013). Peneliti belum mendapatkan data yang mutakhir mengenai jumlah populasi dari responden yang akan digunakan dalam penelitian. Maka dari itu pendekatan yang paling tepat yaitu *Nonprobability* Sampling karena teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik sampling yang digunakan yaitu *Accidental Sampling* karena teknik ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila memenuhi kriteria sampel (Sugiyono,

2014). Teknik ini memberikan kemudahan bagi peneliti dari segi waktu dan biaya. Peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael (sugiyono, 2013) untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini. Tingkat ketelitian yang di inginkan berdasarkan waktu, tenaga, dan biaya oleh peneliti yaitu 5%. Sehingga, sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa sebanyak 347 orang. Namun peneliti memutuskan untuk membulatkan jumlah sampel sebanyak 400 orang dan setelah proses pengambilan data, keseluruhan data yang terkumpul melebihi jumlah target yaitu 410 orang dengan kriteria sampel sebagai berikut:

- a. Mahasiswa laki-laki dan perempuan
- b. Terdaftar sebagai mahasiswa aktif diperguruan tinggi di Makassar, Sulawesi Selatan.
- c. Pengguna aktif Internet

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Alat ukur variabel Kecanduan Internet

Alat ukur variabel kecanduan internet yang digunakan peneliti adalah skala adaptasi dari skala kecanduan internet yang disusun dr. Kimberly Young (1997). Hasil dari koefisien reliabilitas *Alpha* dari skala ini ialah 0.856. Berdasarkan hasil uji validitas konstruk, terdapat 5 aitem yang tidak valid.

**Tabel 3.1 Blueprint Kecanduan Internet**

No	Aspek	Indikator	Item		jumlah
			Fav	Unfav	
1	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan ketika tidak menggunakan internet	Merasa gelisah saat tidak menggunakan internet	1, 21	15, 35	4
		Emosi yang tidak stabil	2, 22	16, 36	4

No	Aspek	Indikator	Item		jumlah
			Fav	Unfav	
2	Mengalami perasaan yang menyenangkan ketika tidak menggunakan internet	Perasaan senang saat berinteraksi dengan orang lain melalui internet	3, 23	17, 37	4
		Merasa bebas saat <i>online</i>	4, 24	18, 38	4
3	Perhatian tertuju pada internet	Mengabaikan keadaan disekitar dan fokus pada internet	5, 25	19, 39	4
		Lebih memilih bersosialisasi melalui internet	6, 26	20, 40	4
4	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Tidak konsisten dengan waktu penggunaan internet	7, 27	45, 53	4
		Waktu penggunaan internet yang semakin bertambah	8, 28	46, 54	4
5	Ketidakmampuan mengatur waktu penggunaan internet	Tidak menyadari waktu yang dihabiskan saat mengakses internet	9, 29	47, 55	4
		Waktu penggunaan internet lebih lama daripada waktu tidak menggunakan internet	10, 30	48, 56	4
6	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Kehilangan hal penting karena internet	41, 29	11, 31	4
		Mengabaikan tanggung jawab karena internet	42, 50	12, 32	4
7	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	Lebih memilih menggunakan internet daripada menyelesaikan masalah	43, 51	13, 33	4
		Menggunakan internet sebagai penenang saat ada masalah	44, 52	14, 34	4
Jumlah			<b>28</b>	<b>28</b>	<b>56</b>

## 2. Alat ukur Tipe Kepribadian Big Five

Alat ukur tipe kepribadian *Big Five* yang digunakan adalah *Big Five Inventory* yang disusun oleh Goldberg (dalam John & Srivastava, 1999). Skala ini mengukur lima dimensi kepribadian, yaitu *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism*.

Tabel 3.2 Blueprint Big Five Inventory

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
			Fav	Unfav	
1.	<i>Neuroticism</i> (N)	Kecenderungan mengalami distress dan emosi negatif seperti kecemasan, depresi, impulsivitas, kerentanan, kesadaran diri, dan kemarahan	4, 14, 19, 29, 39	9, 24, 34	8
2.	<i>Extraversion</i> (E)	Keterbukaan dan kehangatan dalam berinteraksi dengan orang lain meliputi minat berkelompok, asertivitas, aktivitas emosi positif, kehangatan, dan petualang	1, 11, 16, 26, 36	6, 21, 31	8
3.	<i>Openness</i> (O)	Fleksibilitas dalam berpikir serta toleran dan menghargai pengalaman baru meliputi fantasi, estetik, rasa ingin tahu, menyukai variasi, ide, dan liberal	5, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 44	35, 41	10
4.	<i>Agreeableness</i> (A)	Merujuk pada kualitas hubungan sosial meliputi rasa percaya, altruisme, tidak menuntut, kerelaan, kerendahan hati dan kelembutan hati	7, 17, 22, 32, 42	2, 12, 27, 37	9
5.	<i>Conscientiousness</i> (C)	Menggambarkan perilaku keteraturan dan orientasi tujuan meliputi kompetensi, keteraturan, ketaatan melaksanakan tugas, berjuar mencapai prestasi, disiplin diri, dan kehati-hatian	3, 13, 28, 33, 38	8, 18, 23, 43	9
<b>Jumlah</b>					<b>44</b>

## F. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa validitas instrumen penelitian adalah kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas yang akan dilakukan pada alat ukur yaitu

validitas isi dan validitas kontrak. Validitas isi terbagi atas dua yaitu Validitas Logis dan Validitas Tampang.

#### a. Validitas Logis

Azwar (2017) mengemukakan bahwa validitas logis bertujuan untuk menilai apakah isi skala mendukung kontrak teoritis dari suatu tes yang dievaluasi melalui nalar dan akal sehat. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur validitas logis adalah metode CVR (*Content Validity Ratio*) yang dirumuskan oleh Lawshe pada tahun 1975. CVR digunakan untuk mengukur validitas isi aitem-aitem berdasarkan data empirik serta untuk mengetahui keesuaian aitem-aitem dengan aspek dan indikator perilaku berdasarkan pendapat para ahli (*SME/Subject Matter Expert*).

Penelitian ini mengukur validitas logis dengan meminta bantuan tiga dosen fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar untuk menjadi *Subject Matter Expert* (SME). Para SME tersebut ialah bapak Andi Budhy Rakhmat, M.Psi., Psikolog, ibu Hasniar AR. S.Psi., M.Si., dan ibu Sri Hayati M.Psi., Psikolog. SME diminta untuk memeriksa apakah suatu aitem dapat dinyatakan esensial (sesuai) atau tidak. Jika dinyatakan esensial, berarti aitem tersebut mendukung kontrak teoritik yang hendak diukur. Dan sebaliknya, jika tidak esensial berarti aitem tersebut tidak mendukung kontrak teoritik yang hendak diukur. Rumus CVR yaitu sebagai berikut:

$$\text{CVR} = (2n_e / n) - 1$$

$n_e$  = Banyaknya SME yang menilai suatu aitem esensial

$n$  = Banyaknya SME yang melakukan Penilaian

Syarat suatu aitem dikatakan esensial yaitu jika skor CVR  $> 0$  atau lebih dari 50% SME menyatakan bahwa aitem tersebut esensial. Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala kecanduan internet dan skala *Big Five Inventory*.

Hasil CVR menunjukkan bahwa keseluruhan aitem skala kecanduan internet esensial. Begitu juga dengan skala *Big Five Inventory*, semua aitem dinyatakan esensial. Namun terdapat beberapa aitem yang perlu dirubah redaksi kata nya sesuai dengan arahan SME. Hasil CVR yang lebih lengkap dapat dilihat pada bagian lampiran.

#### **b. Validitas Tampang**

Azwar (2017) mengemukakan bahwa validitas tampang atau *face validity* bertujuan untuk menilai relevansi atau keselarasan aitem dengan tujuan ukur suatu skala. Pada penelitian ini, partisipan yaitu 5 orang mahasiswa semester 2 dan 4 jurusan Psikologi Universitas Bosowa Makassar. Peneliti memilih partisipan yang berada disemester tersebut karena jika mahasiswa disemester 2 dan 4 bisa memahami maksud dari item-item yang terdapat pada skala penelitian, berarti mahasiswa yang berada disemester lebih diatas bisa lebih memahami maksud dari item-item tersebut. Pertama-tama peneliti memperkenalkan diri dan menjelaskan maksud serta tujuan peneliti. setelah partisipan menyatakan setuju, peneliti memberikan skala yang kemudian diisi oleh partisipan. Waktu pengerjaan skala paling cepat yaitu 7 menit 43 detik dan waktu pengerjaan paling lama yaitu 8 menit 34 detik. Sehingga waktu rata-rata pengerjaan skala yaitu 7 menit 55 detik. Setelah selesai mengisi skala, peneliti memberikan lembar penilaian kepada partisipan.

Semua partisipan menyatakan bahwa tampilan skala secara keseluruhan baik. Pada bagian instruksi pengerjaan skala dianggap cukup jelas serta keseluruhan aitem skala 1 dan skala 2 dianggap cukup jelas dan mudah dipahami. Namun terdapat satu partisipan yang menyatakan bahwa terdapat beberapa aitem yang kurang jelas pada skala 1 sehingga peneliti memperbaiki item-item tersebut. Hasil SME yang lebih lengkap dapat dilihat pada bagian lampiran.

### c. Validitas Konstrak

Azwar (2016) menyatakan bahwa validitas konstrak membuktikan apakah hasil pengukuran yang diperoleh melalui item-item tes berkorelasi tinggi dengan konstrak teoritik yang mendasari penyusunan tes tersebut. Syarat untuk suatu item dikatakan valid yaitu memenuhi syarat evaluasi *goodness of Fit* dan evaluasi validitas indikator. Syarat *goodness of Fit* yaitu nilai P-value dari chi-square  $> 0,05$  dan RMSEA  $< 0,05$ .

Syarat evaluasi indikator yaitu memiliki nilai faktor loading positif, nilai P-value  $> 1,96$ , dan tidak memiliki banyak korelasi dengan item lain. Penelitian ini menguji validitas konstrak alat tes dengan teknik analisis CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan bantuan aplikasi Lisrel.

#### 1) Kecanduan Internet

Hasil analisis CFA pada skala Kecanduan Internet ditampilkan pada lampiran. Aspek pertama memiliki dua aitem yang tidak valid yaitu aitem 1 dan 12. Pada Aspek kedua atau memiliki tiga aitem yang tidak valid yaitu aitem 12, 18, dan 38. Pada Aspek ketiga memiliki satu aitem yang tidak valid yaitu aitem 20. Pada Aspek keempat

memiliki tiga aitem yang tidak valid yaitu aitem 7, 8, dan 28. Pada Aspek kelima memiliki tiga aitem yang tidak valid yaitu aitem 47, 48, dan 55. Pada Aspek keenam memiliki dua aitem yang tidak valid yaitu aitem 31 dan 32. Pada Aspek ketujuh memiliki lima aitem yang tidak valid yaitu aitem 13, 14, 33, 34, dan 44. Total keseluruhan aitem yang tidak valid adalah sembilan belas aitem. Berikut tabel blueprint setelah skala diuji cobakan:

**Gambar 3.3 Blueprint Setelah uji coba skala kecanduan internet**

No	Aspek	Indikator	Item		jumlah
			Fav	Unfav	
1	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan ketika tidak menggunakan internet	Merasa gelisah saat tidak menggunakan internet	21	15, 35	3
		Emosi yang tidak stabil	2	16, 36	3
2	Mengalami perasaan yang menyenangkan ketika tidak menggunakan internet	Perasaan senang saat berinteraksi dengan orang lain melalui internet	3, 23	37	3
		Merasa bebas saat <i>online</i>	4, 24	-	2
3	Perhatian tertuju pada internet	Mengabaikan keadaan disekitar dan fokus pada internet	5, 25	19, 39	4
		Lebih memilih bersosialisasi melalui internet	6, 26	40	3
4	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Tidak konsisten dengan waktu penggunaan internet	27	45, 53	3
		Waktu penggunaan internet yang semakin bertambah	-	46, 54	2
5	Ketidakmampuan mengatur waktu penggunaan internet	Tidak menyadari waktu yang dihabiskan saat mengakses internet	9, 29	-	2



		Waktu penggunaan internet lebih lama daripada waktu tidak menggunakan internet	10,30	56	3
6	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Kehilangan hal penting karena internet	41,29	11	3
		Mengabaikan tanggung jawab karena internet	42,50	12	3
7	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	Lebih memilih menggunakan internet daripada menyelesaikan masalah	43,51	-	2
		Menggunakan internet sebagai penenang saat ada masalah	52	-	1
Jumlah			<b>22</b>	<b>15</b>	<b>37</b>

## 2) Big Five Inventory

Hasil analisis CFA pada skala *Big Five Inventory* ditampilkan pada bagian lampiran. Dimensi pertama atau *Neuroticism* memiliki keseluruhan aitem yang valid. Pada Dimensi kedua atau *Extraversion* memiliki satu aitem yang tidak valid yaitu aitem 31. Pada Dimensi ketiga atau *Openness* memiliki dua aitem yang tidak valid yaitu aitem 35 dan 41. Pada dimensi keempat Dimensi atau *Agreeableness* memiliki keseluruhan aitem valid. Pada Dimensi kelima atau *Conscientiousness* memiliki keseluruhan aitem valid. Sehingga jumlah aitem yang tidak valid adalah tiga aitem. Berikut tabel blueprint setelah skala diuji cobakan:

Gambar 3.4 Blueprint Setelah uji coba skala *Big Five Inventory*

No.	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
			Fav	Unfav	
1.	<i>Neuroticism</i> (N)	Kecenderungan mengalami distress dan emosi negatif seperti kecemasan, depresi, impulsivitas, kerentanan, kesadaran diri, dan kemarahan	4, 14, 19, 29, 39	9, 24, 34	8
2.	<i>Extraversion</i> (E)	Keterbukaan dan kehangatan dalam berinteraksi dengan orang lain meliputi minat berkelompok, asertivitas, aktivitas emosi positif, kehangatan, dan petualang	1, 11, 16, 26, 36	6, 21	7
3.	<i>Openness</i> (O)	Fleksibilitas dalam berpikir serta toleran dan menghargai pengalaman baru meliputi fantasi, estetik, rasa ingin tahu, menyukai variasi, ide, dan liberal	5, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 44	-	8
4.	<i>Agreeableness</i> (A)	Merujuk pada kualitas hubungan sosial meliputi rasa percaya, altruisme, tidak menuntut, kerelaan, kerendahan hati dan kelembutan hati	7, 17, 22, 32, 42	2, 12, 27, 37	9
5.	<i>Conscientiousness</i> (C)	Menggambarkan perilaku keteraturan dan orientasi tujuan meliputi kompetensi, keteraturan, ketaatan melaksanakan tugas, berjuar mencapai prestasi, disiplin diri, dan kehati-hatian	3, 13, 28, 33, 38	8, 18, 23, 43	9
<b>Jumlah</b>					<b>41</b>

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013), instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen akan diuji menggunakan teknik *Internal Consistency*. Koefisien reliabilitas secara teoritik berkisar dari 0,0 sampai 1,0. Meskipun begitu, hasil perhitungan koefisien realibilitas yang bernilai negatif (-) akan mengacu pada angka positif karena angka yang negatif tidak ada artinya bagi interpretasi reliabilitas hasil pengukuran (Azwar, 2016). Tingkat reliabilitas instrumen dapat diketahui dari nilai  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas**

$r$	Keterangan
$0 > 0,200$	Sangat rendah
$0,200 - 0,399$	Rendah
$0,400 - 0,599$	Cukup
$0,600 - 0,799$	Tinggi
$0,800 - 1,000$	Sangat tinggi

Penelitian ini menganalisa nilai reliabilitas dengan metode *Internal consistency*. *Internal consistency* dilakukan dengan menguji instrumen sekali, kemudian akan diperoleh analisis dengan teknik tertentu (sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, teknik *internal consistency* akan dihitung menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan aplikasi SPSS 23.00 for Windows. Adapun hasil uji reliabilitas untuk skala kecanduan internet dan *big five inventory* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.6 Reliabilitas Instrumen**

Skala Variabel	Cronbach Alpha	N item
Kecanduan Internet	0.740	37
<i>Big Five Inventory</i>	0.769	41

Dari tabel 3.6 dapat diketahui bahwa skala variabel Kecanduan Internet termasuk kedalam tingkat reliabilitas yang tinggi yaitu sebesar 0.740, dan begitu pula dengan skala *Big Five Inventory* yaitu sebesar 0.769.

### **3. Teknik Analisis Data**

#### **a. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan suatu model analisis statistik sederhana dengan cara menggambarkan data dalam bentuk tabel maupun grafik yang telah disusun dan menganalisa data yang ada tanpa menarik kesimpulan terhadap populasi secara umum serta tanpa mengaitkan aspek lain di luar data pada tabel yang telah disusun tersebut (Arikunto, 2002). Analisis deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan responden secara umum dari sisi demografi seperti usia, jenis kelamin, universitas, jurusan, semester, dan suku. Selain demografi, analisis deskriptif akan menjelaskan juga baik gambaran umum mengenai tingkat kecanduan internet serta tipe kepribadian *Big Five* maupun gambaran masing-masing variabel berdasarkan demografi responden.

#### **b. Uji Asumsi**

Pengujian asumsi dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas dengan bantuan aplikasi SPSS 23.00 *for Windows*. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji Normalitas pada penelitian in menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*. Syarat pada uji normalitas yaitu jika nilai

signifikansi lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal. Dan sebaliknya apabila nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka data tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2014).

Uji Linearitas bertujuan untuk menguji apakah antara variabel X dan Y memiliki hubungan linear secara signifikan atau tidak memiliki hubungan linear. Interpretasi uji linearitas dapat dilihat dengan nilai signifikansi atau nilai *deviation from linearity*. Apabila nilai *deviation from linearity* lebih dari 0.05 maka terdapat nilai korelasi yang signifikan. Dan sebaliknya apabila nilai *deviation from linearity* kurang dari 0.05, maka data tidak memiliki korelasi linear yang signifikan.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel independen memiliki korelasi yang tinggi atau rendah. Interpretasi uji multikolinearitas dapat diketahui berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* lebih dari 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) akan terjadi multikolinearitas apabila lebih dari 0.10, sebaliknya apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode Glesjer. Heterokedastisitas terjadi apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05 pada output SPSS 23.00 *for Windows*. Dan sebaliknya apabila nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### c. Uji Hipotesis

Setelah data dinyatakan telah memenuhi uji normalitas, maka data akan dianalisis dengan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis penelitian dan sumbangan efektif beberapa variabel independen terhadap variabel dependen dengan bantuan program SPSS 23.00 for Windows. Apabila nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Begitupun sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan teknik analisis regresi berganda karena variabel independen dari penelitian ini merupakan tipologi yang mempunyai lima variabel independen. Adapun hipotesis yang akan diuji yaitu:

#### **Hipotesis Mayor:**

$H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe Kepribadian *Big Five* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

#### **Hipotesis Minor:**

1.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five agreeableness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe Kepribadian *Big Five agreeableness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

2.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five Conscientiousness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five Conscientiousness* dapat menjadi

prediktor kecanduan internet

3.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five Extraversion* tidak dapat menjadi

prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five Extraversion* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

4.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five Neuroticism* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five Neuroticism* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

5.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five Openness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five Openness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

## G. Jadwal Penelitian

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti mencari informasi mengenai variabel yang ingin diteliti. Informasi mengenai variabel diperoleh dari buku-buku dan penelitian-penelitian terdahulu. Selain mencari informasi mengenai variabel yang ingin diteliti, peneliti juga melakukan pengambilan data awal untuk memperkuat alasan penelitian. Setelah itu peneliti melakukan perencanaan mengenai kriteria sampel dan lokasi penelitian.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Penelitian akan dilakukan setelah melakukan seminar proposal. Pada tahap ini peneliti akan turun ke lapangan melakukan pengambilan data. Pelaksanaan penelitian diawali dengan membuat perizinan penelitian dikantor Pelayanan Perizinan Terpadu Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah (P2T BKPM), setelah disetujui penelitian kemudian dilakukan dilapangan. Penyebaran instrumen penelitian dilakukan secara langsung dan online (melalui *google form*). Berikut tabel tahapan pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti:

**Tabel 3.7 Tahapan Pelaksanaan Penelitian**

Uraian Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret			
	2018				2019				2019				2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisi proposal	■	■	■	■												
Penyusunan instrumen penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■					
Pelaksanaan penelitian									■	■	■					
Analisis data penelitian											■	■				
Penyusunan Laporan												■	■	■	■	

## 3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan proses pengolahan data. Proses pengolahan data sesuai dengan proses yang telah ditentukan. Setelah data dikumpulkan, kemudian dilakukan uji asumsi seperti uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas. Setelah semua syarat uji asumsi terpenuhi, kemudian dilakukan uji hipotesis yaitu



analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 23.00 *for windows*.  
Kemudian semua hasil analisis data akan diinterpretasi di bab selanjutnya  
yaitu bab pembahasan.



## BAB IV

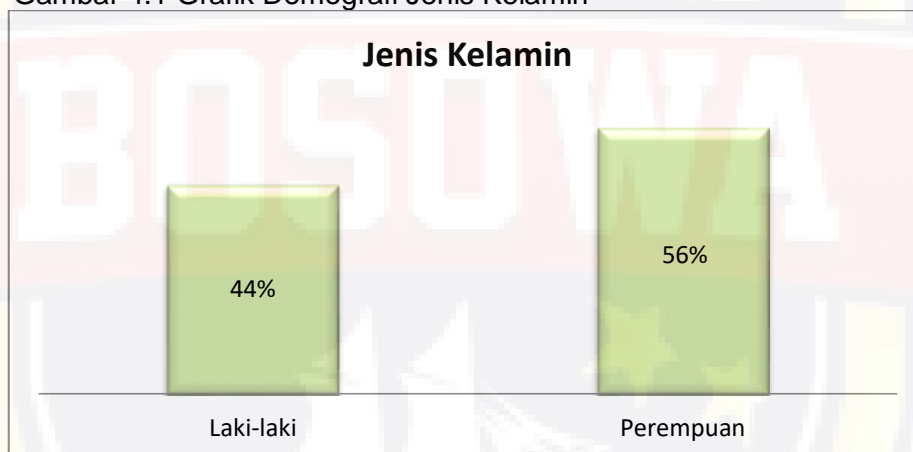
### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Demografi Responden

Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa laki-laki dan perempuan yang terdaftar di universitas yang ada di kota Makassar serta merupakan pengguna internet. Jumlah keseluruhan sampel pada penelitian ini yaitu 405 mahasiswa. Berikut akan dipaparkan gambaran umum dari responden penelitian ini.

##### 1. Jenis kelamin

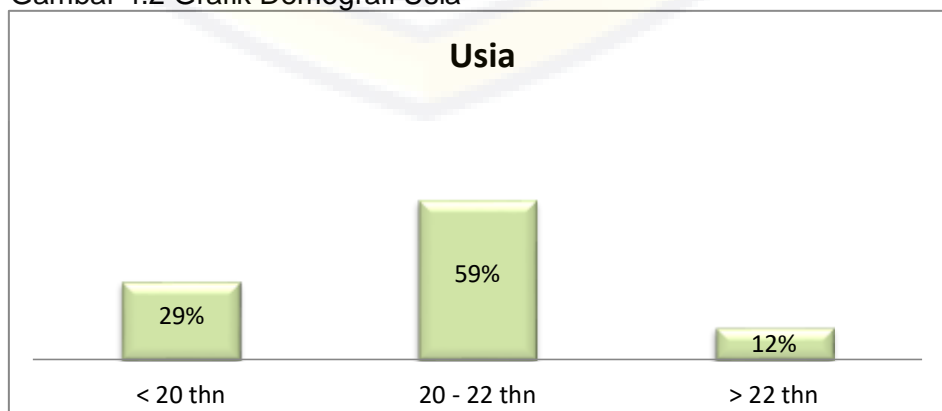
Gambar 4.1 Grafik Demografi Jenis Kelamin



Keseluruhan responden memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 219 orang (63%) dan laki-laki sebanyak 131 orang (37%).

##### 2. Usia

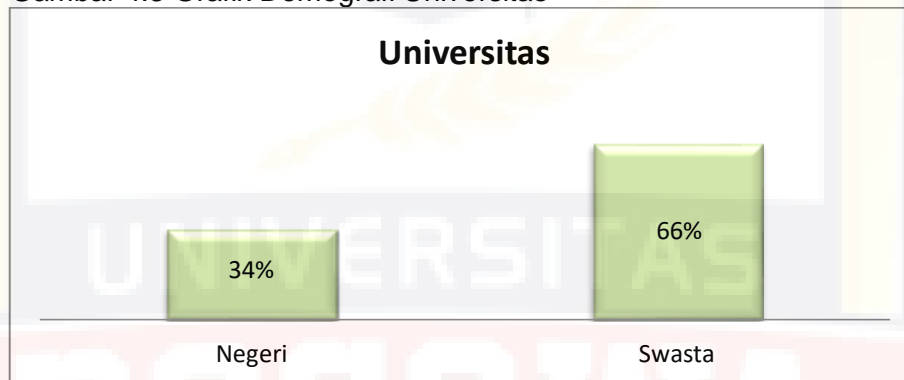
Gambar 4.2 Grafik Demografi Usia



Responden pada sampel ini memiliki beragam usia. Pada usia < 20 tahun memiliki responden sebanyak 119 orang (29%). Pada usia 20 - 22 tahun, memiliki responden sebanyak 239 orang (59%). Pada usia > 22 tahun, memiliki responden sebanyak 47 orang (12%).

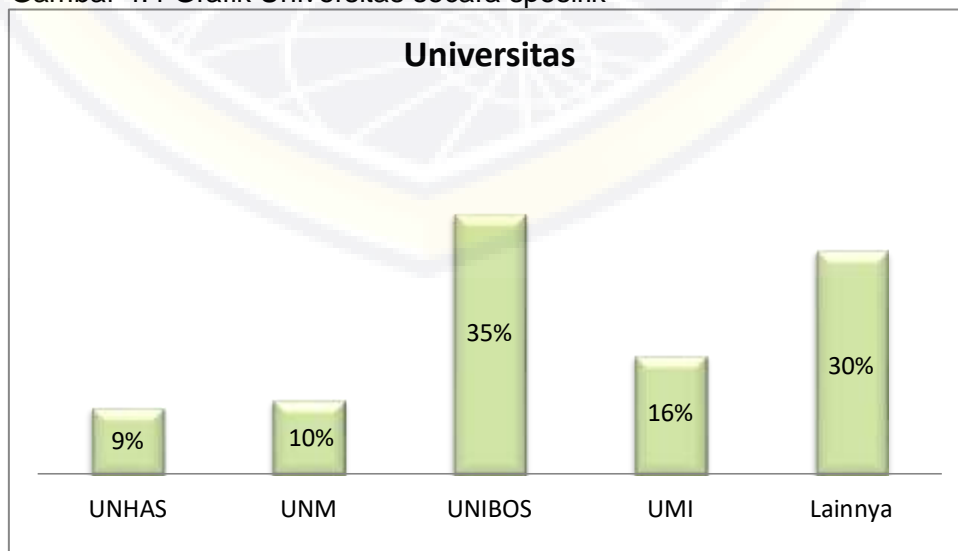
### 3. Universitas

Gambar 4.3 Grafik Demografi Universitas



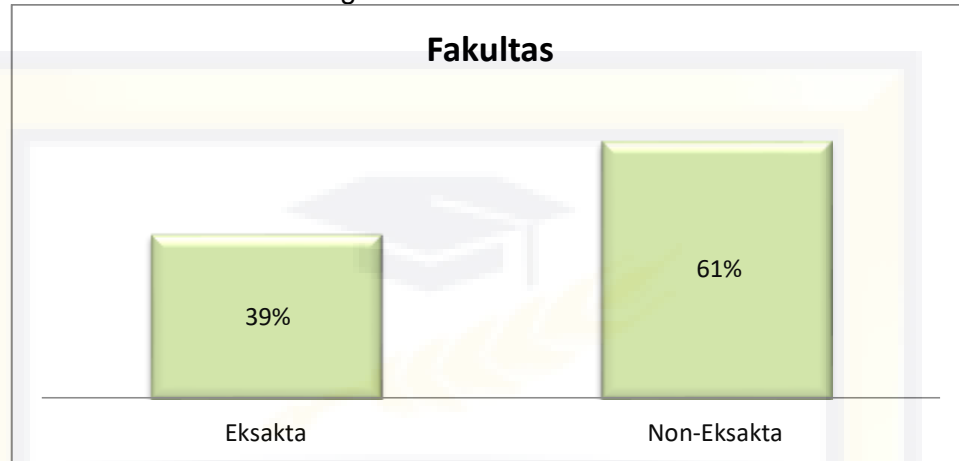
Universitas ini terdiri dari universitas-universitas yang berbeda seperti Universitas Hasanuddin sebanyak 37 orang (9%), Universitas Negeri Makassar sebanyak 41 orang (10%), Universitas Bosowa Makassar (Unibos) sebanyak 140 orang (40%), Universitas Muslim Indonesia sebanyak 63 orang (16%), dan universitas lainnya sebanyak 122 orang (30%).

Gambar 4.4 Grafik Universitas secara spesifik



#### 4. Fakultas

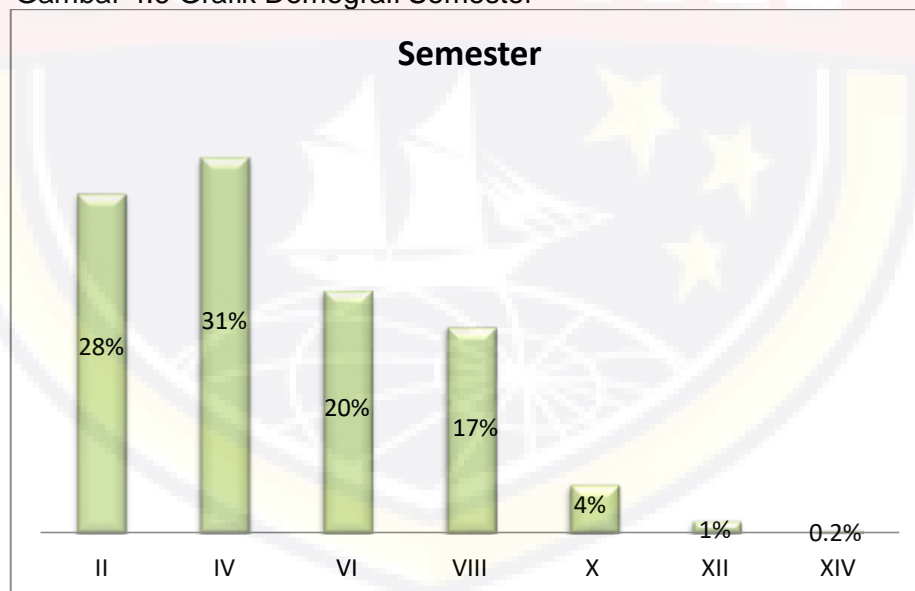
Gambar 4.5 Grafik Demografi Fakultas



Responden penelitian ini berasal dari fakultas yang berbeda-beda, namun peneliti membaginya menjadi dua yaitu ilmu eksakta sebanyak 159 orang (39%) dan non-eksakta 246 orang (61%).

#### 5. Semester

Gambar 4.6 Grafik Demografi Semester

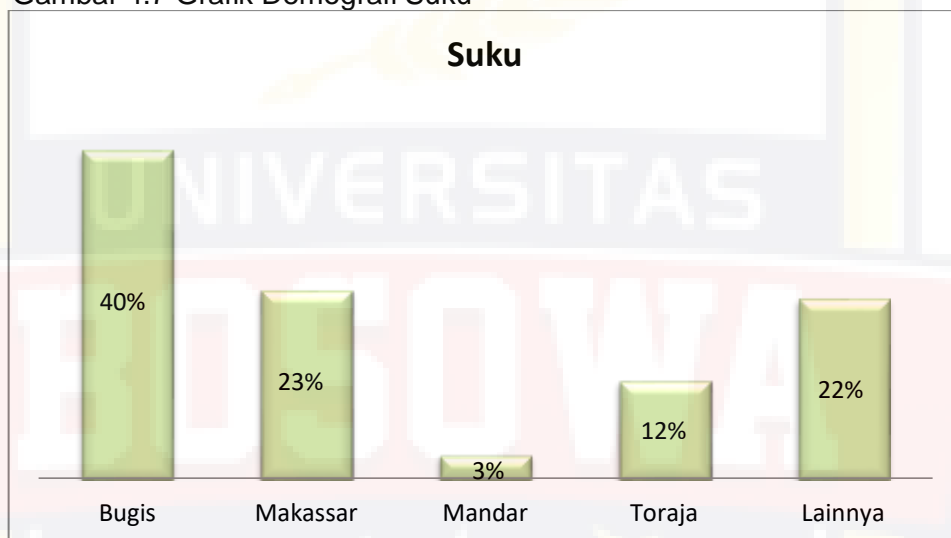


Responden dari penelitian ini berada pada tingkat atau semester yang berbeda-beda. Peneliti melakukan penelitian pada saat di mulai semester genap sehingga keseluruhan responden berada pada semester genap.

Responden yang sedang berada di semester II sebanyak 113 orang (28%), semester IV sebanyak 124 orang (31%), semester VI sebanyak 7 orang (20%), semester VIII sebanyak 68 orang (17%), semester X sebanyak 16 orang (4%), semester XII sebanyak 4 orang (1%), dan semester XIV sebanyak 1 orang (0.2%).

## 6. Suku

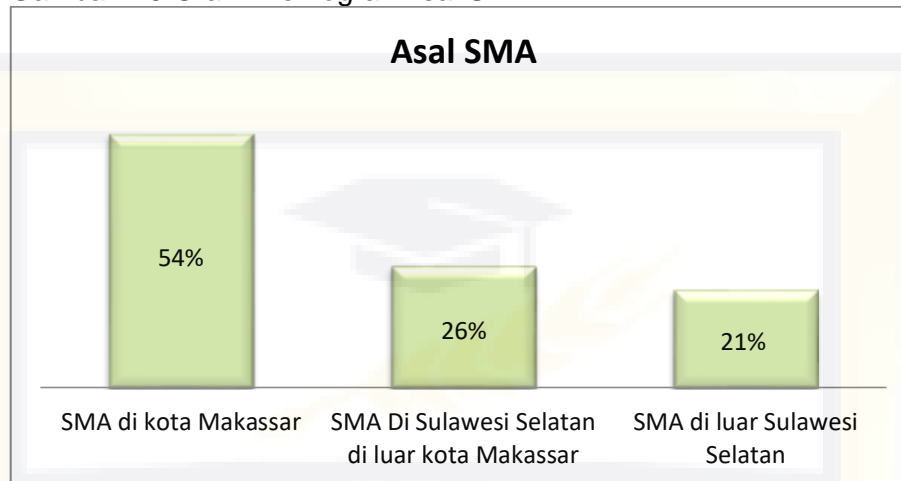
Gambar 4.7 Grafik Demografi Suku



Peneliti melakukan penelitian di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sehingga mayoritas responden berasal dari 4 suku yang ada di Sulawesi Selatan yaitu Bugis, Makassar, Mandar, dan Toraja. Responden yang berasal dari suku Bugis sebanyak 145 orang (41%), suku Makassar sebanyak 92 orang (23%), suku Mandar sebanyak 14 orang (3%), suku Toraja sebanyak 48 orang (12%), dan suku lainnya sebanyak 91 orang (22%).

## 7. Asal SMA

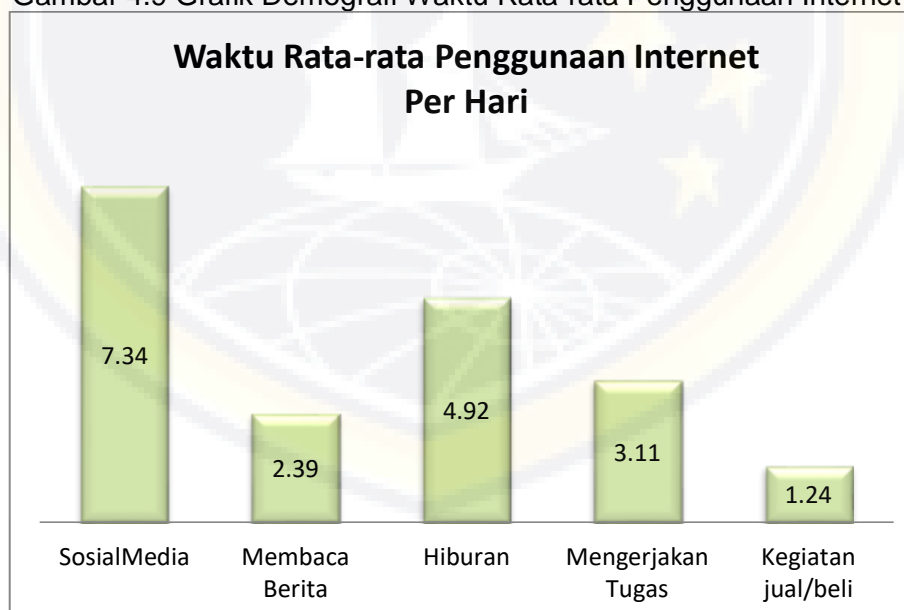
Gambar 4.8 Grafik Demografi Asal SMA



Grafik berikut menunjukkan bahwa responden yang menyelesaikan sekolah menengah atas atau sederajat di kota Makassar 76 orang (22%), di Sulawesi Selatan selain kota Makassar sebanyak 124 orang (35%), dan di luar Sulawesi Selatan sebanyak 150 orang (43%).

## 8. Waktu Rata-rata Penggunaan Internet

Gambar 4.9 Grafik Demografi Waktu Rata-rata Penggunaan Internet



Peneliti mengumpulkan data mengenai waktu rata-rata penggunaan internet per hari berdasarkan tujuan penggunaannya. Berdasarkan data dari responden, penggunaan internet dengan tujuan mengakses sosial media memiliki waktu rata-rata 7.34 jam/hari, membaca berita 2.39 jam/hari, hiburan 4.92 jam/hari, mengerjakan tugas 3.11 jam/hari, dan kegiatan jual beli barang dan jasa 1.24 jam/hari. Sehingga didapatkan total waktu rata-rata penggunaan internet oleh mahasiswa di kota Makassar adalah 19 jam/hari dengan total waktu penggunaan internet yang produktif (membaca berita, mengerjakan tugas, dan kegiatan jual/beli) yaitu 6.78 Jam/hari dan total waktu penggunaan internet yang tidak produktif (sosial media dan hiburan) yaitu 12,26 Jam/hari.

## B. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data penelitian. Hasil olahan data analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.00 *for windows*. Untuk mengetahui tingkat kecanduan internet dan tipe kepribadian *Big Five*, peneliti menggunakan lima kategorisasi yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan norma kategorisasi yang dikemukakan oleh Azwar (2012) yaitu:

Tabel 4.1. Kategorisasi skor

Batas Kategori	Ket.
$X > \bar{X} + 1,5 SD$	Sangat Tinggi
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5SD$	Tinggi
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 SD$	Sedang
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 SD$	Rendah
$X < \bar{X} - 1,5 SD$	Sangat Rendah

## 1. Deskripsi Kecanduan Internet

Adapun hasil analisis deskriptif diperoleh yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2. Hasil analisis deskriptif data kecanduan internet

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
Kecanduan Internet	405	23,83	10,60	38,53	3,37

Pada analisis deskriptif untuk variabel kecanduan internet diperoleh skor minimal sebesar 10,60 dan skor maksimal sebesar 38,53. Standar deviasi sebesar 3,37 diperoleh dengan mean sebesar 23,83. Adapun distribusi frekuensi skor kecanduan internet berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

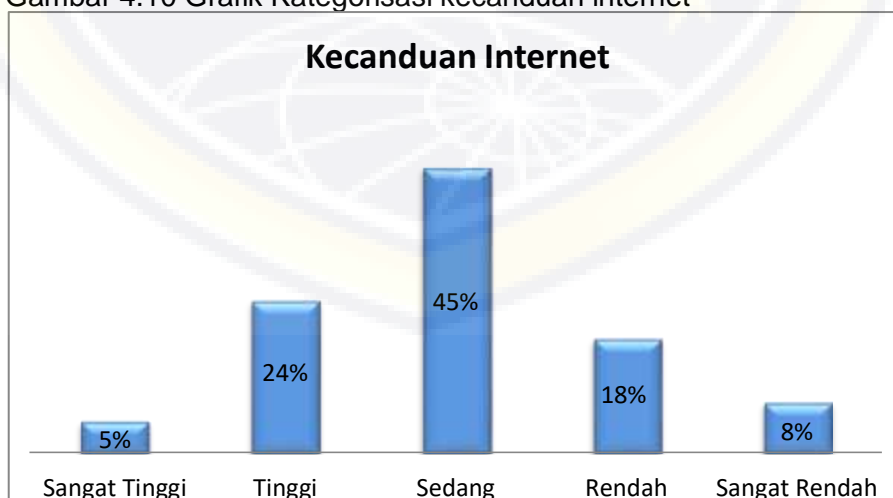
Tabel 4.3. Kategorisasi kecanduan internet

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 SD$	$X > 28,88$	Sangat Tinggi	21	5%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5SD$	$25,51 < X \leq 28,88$	Tinggi	99	24%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 SD$	$22,14 < X \leq 25,51$	Sedang	182	45%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 SD$	$18,77 < X \leq 22,14$	Rendah	71	18%
$X < \bar{X} - 1,5 SD$	$X < 18,77$	Sangat Rendah	32	8%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean      SD = Standar Deviasi

Gambar 4.10 Grafik Kategorisasi kecanduan internet





Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 21 responden (5%) memiliki kecanduan internet sangat tinggi, 99 responden (24%) memiliki kecanduan internet tinggi, 182 responden (45%) memiliki kecanduan internet sedang, 71 responden (18%) memiliki kecanduan internet yang rendah, dan 32 responden (8%) memiliki kecanduan internet sangat rendah.

## 2. Deskripsi Tipe Kepribadian *Big Five Agreeableness*

Berikut statistik deskriptif dari hasil analisis tipe kepribadian *Big Five Agreeableness*:

Tabel 4.4 Hasil analisis deskriptif data *Agreeableness*

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
<i>Agreeableness</i>	405	3,99	2,14	5,79	0,75

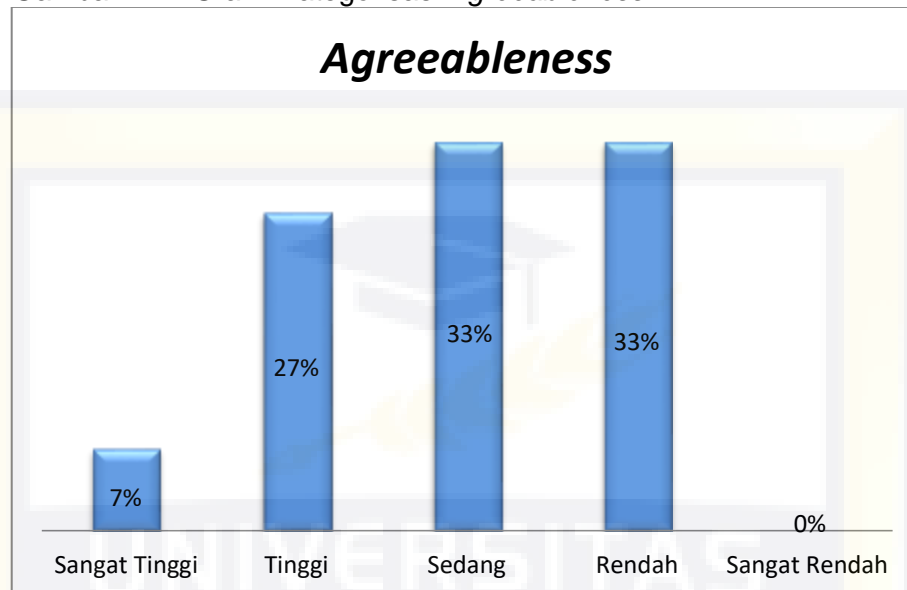
Pada analisis deskriptif untuk variabel *Agreeableness* diperoleh skor minimal sebesar 2,14 dan skor maksimal sebesar 5,79. Standar deviasi sebesar 0,75 diperoleh dengan mean sebesar 3,99. Adapun distribusi frekuensi skor *Agreeableness* berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5 Kategorisasi *Agreeableness*

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$X > 5,12$	Sangat Tinggi	29	7%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$4,37 < X \leq 5,12$	Tinggi	109	27%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 \text{ SD}$	$3,62 < X \leq 4,37$	Sedang	134	33%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 \text{ SD}$	$2,87 < X \leq 3,62$	Rendah	133	33%
$X < \bar{X} - 1,5 \text{ SD}$	$X < 2,87$	Sangat Rendah	0	0%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean      SD = Standar Deviasi

Gambar 4.11 Grafik Kategorisasi *Agreeableness*

Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 29 responden (7%) memiliki *agreeableness* sangat tinggi, 109 responden (27%) memiliki *agreeableness* tinggi, 134 responden (33%) memiliki *agreeableness* sedang, 133 responden (33%) memiliki *agreeableness* yang rendah, dan tidak ada responden (0%) yang memiliki *agreeableness* sangat rendah.

### 3. Deskripsi Tipe Kepribadian *Big Five Conscientiousness*

Berikut statistik deskriptif dari hasil analisis tipe kepribadian *Big Five Conscientiousness*:

Tabel 4.6 Hasil analisis deskriptif data *Conscientiousness*

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
<b><i>Conscientiousness</i></b>	405	4,48	1,91	6,75	0,76

Pada analisis deskriptif untuk variabel *Conscientiousness* diperoleh skor minimal sebesar 1,91 dan skor maksimal sebesar 6,75. Standar deviasi sebesar 0,76 diperoleh dengan mean sebesar 4,48. Adapun distribusi

frekuensi skor *Conscientiousness* berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

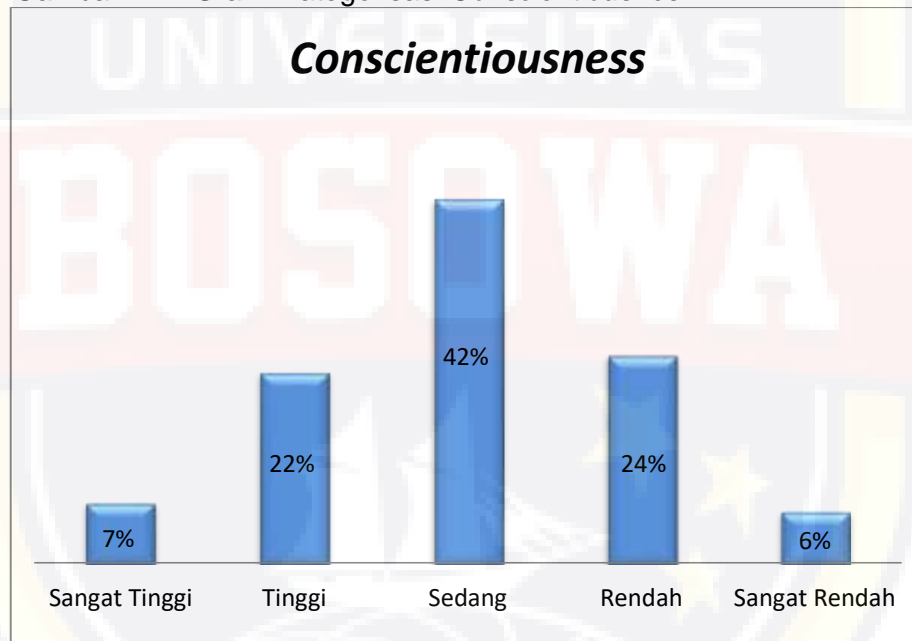
Tabel 4.7 Kategorisasi *Conscientiousness*

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$X > 5,62$	Sangat Tinggi	29	7%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$4,86 < X \leq 5,62$	Tinggi	88	22%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 \text{ SD}$	$4,10 < X \leq 4,86$	Sedang	169	42%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 \text{ SD}$	$3,34 < X \leq 4,10$	Rendah	96	24%
$X < \bar{X} - 1,5 \text{ SD}$	$X < 3,34$	Sangat Rendah	23	6%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean      SD = Standar Deviasi

Gambar 4.12 Grafik Kategorisasi *Conscientiousnes*



Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 29 responden (7%) memiliki *conscientiousness* sangat tinggi, 88 responden (22%) memiliki *conscientiousness* tinggi, 169 responden (42%) memiliki *conscientiousness* sedang, 96 responden (24%) memiliki *conscientiousness* yang rendah, dan 23 responden (6%) memiliki *conscientiousness* sangat rendah.

#### 4. Skor Tipe Kepribadian *Big Five Extraversion*

Berikut statistik deskriptif dari hasil analisis tipe kepribadian *Big Five*

*Extraversion*:

Tabel 4.8 Hasil analisis deskriptif data *Extraversion*

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
<b><i>Extraversion</i></b>	405	4,28	2,12	6,4	0,78

Pada analisis deskriptif untuk variabel *Extraversion* diperoleh skor minimal sebesar 2,12 dan skor maksimal sebesar 6,4. Standar deviasi sebesar 0,78 diperoleh dengan mean sebesar 4,28. Adapun distribusi frekuensi skor *extraversion* berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

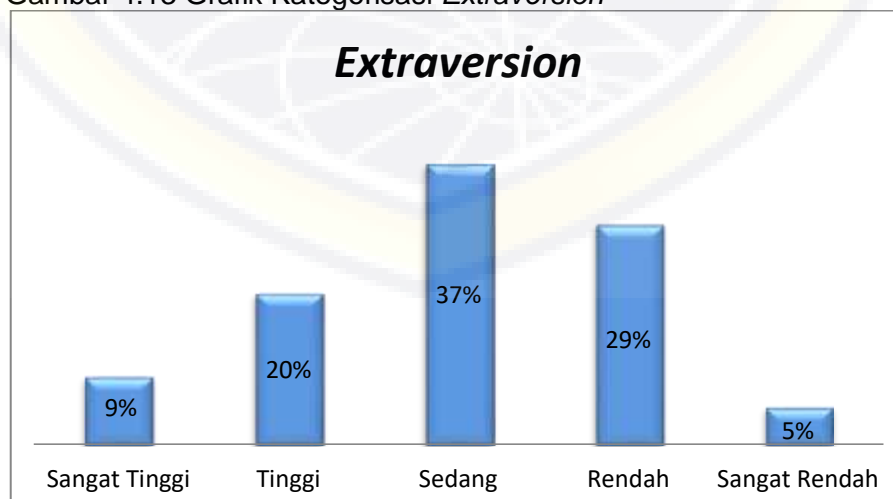
Tabel 4.9 Kategorisasi *Extraversion*

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 SD$	$X > 5,45$	Sangat Tinggi	35	9%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5SD$	$4,67 < X \leq 5,45$	Tinggi	81	20%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 SD$	$3,89 < X \leq 4,67$	Sedang	151	37%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 SD$	$3,11 < X \leq 3,89$	Rendah	119	29%
$X < \bar{X} - 1,5 SD$	$X < 3,11$	Sangat Rendah	19	5%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean    SD = Standar Deviasi

Gambar 4.13 Grafik Kategorisasi *Extraversion*



Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 35 responden (9%) memiliki *extraversion* sangat tinggi, 81 responden (20%) memiliki *extraversion* tinggi, 151 responden (37%) memiliki *extraversion* sedang, 119 responden (29%) memiliki *extraversion* yang rendah, dan 19 responden (5%) memiliki *extraversion* sangat rendah.

### 5. Skor Tipe Kepribadian *Big Five Neuroticism*

Berikut statistik deskriptif dari hasil analisis tipe kepribadian *Big Five Neuroticism*:

Tabel 4.10 Hasil analisis deskriptif data *Neuroticism*

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
<b><i>Neuroticism</i></b>	405	4,27	1,43	7,07	1.10

Pada analisis deskriptif untuk variabel *Neuroticism* diperoleh skor minimal sebesar 1,43 dan skor maksimal sebesar 7,07. Standar deviasi sebesar 1,10 diperoleh dengan mean sebesar 4,27. Adapun distribusi frekuensi skor *Neuroticism* berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

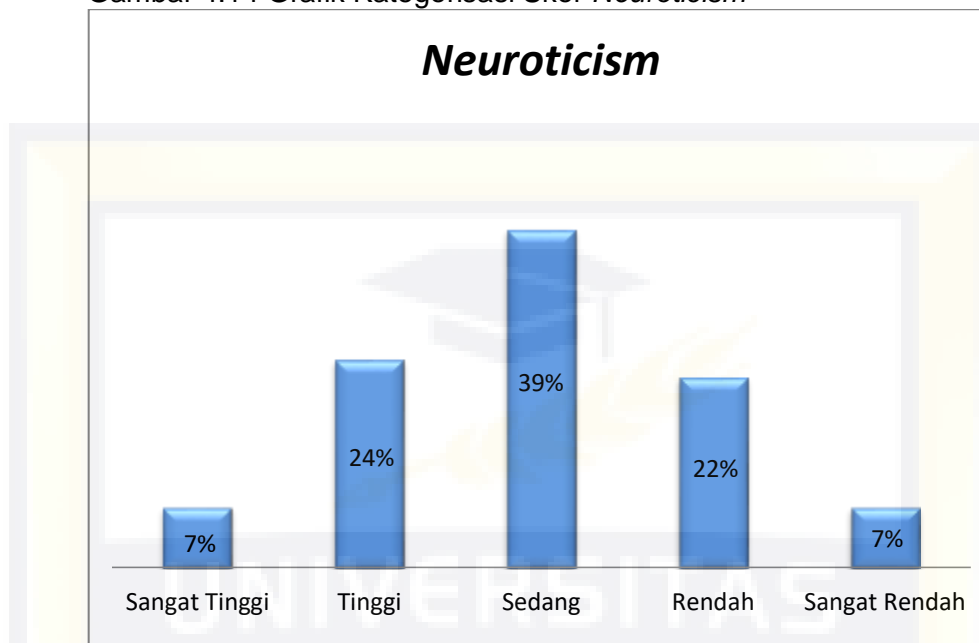
Tabel 4.11 Kategorisasi *Neuroticism*

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$X > 5,92$	Sangat Tinggi	28	7%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5 \text{ SD}$	$4,82 < X \leq 5,92$	Tinggi	99	24%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 \text{ SD}$	$3,72 < X \leq 4,82$	Sedang	158	39%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 \text{ SD}$	$2,63 < X \leq 3,72$	Rendah	91	22%
$X < \bar{X} - 1,5 \text{ SD}$	$X < 2,63$	Sangat Rendah	29	7%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean

SD = Standar Deviasi

Gambar 4.14 Grafik Kategorisasi Skor *Neuroticism*

Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 28 responden (7%) memiliki *neuroticism* sangat tinggi, 99 responden (24%) memiliki *neuroticism* tinggi, 158 responden (39%) memiliki *neuroticism* sedang, 91 responden (22%) memiliki *neuroticism* yang rendah, dan 29 responden (7%) memiliki *neuroticism* sangat rendah.

## 6. Skor Tipe Kepribadian *Big Five Openness*

Berikut statistik deskriptif dari hasil analisis tipe kepribadian *Big Five Openness*:

Tabel 4.12 Hasil analisis deskriptif data *Openness*

Variabel	N	Mean	Skor		SD
			Min	Max	
<i>Openness</i>	405	4,50	2,58	6,65	0,77

Pada analisis deskriptif untuk variabel *Openness* diperoleh skor minimal sebesar 2,58 dan skor maksimal sebesar 6,65. Standar deviasi sebesar

0,77 diperoleh dengan mean sebesar 4,50. Adapun distribusi frekuensi skor *Openness* berdasarkan kategori yaitu sebagai berikut:

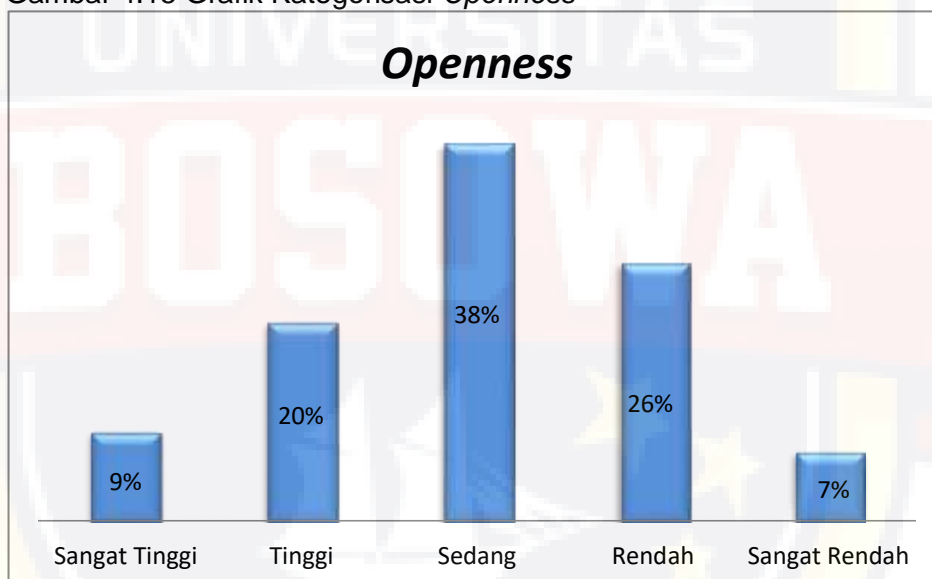
Tabel 4.13 Kategorisasi *Openness*

Batas Kategori	Rentang Skor	Ket.	N	%
$X > \bar{X} + 1,5 SD$	$X > 5,67$	Sangat Tinggi	35	9%
$\bar{X} + 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 1,5SD$	$4,89 < X \leq 5,67$	Tinggi	83	20%
$\bar{X} - 0,5 \sigma < X \leq \bar{X} + 0,5 SD$	$4,12 < X \leq 4,89$	Sedang	154	38%
$\bar{X} - 1,5 \sigma < X \leq \bar{X} - 0,5 SD$	$3,34 < X \leq 4,12$	Rendah	106	26%
$X < \bar{X} - 1,5 SD$	$X < 3,34$	Sangat Rendah	27	7%

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean                      SD = Standar Deviasi

Gambar 4.15 Grafik Kategorisasi *Openness*



Berdasarkan kategori skor tersebut, maka diperoleh 35 responden (9%) memiliki *openness* sangat tinggi, 83 responden (20%) memiliki *openness* tinggi, 154 responden (38%) memiliki *openness* sedang, 106 responden (26%) memiliki *openness* yang rendah, dan 27 responden (7%) memiliki *openness* sangat rendah.

## C. Hasil Uji Asumsi

Pada model penelitian ini uji asumsi yang perlu dilakukan yaitu uji normalitas, linearitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS 23.00 *for Windows*. Syarat pada uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal. Dan sebaliknya apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini awalnya keseluruhan responden berjumlah 410 orang, namun dikarenakan data yang dihasilkan tidak normal sehingga peneliti mengurangi responden sebanyak 5 orang. Hingga akhirnya hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,078 yang artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hasil analisis uji normalitas dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-S Z*	Sig.**	Keterangan
Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> terhadap Kecanduan Internet	0,042	0,078	Terdistribusi Normal

Catatan: \*K-S Z=nilai signifikansi uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov Z*.

\*\*Sig.=nilai signifikansi uji normalitas,  $p > 0,05$

### 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah antara variabel X dan Y memiliki hubungan linear secara signifikan atau tidak memiliki hubungan linear. Pengujian linearitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 23.00 *for Windows*. Interpretasi uji linearitas dapat dilihat dengan nilai signifikansi



pada nilai *deviation from linearity*. Apabila nilai *deviation from linearity* lebih dari 0,05 maka terdapat nilai korelasi yang signifikan. Dan sebaliknya apabila nilai *deviation from linearity* kurang dari 0,05, maka data tidak memiliki korelasi linear yang signifikan.

Hasil analisis pada uji linearitas ini menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* pada nilai signifikansi antara variabel Tipe Kepribadian *Big Five* dengan variabel Kecanduan Internet sebesar 0,081. Sehingga terdapat korelasi yang signifikan antar Tipe Kepribadian *Big Five* dengan Kecanduan Internet dalam penelitian. Hasil analisis uji linearitas dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 4.15 Ringkasan hasil uji linearitas

Korelasi antar Variabel	Sig	Keterangan
Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> dan Kecanduan Internet	0,081	Linear

Catatan: \*Sig.=nilai signifikansi uji linearitas,  $p > 0,05$

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel *agreeableness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *neuroticism*, dan *openness* memiliki korelasi yang tinggi atau rendah. Pada penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan bantuan SPSS 23.00 for Windows. Interpretasi uji multikolinearitas dapat diketahui berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada output SPSS 23.00 for Windows. Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) akan terjadi multikolinearitas apabila lebih dari 10,0. Dan sebaliknya apabila nilai

VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10,0 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil analisis pada uji multikolinearitas ini menunjukkan bahwa pada variabel *agreeableness* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,617 dan nilai VIF sebesar 1,620 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel *conscientiousness* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,642 dan nilai VIF sebesar 1,557, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel *extraversion* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,643 dan nilai VIF sebesar 1,556, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel *neuroticism* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,946 dan nilai VIF sebesar 1,057, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel *openness* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,560 dan nilai VIF sebesar 1,787, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Hasil analisis uji multikolinearitas dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 4.16 Ringkasan hasil uji multikolinearitas

Korelasi antar Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Agreeableness</i>	0.617	1.620	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Conscientiousness</i>	0.642	1.557	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Extraversion</i>	0.643	1.556	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Neuroticism</i>	0.946	1.057	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Openness</i>	0.560	1.787	Tidak terjadi multikolinearitas

#### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan

metode Glesjer pada SPSS 23 for Windows. Heterokedastisitas terjadi apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 pada output SPSS 23 for Windows, dan sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil analisis pada uji heterokedastisitas ini menunjukkan bahwa pada variabel *agreeableness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,877 sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Pada variabel *conscientiousness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,736, sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Pada variabel *extraversion* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,106, sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Pada variabel *neuroticism* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,503, sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Pada variabel *openness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,060, sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil analisis uji heterokedastisitas dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 4.17 Ringkasan hasil uji heterokedastisitas

Korelasi antar Variabel	Sig	Keterangan
<i>Agreeableness</i>	0.877	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Conscientiousness</i>	0.736	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Extraversion</i>	0.109	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Neuroticism</i>	0.503	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Openness</i>	0.060	Tidak terjadi heterokedastisitas

#### D. Hasil Uji Hipotesis

Setelah data dinyatakan telah memenuhi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, serta uji heterokedastisitas, maka data akan dianalisis

dengan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis penelitian dan sumbangan efektif variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan bantuan program SPSS 23.00 *for Windows*. Hipotesis penelitian ini yaitu:

**Hipotesis Mayor:**

H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

**Hipotesis Minor:**

1. H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five agreeableness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five agreeableness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

2. H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five conscientiousness* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five conscientiousness* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

3. H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five extraversion* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five extraversion* dapat menjadi prediktor kecanduan internet

4. H<sub>0</sub>: Tipe kepribadian *Big Five neuroticism* tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet

H<sub>1</sub>: Tipe kepribadian *Big Five neuroticism* dapat menjadi prediktor

kecanduan internet

5.  $H_0$ : Tipe kepribadian *Big Five openness* tidak dapat menjadi prediktor

kecanduan internet

$H_1$ : Tipe kepribadian *Big Five openness* dapat menjadi prediktor kecanduan Internet

Berikut hasil analisis dari uji hipotesis yang telah dilakukan:

### 1. Kontribusi Tipe Kepribadian *Big Five* terhadap Kecanduan Internet

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan sumbangan efektif variabel independen terhadap variabel dependen dengan bantuan program SPSS 23.00 for Windows. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Begitupun sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  diterima (Sugiyono, 2014).

Tabel 4.18 Kontribusi Tipe Kepribadian *Big Five* terhadap Kecanduan Internet

Variabel	<i>R Square</i> *	F**	Sig.***
Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> terhadap Kecanduan Internet	0,157	14,844	0,000

Catatan: \**R Square*=koefisien determinan.

\*\*F=nilai uji simultan.

\*\*Sig.=nilai signifikansi,  $p < 0,05$

Nilai *R square* atau besaran kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dari hasil analisis yaitu 0,157. Dengan demikian sumbangan relatif yang diberikan variabel Tipe Kepribadian *Big Five* secara bersama-sama terhadap perilaku Kecanduan Internet sebesar 15,7%. Artinya terdapat 84,3% kontribusi dari faktor lain terhadap kecanduan internet. Faktor lain tersebut tidak termasuk dalam variabel yang sedang diteliti. Besar kontribusi tersebut signifikan pada taraf

signifikansi 95% ( $p = 0.000$  ;  $p < 0.05$ ). Dengan demikian  $H_0$  yang menyatakan tipe kepribadian Big Five tidak dapat menjadi prediktor kecanduan internet ditolak, dengan kata lain bahwa tipe kepribadian Big Five dapat menjadi prediktor kecanduan internet.

## 2. Kontribusi Masing-masing Tipe Kepribadian *Big Five* Terhadap Kecanduan Internet

Peneliti kemudian ingin melihat kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Kontribusi masing-masing tipe kepribadian *Big Five* terhadap kecanduan internet

Variabel	*R Square Change	**F Change	***Sig.
<i>Agreeableness</i> terhadap kecanduan internet	0,041	17,224	0,000
<i>Conscientiousness</i> terhadap kecanduan internet	0,015	6,429	0,012
<i>Extraversion</i> terhadap kecanduan internet	0,000	0,195	0,659
<i>Neuroticism</i> terhadap kecanduan internet	0,096	45,144	0,000
<i>Openness</i> terhadap kecanduan internet	0,005	2,183	0,140

Catatan: \*R Square Change=koefisien determinan.

\*\*F Change=nilai uji parsial,

\*\*\*Sig.=nilai signifikansi,  $p < 0,05$ .

Nilai koefisien determinan tipe *agreeableness* pada analisis ini yaitu 0,041, sehingga nilai koefisien determinan memiliki sumbangan relatif yang diberikan variabel *agreeableness* terhadap kecanduan internet sebesar 4.1%. Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil analisis dari pengaruh *Agreeableness* ( $X_1$ ) terhadap kecanduan internet ( $Y$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $p$  kurang dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa *agreeableness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kecanduan internet.

Nilai koefisien determinan tipe *conscientiousness* pada analisis ini yaitu 0,015, sehingga nilai koefisien determinan memiliki sumbangan relatif yang diberikan variabel *conscientiousness* terhadap kecanduan internet sebesar 1,5%. Pada tabel tersebut ditunjukkan bahwa hasil analisis dari pengaruh *conscientiousness* ( $X_2$ ) terhadap kecanduan internet (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,012 atau p kurang dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *conscientiousness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kecanduan internet.

Nilai *R square* atau koefisien determinan variabel *neuroticism* pada analisis ini yaitu 0,096, sehingga nilai koefisien determinan memiliki sumbangan relatif yang diberikan variabel *neuroticism* terhadap kecanduan internet sebesar 9,6%. Pada tabel tersebut ditunjukkan bahwa hasil analisis dari pengaruh *neuroticism* ( $X_4$ ) terhadap kecanduan internet (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau p kurang dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa *neuroticism* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kecanduan internet.

Nilai *R square* atau koefisien determinan dari variabel *extraversion* pada hasil analisis ini yaitu 0,000, sehingga nilai besaran kontribusi variabel *extraversion* terhadap kecanduan internet yaitu 0% atau tidak ada. Dari nilai besaran kontribusi tersebut, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,659 atau p lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *extraversion* tidak memiliki pengaruh terhadap kecanduan internet.

Besaran kontribusi atau *R square* dari variabel *openness* pada analisis ini yaitu 0,005, sehingga nilai besaran kontribusi variabel *openness* terhadap kecanduan internet hanya 0,5%. Dari *R square* tersebut,

diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,140 atau p lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel *openness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan internet.

Hasil dari analisis kontribusi masing-masing tipe dari *big five personality* terhadap kecanduan internet menyatakan bahwa dari kelima tipe kepribadian *big five* terdapat tiga tipe kepribadian yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kecanduan internet yaitu *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* serta dua tipe kepribadian yang tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan internet yaitu *extraversion* dan *openness*.

Tabel 4.20 koefisien pengaruh tipe kepribadian *Big Five* terhadap kecanduan internet

Variabel	*B	**Sig.
<i>Constant</i>	23,035	0,000
<i>Agreeableness</i>	-0,633	0,000
<i>Conscientiousness</i>	-0,504	0,012
<i>Extraversion</i>	-0,081	0,659
<i>Neuroticism</i>	0,970	0,000
<i>Openness</i>	0,396	0,140

Catatan: \*B=koefisien pengaruh.

\*\*Sig.=nilai signifikansi,  $p < 0,05$

Koefisien pengaruh sebesar 23,035 artinya apabila nilai tipe kepribadian *Big Five* tidak ada atau nilainya konstan, maka kecanduan internet akan memiliki nilai sebesar 23,035. Nilai koefisien variabel *agreeableness* ( $X_1$ ) sebesar 0,633. Koefisien bernilai negatif yang berarti adanya hubungan berlawanan arah. Apabila *agreeableness* ditingkatkan 1 satuan, maka perilaku kecanduan internet akan mengalami penurunan sebesar 0,633.



Dan begitu pula sebaliknya apabila nilai *agreeableness* diturunkan 1 satuan maka kecanduan internet akan mengalami kenaikan sebesar 0,633. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *agreeableness* maka akan semakin rendah nilai kecanduan internet, dan begitu pula sebaliknya.

Koefisien variabel *conscientiousness* ( $X_2$ ) sebesar 0,504. Koefisien bernilai negatif berarti adanya hubungan berlawanan arah. Apabila *conscientiousness* ditingkatkan 1 satuan, maka kecanduan internet akan mengalami penurunan sebesar 0,504. Dan begitu pula sebaliknya apabila nilai *conscientiousness* diturunkan 1 satuan maka kecanduan internet akan mengalami kenaikan sebesar 0,504. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *conscientiousness* maka akan semakin rendah nilai kecanduan internet, dan begitu pula sebaliknya semakin rendah nilai *conscientiousness* maka semakin rendah nilai kecanduan internet.

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, koefisien variabel *neuroticism* ( $X_4$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,970 yang berarti adanya hubungan searah. Apabila *neuroticism* ditingkatkan 1 satuan, maka kecanduan internet akan mengalami peningkatan sebesar 0,970. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *neuroticism* maka akan semakin tinggi nilai kecanduan internet.

Persamaan regresi untuk lima prediktor pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 \\
 \text{Kecanduan Internet} &= 23,035 + (-0,633) \text{ agreeableness} + (-0,504) \\
 &\quad \text{Conscientiousness} + (-0,081) \text{ Extraversion} + 0,970 \\
 &\quad \text{Neuroticism} + 0.396 \text{ Openness}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kecanduan Internet} = & 23,035 - 0,633 (\text{agreeableness}) - 0,504 \\ & (\text{Conscientiousness}) - 0,081 (\text{Extraversion}) + 0,970 \\ & (\text{Neuroticism}) + 0.396 (\text{Openness}) \end{aligned}$$

## E. Pembahasan

### 1. Gambaran umum kecanduan internet

Hasil kategorisasi menunjukkan sebaran yang mengikuti kurva normal dikarenakan mayoritas responden berada dikategori sedang (45%). Terdapat 5% kelompok responden yang memasuki kategorisasi sangat tinggi dan 8% kelompok responden tergolong kategorisasi sangat rendah. Karakteristik dari individu yang memiliki nilai kecanduan internet sangat tinggi yaitu mengabaikan keadaan sekitar dan fokus terhadap internet, mengalami perasaan tidak menyenangkan saat tidak mengakses internet, serta berani mengambil resiko kehilangan karena internet. Sebaliknya, karakteristik dari individu yang memiliki skor kecanduan internet yang rendah yaitu menganggap internet sebagai hal yang biasa serta menggunakan internet hanya untuk hal yang diperlukan saja (Young, 2010). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi skor ini seperti gender, kondisi psikologis, kondisi kemampuan ekonomi, serta tujuan dan waktu penggunaan internet (Young, 2010).

Gender mempengaruhi jenis aplikasi yang digunakan dan penyebab individu tersebut mengalami kecanduan internet. Pada kecanduan internet, laki-laki lebih sering mengalami kecanduan internet terhadap game online, situs porno, dan perjudian online. Sedangkan perempuan lebih sering mengalami kecanduan internet terhadap *chatting* dan berbelanja secara online (Young, 2010).

Survey di Amerika Serikat menunjukkan bahwa lebih dari 50% individu yang mengalami kecanduan internet juga mengalami kecanduan pada hal lain seperti obat-obatan terlarang, alkohol, rokok, dan seks. Kecanduan internet juga timbul akibat masalah-masalah emosional seperti depresi, gangguan kecemasan, dan sering menggunakan dunia fantasi diinternet sebagai pengalihan secara psikologis terhadap perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan atau situasi yang menimbulkan stress. Berdasarkan hasil survey (Young, 2010) juga diperoleh bahwa 75% individu yang mengalami kecanduan internet disebabkan adanya masalah dalam hubungannya dengan orang lain, kemudian individu tersebut mulai menggunakan aplikasi-aplikasi online yang bersifat interaktif seperti chat room dan game online sebagai cara untuk membentuk hubungan baru dan lebih percaya diri dalam berhubungan dengan orang lain melalui internet (Young, 2010).

Young (2010) juga menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku kecanduan internet adalah kondisi sosial ekonomi. Individu yang telah bekerja memiliki kemungkinan lebih besar mengalami kecanduan internet dibandingkan dengan individu yang belum bekerja. Hal ini didukung bahwa individu yang sudah bekerja memiliki fasilitas internet dikantornya dan juga memiliki sejumlah gaji yang memungkinkan individu tersebut memiliki fasilitas komputer dan internet juga dirumahnya.

Tujuan menggunakan internet akan menentukan sejauh mana individu tersebut akan mengalami kecanduan internet, terutama dikaitkan terhadap banyaknya waktu yang dihabiskannya sendirian didepan komputer ataupun

*gadget*. Individu yang menggunakan internet untuk tujuan pendidikan, misalnya pada pelajar dan mahasiswa akan lebih banyak menghabiskan waktunya menggunakan internet untuk mencari referensi. Umumnya, individu yang menggunakan internet untuk tujuan pendidikan mengalami kemungkinan yang lebih kecil untuk mengalami kecanduan internet. Hal ini diakibatkan tujuan penggunaan internet bukan digunakan sebagai upaya untuk mengatasi atau melarikan diri dari masalah-masalah yang dihadapinya dikehidupan nyata (Young, 2010).

Selain dari faktor-faktor diatas, terdapat beberapa faktor lain yang dapat menyebabkan munculnya perilaku kecanduan internet. Salah satunya yaitu usia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hapsari & Ariana (2015) dijelaskan bahwa di Indonesia pengguna internet terbesar adalah remaja akhir hingga dewasa awal dengan rentang usia 15-24 tahun dengan kisaran rentang presentase 26,7%-30%. Rentang usia responden berdasarkan hasil penelitian ini yaitu 18-24 tahun dengan responden terbanyak terdapat pada usia 22 tahun (21%).

## **2. Gambaran Umum Tipe Kepribadian *Big Five***

Kategorisasi skor *agreeableness* menunjukkan skor yang bervariasi, mulai dari sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, hingga sangat rendah. Karakteristik individu yang memiliki skor *agreeableness* sangat tinggi yaitu berhati lembut, suka menolong, dapat dipercaya, serta mudah memaafkan. Sedangkan karakteristik individu yang memiliki skor *agreeableness* yang sangat rendah yaitu sinis, kasar, mudah curiga, tidak mau bekerjasama, mudah marah, serta pendendam (John & Srivastava, 1999).

Individu dengan tipe kepribadian *conscientiousness* cenderung memiliki kepribadian yang konsisten dan tegas. Bisa dibayangkan kepribadian ini adalah pekerja keras dan merupakan orang yang mampu berusaha untuk mencapai sesuatu (Goldberg, 1981). Hasil kategorisasi skor *conscientiousness* menunjukkan skor yang bervariasi yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Karakteristik dari individu yang memiliki skor *conscientiousness* sangat tinggi yaitu teratur, dapat dipercaya, pekerja keras, tepat waktu, teliti, rapi, ambisius, dan tekun. Sedangkan karakter dari individu yang memiliki skor *conscientiousness* sangat rendah yaitu tidak memiliki tujuan hidup, malas, lalai, tidak disiplin, serta kurang memperhatikan keadaan sekitar (John & Srivastava, 1999).

Hasil kategorisasi skor *extraversion* menunjukkan bahwa terdapat variasi skor dalam penelitian ini. Terdapat lima jenis variasi skor yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Karakteristik dari individu yang memiliki skor *extraversion* sangat tinggi yaitu mudah bergaul, menyenangkan, serta mudah bersahabat. Sebaliknya, karakteristik dari individu yang memiliki skor *extraversion* yang sangat rendah yaitu tidak ramah, penyendiri, pemalu, dan pendiam (John & Srivastava, 1999). Tipe kepribadian *Extraversion* menurut Goldberg (1981) yaitu tipe kepribadian yang cenderung hangat, ramah, aktif dalam kelompok, serta banyak memunculkan emosi-emosi positif.

Hasil dari kategorisasi skor *neuroticism* menunjukkan bahwa terdapat lima variasi dari skor tersebut yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Karakteristik dari individu yang memiliki skor

neuroticism yang tinggi merupakan individu yang sering cemas, sering merasa tidak nyaman, kurang bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan, serta sering bersedih tanpa alasan. Sebaliknya, individu dengan skor neuroticism yang rendah cenderung tenang, santai, tidak emosional, serta puas terhadap diri sendiri (John & Srivastava, 1999).

Tipe kepribadian *neuroticism* cenderung mengarah kepada ketidakstabilan emosi. Mereka yang masuk ke dalam tipe kepribadian ini cenderung memiliki sikap/perilaku mudah cemas, kasar, mudah depresi, impulsif, dan mudah dipengaruhi (Goldberg, 1981). Tipe kepribadian ini cenderung menerima hal-hal yang baru yang belum pernah dialami. Cenderung toleran dan juga sanggup untuk mengembangkan dan juga menghargai ide-ide dari orang lain. Kebanyakan dari mereka lebih menghargai nilai-nilai dan juga perasaan orang lain, sehingga seringkali dianggap orang yang baik dan apa adanya (Goldberg, 1981).

Hasil kategorisasi dari skor *openness* menunjukkan bahwa terdapat variasi dari skor *openness* yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Individu yang memiliki skor *openness* yang tinggi cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, kreatif, serta imajinatif. Sebaliknya, individu dengan skor *openness* yang rendah cenderung tidak tertarik dengan hal baru serta menghindari perubahan (John & Srivastava, 1999).

### **3. Kontribusi tipe kepribadian *Big Five* terhadap kecanduan internet.**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tipe kepribadian *Big Five* secara bersama-sama dapat menjadi prediktor kecanduan internet pada

mahasiswa dikota Makassar. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahputri (2017) yang hasilnya menyatakan bahwa *Big Five Personality* dapat menggambarkan kecanduan internet pada dewasa awal. Subjek penelitian ini merupakan dewasa awal dan penelitian ini dilakukan di Medan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani (2007) yang menyatakan bahwa tipe kepribadian berkorelasi positif dengan penggunaan teknologi komunikasi berbasis internet. Namun, jika ditinjau dari kontribusi masing-masing tipe kepribadian *big five*, terdapat dua tipe kepribadian yang tidak dapat memprediksi kecanduan internet yaitu *extraversion* dan *openness*. Sedangkan tiga tipe kepribadian lainnya yaitu *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* dapat memprediksi munculnya perilaku kecanduan internet.

Selain itu, Ohorella & Nu'man (2009) juga melakukan penelitian yang menemukan bahwa *Big Five Personality* secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap kecanduan internet. Sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa dan penelitian ini dilakukan di Yogyakarta.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang sama memiliki perbedaan pada segi lokasi penelitian, waktu penelitian, dan karakteristik subjek. Namun, penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil yang sama dengan penelitian ini, *tipe kepribadian* Big Five secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap kecanduan internet (Syahputri, 2017; Ohorella & Nu'man, 2009).

Young (2010) mengemukakan bahwa definisi kecanduan internet adalah sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan jumlah waktu yang sangat banyak dalam penggunaan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat menggunakan internet. Penggunaan internet menjadi masalah ketika hal itu mengganggu bagian lain dari kehidupan seseorang seperti tidur, kerja, dan hubungan sosial. Young juga menjelaskan bahwa sejumlah orang yang sebelumnya kecanduan alcohol atau minuman keras lainnya malah beralih ke internet sebagai pengganti kecanduan yang lebih aman (Young, 2010).

Ramdhani (2007) menyatakan bahwa tipe kepribadian berkorelasi positif dengan penggunaan teknologi komunikasi berbasis internet. Faktor-faktor yang menentukan kepribadian seseorang dapat berasal dari Keturunan yaitu faktor genetik seorang individu dan faktor Lingkungan dimana orang tersebut dibesarkan seperti norma keluarga ataupun teman-teman dan kelompok sosial (Guci, 2016). Perilaku yang muncul dan uniknya tiap kepribadian dapat dilihat melalui tipe kepribadian *Big Five* yang dimana tipe kepribadian ini dapat menerangkan sebagian besar kepribadian manusia yang menjadi dasar dan landasan munculnya suatu perilaku (Paunonen & O'Connor, 2007).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *agreeableness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecanduan internet pada mahasiswa di kota Makassar. Dengan demikian, apabila *agreeableness* tinggi, maka kecanduan internet akan rendah. Hasil analisis dari pengaruh *agreeableness* terhadap kecanduan internet diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $p < 0,05$ . Nilai ini menunjukkan bahwa memiliki



pengaruh secara signifikan terhadap. Terdapat beberapa penelitian yang juga menemukan bahwa *agreeableness* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kecanduan internet.

Ohorella & Nu'Man (2009) meneliti tentang pengaruh *Big Five Personality* terhadap kecanduan internet. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara *agreeableness* dengan kecanduan internet. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Syahputri (2017) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *agreeableness* terhadap kecanduan internet.

Penelitian-penelitian sebelumnya mendapatkan hasil yang sama dengan penelitian ini yaitu *agreeableness* memberikan kontribusi yang berhubungan negatif dan signifikan terhadap kecanduan internet (Ohorella & Nu'Man, 2009; Syahputri, 2017). Subjek penelitian dengan kepribadian *agreeableness* digambarkan sebagai individu yang cenderung memenuhi aturan yang ditetapkan secara legal, akan mengalami kesulitan secara internal saat menggunakan internet secara berlebihan (Syahputri, 2017). Individu dengan tipe kepribadian *agreeableness* akan menggunakan internet secara intens untuk mencari tren-tren ataupun hanya sekedar mengikuti arus saja. Individu tersebut akan bisa mengikuti arus dan tren-tren berkat internet sehingga individu dengan tipe kepribadian *agreeableness* bisa dengan mudah mengalami kecanduan internet.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *conscientiousness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecanduan internet pada mahasiswa di kota Makassar. Dengan demikian, apabila *conscientiousness*

tinggi, maka kecanduan internet akan rendah. Hasil analisis dari pengaruh *conscientiousness* ( $X_2$ ) terhadap kecanduan internet ( $Y$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,012 atau  $p < 0,05$ . Nilai ini menunjukkan bahwa *conscientiousness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kecanduan internet.

Tipe *conscientiousness* ini cenderung memiliki kepribadian yang konsisten dan tegas. Bisa dibayangkan kepribadian ini adalah pekerja keras dan merupakan orang yang mampu berusaha untuk mencapai sesuatu (Goldberg, 1981). Seseorang yang mengalami kecanduan internet akan terus menerus menggunakan internet agar bisa mendapatkan perasaan senang, bergairah, dan riang yang bisa diperolehnya dari mengakses internet (Young, 2010). Individu dengan tipe kepribadian *conscientiousness* akan dengan konsisten menggunakan internet baik untuk mencari informasi maupun hanya untuk hiburan saja. Sehingga dengan kata lain, individu dengan tipe kepribadian *conscientiousness* dapat dengan mudah mengalami kecanduan internet

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *extraversion* tidak berpengaruh terhadap kecanduan internet pada mahasiswa di kota Makassar. Hasil analisis dari pengaruh *extraversion* ( $X_3$ ) terhadap kecanduan internet ( $Y$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,659 atau  $p > 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa  $X_3$  tidak memiliki pengaruh terhadap  $Y$ .

Terdapat penelitian yang juga menemukan bahwa *extraversion* tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kecanduan internet. Syahputri (2017) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepribadian

*extraversion* menunjukkan kecenderungan negatif terhadap penggunaan internet yang dapat mengganggu kehidupan sosial dan tanggung jawab pekerjaannya. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa. Dimensi kepribadian *extraversion* digambarkan sebagai dimensi yang *sociable*, asertif, memiliki pandangan positif terhadap lingkungan sekitar, sehingga individu dengan dimensi *extraversion* akan lebih memilih menjalin hubungan secara tatap muka dibandingkan melalui dunia maya.

Kepribadian *Extraversion* bertolak belakang dengan salah satu aspek dari kecanduan internet yang dikemukakan oleh Young (1996) yaitu Berani mengambil resiko kehilangan karena internet. Individu dengan tipe kepribadian *extraversion* lebih memilih bersosialisasi secara langsung atau bertatap muka sehingga dengan kata lain, tipe kepribadian *extraversion* tidak dapat menyebabkan seseorang menjadi kecanduan internet. Seseorang yang kecanduan internet akan kehilangan relasi dengan orang sekitar dan lebih memilih berinteraksi dengan orang melalui internet.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *neuroticism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan internet pada mahasiswa di kota Makassar. Dengan demikian, apabila *neuroticism* tinggi, maka kecanduan internet akan tinggi. Hasil analisis dari pengaruh *neuroticism* ( $X_4$ ) terhadap kecanduan internet ( $Y$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $p < 0,05$ . Nilai ini menunjukkan bahwa  $X_4$  memiliki pengaruh secara signifikan terhadap  $Y$ . Terdapat beberapa penelitian yang juga menemukan bahwa *neuroticism* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kecanduan internet.

Syahputri (2017) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa neuroticism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan internet. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa. Kepribadian *neuroticism* cenderung merasa terancam pada situasi normal, yang mana apabila situasi tersebut dihadapi oleh individu dengan dimensi kepribadian lain bukanlah sesuatu yang mengganggu. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa individu dengan dimensi kepribadian *neuroticism* yang menggunakan internet secara berlebihan pada level tinggi 3 - 12 kali lebih besar dibandingkan dengan dimensi kepribadian lainnya. Hasil penelitian dari Ohorella & Nu'Man (2009) juga menunjukkan bahwa neuroticism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan internet. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa.

Tipe kepribadian *neuroticism* cenderung mengarah kepada ketidakstabilan emosi. Mereka yang masuk ke dalam tipe kepribadian ini cenderung memiliki sikap/perilaku mudah cemas, kasar, mudah depresi, impulsif, dan mudah dipengaruhi (Goldberg, 1981). Individu yang kecanduan internet memanfaatkan internet untuk melarikan diri dari masalah. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik *neuroticism* yang sulit dalam mengatur kontrol impuls, yang mengakibatkan individu tersebut dapat jatuh ke dalam aktivitas penggunaan internet yang berlebihan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *openness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan internet pada mahasiswa di kota Makassar. Dengan demikian, apabila *openness* tinggi, maka kecanduan internet akan tinggi. Hasil analisis dari pengaruh *openness* ( $X_5$ ) terhadap kecanduan internet ( $Y$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,140 atau  $p >$

0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *openness* tidak memiliki pengaruh terhadap kecanduan internet.

Tipe kepribadian ini cenderung menerima hal-hal yang baru yang belum pernah dialami. Cenderung toleran dan juga sanggup untuk mengembangkan dan juga menghargai ide-ide dari orang lain. Kebanyakan dari mereka lebih menghargai nilai-nilai dan juga perasaan orang lain, sehingga seringkali dianggap orang yang baik dan apa adanya (Goldberg, 1981). Individu dengan tipe kepribadian *openness* cenderung terbuka dengan hal-hal baru sehingga tidak akan terjebak dalam kegiatan monoton seperti pemakaian internet secara terus menerus. Keinginan untuk mengeksplorasi hal baru menjadi rasionalisasi bagi individu dengan kepribadian *openness* dalam menggunakan internet, namun tidak sampai pada tahap dimana internet menyebabkan masalah yang signifikan dalam kehidupan subjek.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji hipotesis, tipe kepribadian *big five* dapat menjadi prediktor terhadap kecanduan internet dengan besaran kontribusi yaitu 15,7%.
- 2) Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa tipe kepribadian *Extraversion* dan *Openness* tidak dapat memprediksi perilaku kecanduan internet. Sedangkan *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* dapat memprediksi munculnya perilaku kecanduan internet.
- 3) *Agreeableness* dan *conscientiousness* memiliki nilai hubungan negatif dan signifikan terhadap kecanduan internet. Sehingga apabila kedua tipe kepribadian tersebut memiliki nilai tinggi, maka kecanduan internet akan rendah. Adapun besaran kontribusi masing-masing tipe kepribadian tersebut terhadap kecanduan internet adalah 6,33% dan 5,04%.
- 4) *Neuroticism* memiliki nilai hubungan positif terhadap kecanduan internet. Sehingga apabila *neuroticism* memiliki nilai tinggi, maka kecanduan internet akan tinggi juga. Adapun besaran kontribusi *neuroticism* adalah 9,70%

## B. Saran

Pada proses penelitian ini terdapat temuan-temuan yang bisa dijadikan saran bagi pihak yang ingin menindak lanjutinya, antara lain sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menyatakan bahwa *extraversion* dan *openness* tidak berpengaruh pada kecanduan internet. Namun, beberapa penelitian lain mendapatkan hasil penelitian yang sebaliknya. Hal ini bisa didalami dengan penelitian selanjutnya baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
- 2) Terdapat tiga kepribadian dari tipe kepribadian *big five* yang dapat memprediksi kecanduan internet yaitu *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism*. Saran praktis dari penelitian ini, individu yang tergolong dalam dimensi ketiga kepribadian tersebut diharapkan untuk selalu menjaga waktu penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari, agar internet tidak dapat menjadi sumber masalah yang signifikan dalam kehidupan.
- 3) Terdapat 84,3% faktor lain yang di asumsikan dapat menjadi prediktor kecanduan internet. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama, bisa meneliti dengan jenis faktor yang berbeda dari penelitian ini.
- 4) Penelitian ini mengambil subjek penelitian mahasiswa yang berada di Makassar. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama, bisa meneliti dengan kelompok subjek yang berbeda.
- 5) Penelitian mengenai pengaruh tipe kepribadian *big five* terhadap kecanduan internet di Indonesia masih sedikit. Sehingga diharapkan untuk penelitian dengan topik yang sama dapat dilaksanakan dengan memilih lokasi penelitian yang berbeda ataupun subjek yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Muthia. Husain, Achyar Nawi Husain. Arifin, Syamsul. (2014). Hubungan Tipe Kepribadian Introvert Dengan Kecanduan Internet Pada Siswa Kelas X Di SMAN 1 Banjarmasin. *Berkala Kedokteran*, Vol. 10, No. 1, Hal. 1-8
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: PT. Rineka Cipta
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Kesejahteraan Rakyat 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Sulawesi Selatan 2017*. Makassar: BPS Provinsi Sulawesi Selatan
- Barrick, M.R. & Ryan, A.M. (2003). *Personality and work: Reconsidering the role of personality in organization*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B. (2008). Social Network Sites: Definiton, History, and, Scholarsip. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, hal 210–230. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Davis, R. A. (2001). *What Is Internet Addiction?*. <http://www.victoriapoint.com/internetaddiction/internetaddiction.2001.a> diakses pada tanggal 17 Mei 2018
- Departemen Pendidikan Nasional. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Feist, J. & Fesit, G.J. (1998). *Theories of Personality. Fourth edition*. New York: McGraw Hill Company.
- Ferris, J. R. (1997). *Internet Addiction Disorder: Causes, Symptoms, and Consequences*. Virginia Tech. <http://www.chem.vt.edu> diakses pada tanggal 14 Maret 2019
- Goldberg, L.T. (1981). Language and individual differences: The search for universal in personality lexicons. In L. Wheeler (ed.). *Review of Personality and Social Psychology*, 2, 141-165. Beverly hills, CA.: Sage Pub.
- Guci, Yolanda. (2016). *Teori Kepribadian Model Lima Besar (Big Five Personality)*. <https://id.linkedin.com/pulse/teori-kepribadian-model-lima-besar-big-five-personality-yolanda-guci> diakses pada tanggal 16 Mei 2018, pukul 23.05



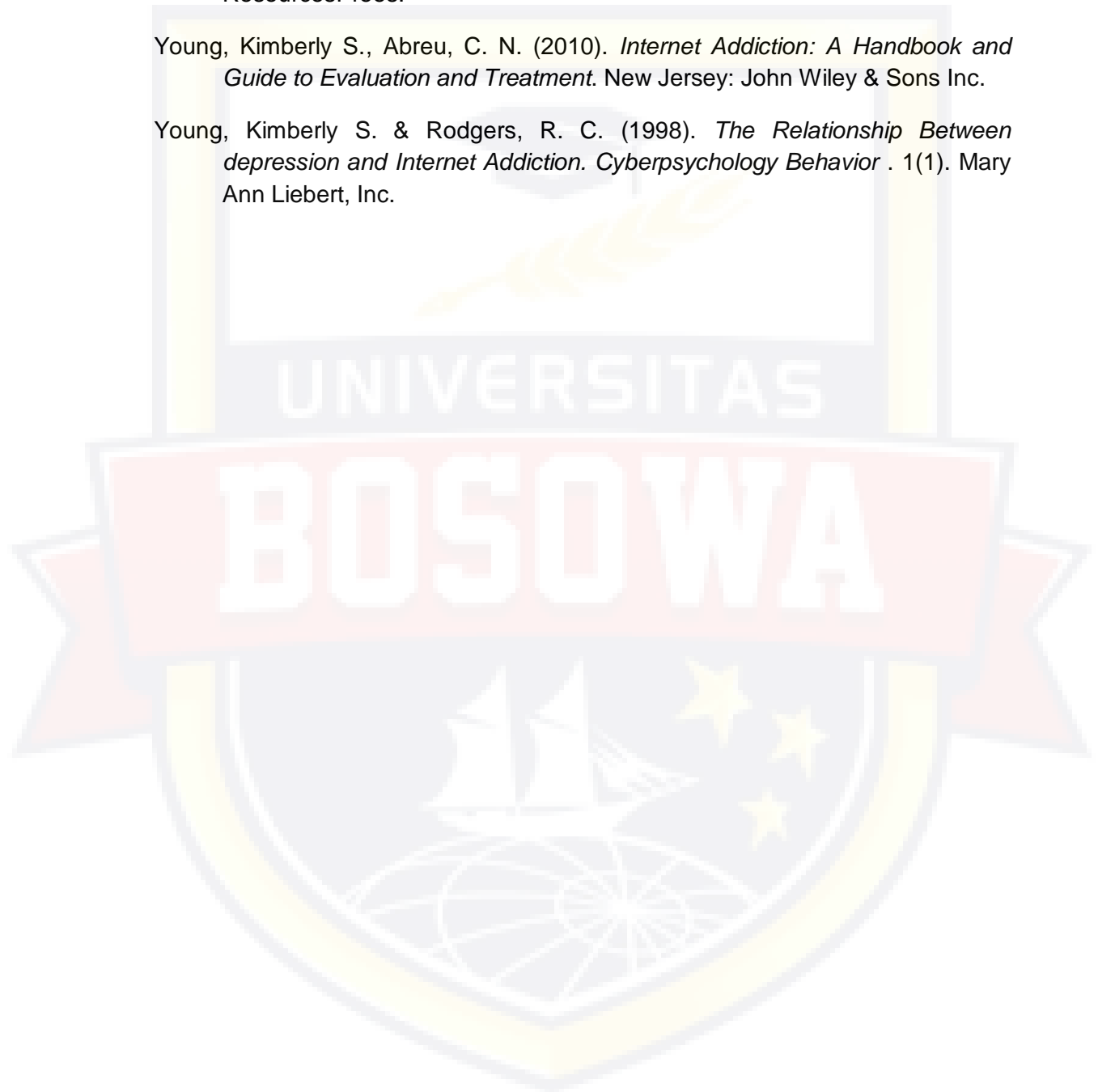
- Hapsari, A., & Ariana, A. D. (2015). Hubungan Antara Kesepian dan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Remaja. *Jurnal Klinis Dan Kesehatan Mental*, 164-171
- Hidayatulloh, L. I. (2014). *Optimalisasi Fungsi Pembimbing Akademik Bagi Sukses Studi Mahasiswa (Studi Empiris Pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2011)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Hurlock, Elizabeth B. (2000). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (Vol. 2, pp. 102–138). New York: Guilford Press.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <http://kbbi.web.id/> diakses pada tanggal 30 Juli 2018
- Kaplan, Andreas. In Flavio S. Fogliatto, Giovani J.C. da Silveira. (2010). *Mass Customization: Engineering and Managing Global Operations*. Springer (Science + Business Media. <http://openmediart.com/log/pics/sd> diakses pada tanggal 20 Juni 2018
- Larsen, R.J., Buss, David M. (2002). *Personality Psychology: Domain Of Knowledge About Human Nature*. New York: McGraw Hill
- Neter, John. dkk. (1989). *Applied Linier Regression Model*. Boston: Richard D. Irwin, Inc.
- Niems, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2006). Prevelence of Pathological Internet Use Among University Students and Correlations With Self-Esteem, The General Health Questionare (GHQ), and Disinbhibition. *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of The Internet, Multimedia, and Virtual Reality on Behavior and Society*. 8. 562-70. 10.1089/cpb.2005.8.562.
- Ohorella, R. A., & Nu'Man, T. M. (2009). *Big Five Personality Terhadap Big Five*. Naskah Publikasi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Paunonen, Sampo V. & O'Connor, Melisa C. (2007). Big Five Personality Predictors of Post-Secondary Academic Performance. *Personality And Individual Diferences*, Vol. 43, 971-990
- Pervin, L. A., Cervone, D., & Oliver, P. J. (2012). *Psikologi Kepribadian: Teori dan Penelitian (edisi ke-9)*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group

- Ramdhani, Nelia. (2007). Apakah Kepribadian Menentukan Pemilihan Media Komunikasi? Metaanalisis Terhadap Hubungan Kepribadian Extraversion, Neuroticism, dan Openness to experience Dengan Penggunaan Email. *Jurnal Psikologi* 34 (2), 112-129
- Rosenberg, Kenneth Paul. Feder, Laura Curtiss. (2014). *Behavioral Addiction 1<sup>st</sup> Edition*. Academic Press
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan Masa Hidup Edisi Ketigabelas, Jilid II*. Jakarta: Erlangga
- Soetjipto, Helly P. (2006). Pengujian Validitas Konstruk Kriteria Kecanduan Internet. *Jurnal Psikologi* Vol 32, No. 2, 74-91
- Sora, N. (2014). *Kenali Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli*. <http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.html> diakses pada tanggal 20 Juni 2018
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suyanto, Asep Herman. (2007). Pengenalan Internet. Copyright © 2007 [www.jurnalkomputer.com](http://www.jurnalkomputer.com)
- Syahputri, D. (2017). *Gambaran Big Five Personality Pada Dewasa Awal Yang Mengalami Kecanduan Internet*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.
- Thakkar, Vatsal. (2006). *Addiction (Pshycological Disorder)*. Chelsea House Pub
- Widhiastuti, Hardani. (2014). Big Five Personality Sebagai Prediktor Kreativitas Dalam Meningkatkan Kinerja Anggota Dewan. *Jurnal Psikologi*. Vol. 41, No. 1
- Widyahastuti, Rezky. (2016). *Pengaruh Kepribadian (Big Five Personality) Terhadap Multitasking*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang: Malang
- Widiana, Herlina Siwi. Retnowati, Sofia. Hidayat, Rahma. (2004). Kontrol Diri Dan Kecenderungan Kecanduan Internet. *Indonesian Psychological Journal*. Vol. 1, No. 1, Hal. 6-16
- Young, Kimberly S. (1996). *Caught in The Net*. New York: John Willey & Sons.
- Young, Kimberly S. (1997). *What Makes Internet Addictive: Potential Explanation for Patological Internet Use*. Paper Presented at the 105th annual meeting of the American Psychology Association, Chicago, August 15.

Young, Kimberly S. (1999). Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment. In L VandeCreek & T. Jackson (Eds). *Innovation in Clinical Practice: A Source Book*. Vol 17. Sarasota, FL: Professional Resources Presses.

Young, Kimberly S., Abreu, C. N. (2010). *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Young, Kimberly S. & Rodgers, R. C. (1998). *The Relationship Between depression and Internet Addiction*. *Cyberpsychology Behavior* . 1(1). Mary Ann Liebert, Inc.





**DAFTAR LAMPIRAN**



**HASIL UJI  
VALIDITAS TAMPANG**

### LAPORAN UJI *FACE VALIDITY*

R*	Tampilan secara keseluruhan (umum)	Pengantar (Lembar Perkenalan)	Font yang digunakan	Model pencetakan skala	Instruksi pengisian skala	Aitem skala 1	Aitem skala 2
1	Pernyataan jelas	Pernyataan jelas	Bagus	Bagus	Bagus	Pernyataan cukup jelas	Pernyataan cukup jelas
2	Secara keseluruhan tampilan terlihat rapi	Pengantar jelas dan tidak terlalu panjang	Ukuran font sudah bagus	Biodata sudah bagus	Instruksi pengisian jelas dan mudah dipahami	Sudah sangat jelas	Sudah sangat jelas
3	Sudah baik	Sudah sangat baik	Lumayan	Lumayan	Lumayan	Sangat jelas	Ada beberapa yang kurang jelas
4	Tampilan secara keseluruhan bagus	Bagus dan jelas	Font yang digunakan sesuai	Bagus	Mudah dipahami	Ada beberapa kata yang tidak dipahami	Aitemnya sedikit sehingga tidak cepat bosan
5	Bagus dan minimalis, menghemat kertas	Jelas	Font yang digunakan sudah sesuai	Bagus	Mudah dipahami	Secara keseluruhan sudah bagus	Secara keseluruhan sudah bagus

Ket: \*R = Responden



HASIL UJI  
VALIDITAS LOGIS

## CONTENT VALIDITY RATIO

Identitas *Subject Matter Expert* (SME):

1. Andi Budhy Rakhmat, M.Psi., Psikolog
2. Hasniar AR.,S.Psi., M.Si
3. Sri Hayati M.Psi., Psikolog

### SKALA KECANDUAN INTERNET

ITEM	SME			PENILAIAN CVR	KET
	1	2	3		
1	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
2	E	E	E	0.3	Lebih 50% SME menyatakana item esensial
3	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
4	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
5	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
6	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
7	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
8	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
9	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
10	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
11	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
12	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
13	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
14	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
15	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
16	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
17	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
18	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
19	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
20	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
21	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
22	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
23	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
24	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
25	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial



26	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
27	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
28	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
29	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
30	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
31	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
32	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
33	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
34	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
35	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
36	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
37	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
38	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
39	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
40	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
41	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
42	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
43	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
44	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
45	E	E	G	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
46	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
47	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
48	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
49	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
50	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
51	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
52	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
53	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
54	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
55	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
56	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial

*Ket:*

*E = Esensial, G = Berguna tapi tidak esensial, T = Tidak diperlukan.*

**SKALA BIG FIVE INVENTORY**

ITEM	SME			PENILAIAN CVR	KET
	1	2	3		
1	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
2	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
3	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
4	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
5	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
6	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
7	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
8	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
9	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
10	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
11	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
12	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
13	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
14	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
15	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
16	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
17	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
18	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
19	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
20	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
21	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
22	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
23	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
24	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
25	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
26	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
27	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
28	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
29	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
30	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
31	E	E	T	0.3	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
32	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
33	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
34	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
35	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
36	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
37	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial

38	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
39	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
40	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
41	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
42	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
43	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial
44	E	E	E	1.0	Lebih 50% SME menyatakan aitem esensial

*Ket:*

*E = Esensial, G = Berguna tapi tidak esensial, T = Tidak diperlukan.*



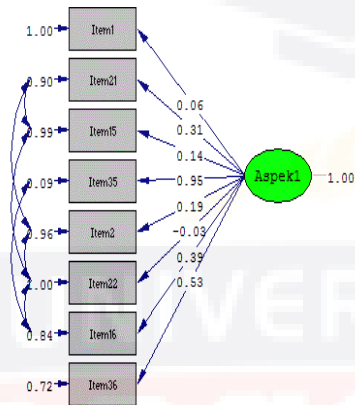
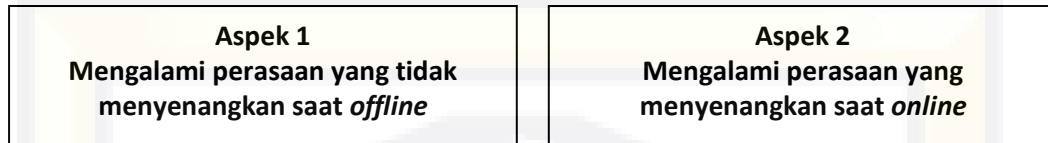


HASIL UJI  
VALIDITAS KONSTRUK

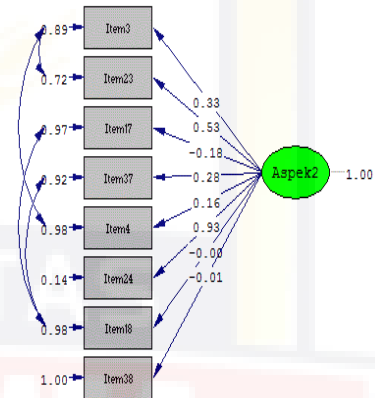


SKALA KECANDUAN INTERNET

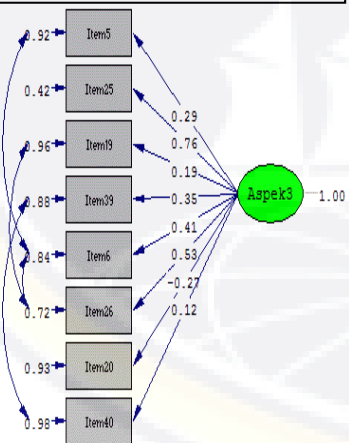
## PATH DIAGRAM



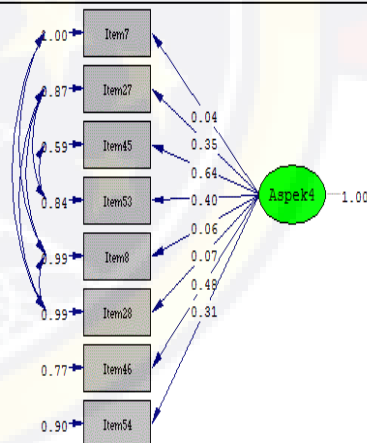
Chi-Square=22.26, df=14, P-value=0.07352, RMSEA=0.038



Chi-Square=18.23, df=16, P-value=0.31033, RMSEA=0.018

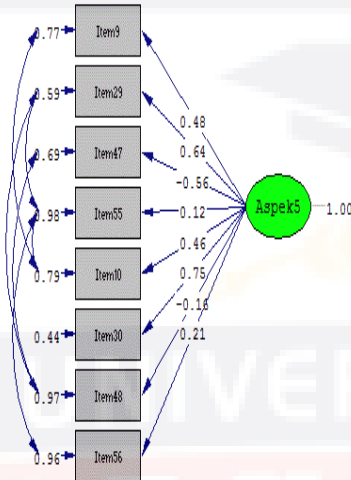


Chi-Square=18.82, df=16, P-value=0.27813, RMSEA=0.021



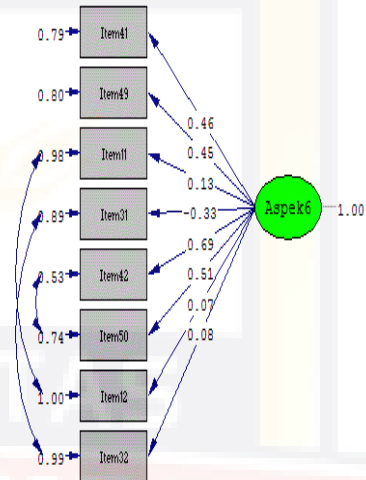
Chi-Square=18.96, df=13, P-value=0.12421, RMSEA=0.033

**Aspek 5**  
Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet



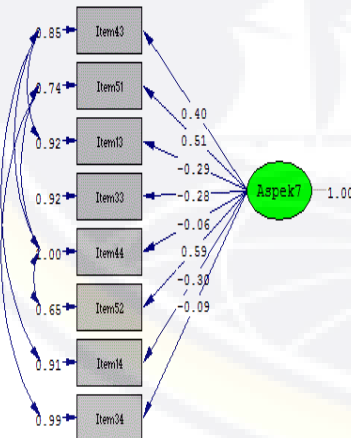
Chi-Square=17.97, df=14, P-value=0.20808, RMSEA=0.026

**Aspek 6**  
Berani mengambil resiko kehilangan karena internet



Chi-Square=22.67, df=17, P-value=0.16013, RMSEA=0.029

**Aspek 7**  
Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah



Chi-Square=20.05, df=14, P-value=0.12856, RMSEA=0.033

### Hasil CFA Skala Kecanduan Internet

No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 1	0.06	0.05	1.24	0.00	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	<b>Tidak Valid</b>
Item 2	0.19	0.05	3.77	-0.02	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 3	0.33	0.06	5.39	0.02	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	Valid
Item 4	0.16	0.05	2.89	0.02	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	Valid
Item 5	0.29	0.06	4.86	0.04	Perhatian tertuju pada internet	Valid
Item 6	0.41	0.06	6.43	0.19	Perhatian tertuju pada internet	Valid
Item 7	0.04	0.06	0.63	0.03	Penggunaan internet yang semakin meningkat	<b>Tidak Valid</b>
Item 8	0.06	0.06	0.96	-0.02	Penggunaan internet yang semakin meningkat	<b>Tidak Valid</b>
Item 9	0.48	0.05	8.84	0.13	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	Valid
Item 10	0.46	0.05	8.38	0.13	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	Valid
Item 11	0.13	0.06	2.22	0.03	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 12	0.07	0.06	1.16	0.00	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 13	-0.29	0.06	-4.76	-0.17	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	<b>Tidak Valid</b>



No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 14	-0.30	0.07	-4.56	-0.22	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	<b>Tidak Valid</b>
Item 15	0.14	0.05	2.87	-0.03	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 16	0.39	0.08	4.67	0.41	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 17	-0.18	0.05	-3.32	-0.02	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	<b>Tidak Valid</b>
Item 18	0.00	0.05	-0.07	0.00	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	<b>Tidak Valid</b>
Item 19	0.19	0.06	3.15	0.01	Perhatian tertuju pada internet	Valid
Item 20	-0.27	0.06	-4.53	-0.09	Perhatian tertuju pada internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 21	0.31	0.06	5.46	-0.02	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 22	-0.03	0.05	-0.52	0.11	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	<b>Tidak Valid</b>
Item 23	0.53	0.07	7.47	0.09	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	Valid
Item 24	0.93	0.10	9.15	0.86	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	Valid
Item 25	0.76	0.07	11.02	0.54	Perhatian tertuju pada internet	Valid
Item 26	0.53	0.06	8.39	0.26	Perhatian tertuju pada internet	Valid

No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 27	0.35	0.07	5.18	0.22	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Valid
Item 28	0.07	0.06	1.15	-0.03	Penggunaan internet yang semakin meningkat	<b>Tidak Valid</b>
Item 29	0.64	0.05	12.25	0.29	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	Valid
Item 30	0.75	0.05	14.38	0.43	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	Valid
Item 31	-0.33	0.06	-5.61	-0.10	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 32	0.08	0.06	1.44	0.04	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 33	-0.28	0.06	-0.60	-0.08	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	<b>Tidak Valid</b>
Item 34	-0.09	0.06	-1.41	-0.09	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	<b>Tidak Valid</b>
Item 35	0.95	0.10	9.41	0.97	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 36	0.53	0.07	7.73	-0.04	Mengalami perasaan yang tidak menyenangkan saat <i>offline</i>	Valid
Item 37	0.28	0.06	4.88	0.04	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	Valid
Item 38	-0.01	0.05	-0.21	0.00	Mengalami perasaan yang menyenangkan saat <i>online</i>	<b>Tidak Valid</b>
Item 39	0.35	0.06	5.94	0.11	Perhatian tertuju pada internet	Valid

No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 40	0.12	0.06	2.08	0.02	Perhatian tertuju pada internet	Valid
Item 41	0.46	0.06	7.62	0.15	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 42	0.69	0.08	9.08	0.54	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 43	0.40	0.07	5.86	0.46	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	Valid
Item 44	-0.06	0.10	-0.66	-0.38	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	<b>Tidak Valid</b>
Item 45	0.64	0.09	7.43	0.48	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Valid
Item 46	0.48	0.07	6.85	0.22	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Valid
Item 47	-0.56	0.05	-10.51	-0.21	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 48	-0.16	0.06	-2.06	0.04	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 49	0.45	0.06	7.57	0.15	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 50	0.51	0.08	6.72	0.39	Berani mengambil resiko kehilangan karena internet	Valid
Item 51	0.51	0.06	8.00	0.33	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	Valid
Item 52	0.59	0.07	9.09	0.34	Menggunakan internet sebagai cara melarikan diri dari masalah	Valid

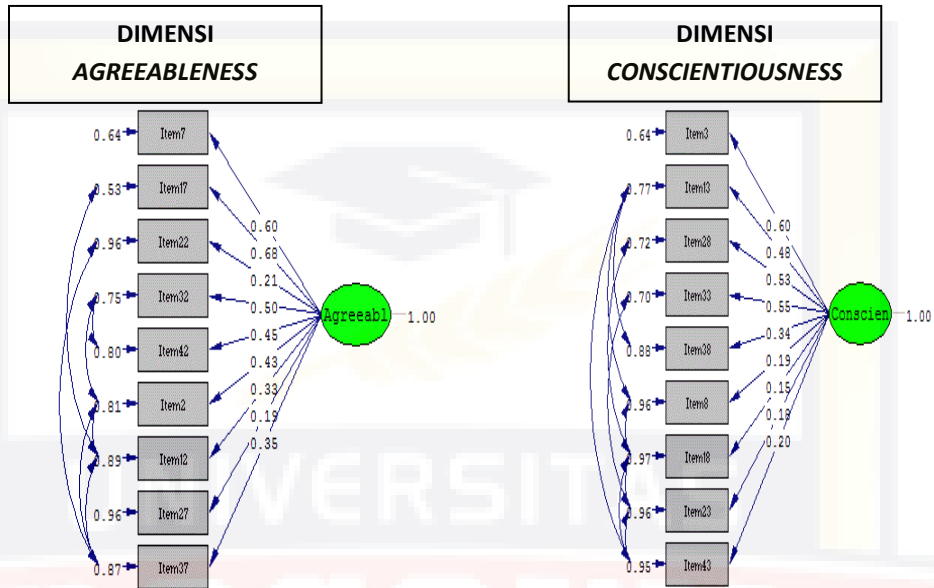
No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 53	0.40	0.10	4.11	0.33	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Valid
Item 54	0.31	0.06	4.94	0.12	Penggunaan internet yang semakin meningkat	Valid
Item 55	0.12	0.06	1.95	-0.04	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	<b>Tidak Valid</b>
Item 56	0.21	0.06	3.68	0.06	Ketidakmampuan mengatur penggunaan internet	Valid





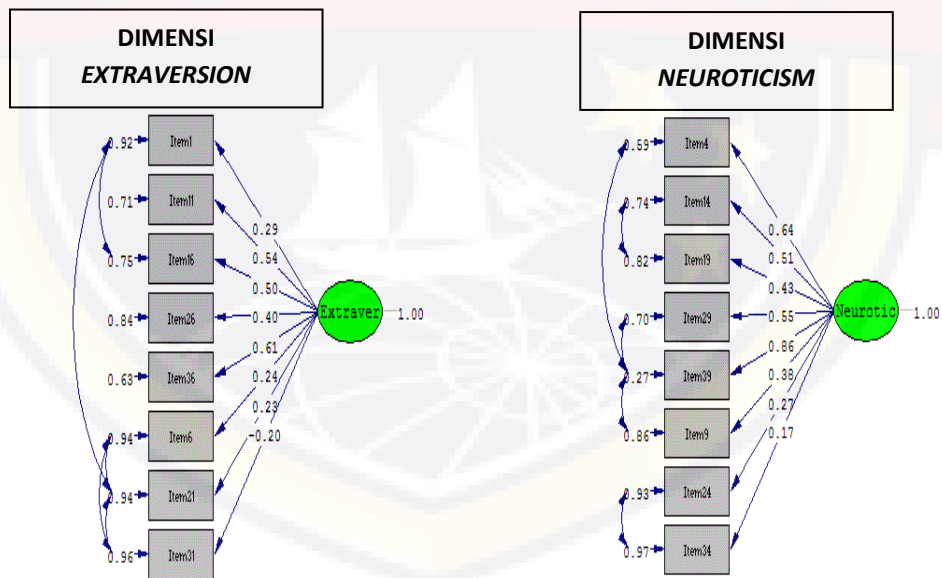
*SKALA BIG FIVE INVENTORY*

## PATH DIAGRAM



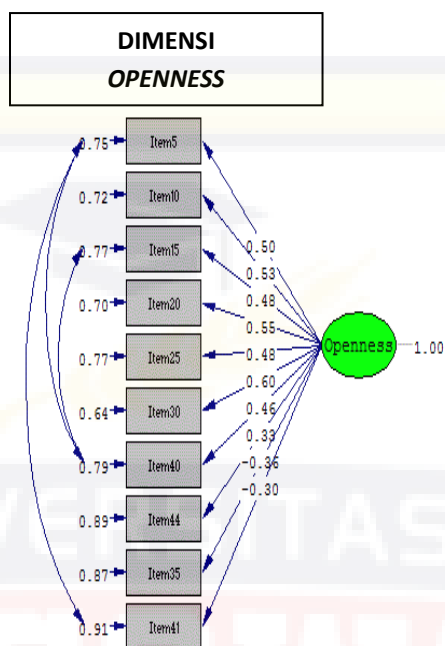
Chi-Square=27.70, df=20, P-value=0.11668, RMSEA=0.031

Chi-Square=25.35, df=18, P-value=0.11552, RMSEA=0.032



Chi-Square=20.51, df=15, P-value=0.15335, RMSEA=0.030

Chi-Square=20.14, df=15, P-value=0.16673, RMSEA=0.029



Chi-Square=42.34, df=32, P-value=0.10458, RMSEA=0.028

**Hasil CFA Skala *Big Five Inventory***

No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 1	0.29	0.06	4.49	0.08	Extraversion	Valid
Item 2	0.43	0.06	7.36	0.19	Agreeableness	Valid
Item 3	0.60	0.06	10.01	0.32	Conscientiousness	Valid
Item 4	0.64	0.06	10.29	0.37	Neuroticism	Valid
Item 5	0.50	0.06	9.08	0.21	Openess	Valid
Item 6	0.24	0.06	3.92	0.09	Extraversion	Valid
Item 7	0.60	0.05	10.86	0.26	Agreeableness	Valid
Item 8	0.19	0.06	3.03	0.10	Conscientiousness	Valid
Item 9	0.38	0.06	6.26	0.19	Neuroticism	Valid
Item 10	0.53	0.05	10.05	0.18	Openess	Valid
Item 11	0.54	0.06	8.81	0.28	Extraversion	Valid
Item 12	0.33	0.06	5.19	-0.03	Agreeableness	Valid
Item 13	0.48	0.06	7.81	0.22	Conscientiousness	Valid
Item 14	0.51	0.06	9.06	-0.01	Neuroticism	Valid
Item 15	0.48	0.05	8.72	0.12	Openess	Valid
Item 16	0.50	0.06	8.08	0.23	Extraversion	Valid
Item 17	0.68	0.06	12.38	0.37	Agreeableness	Valid
Item 18	0.15	0.06	2.40	-0.02	Conscientiousness	Valid
Item 19	0.43	0.05	7.92	-0.01	Neuroticism	Valid
Item 20	0.55	0.05	10.41	0.19	Openess	Valid



No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 21	0.23	0.06	3.71	0.08	Extraversion	Valid
Item 22	0.21	0.06	3.60	0.08	Agreeableness	Valid
Item 23	0.18	0.06	2.84	0.02	Conscientiousness	Valid
Item 24	0.27	0.05	5.20	-0.01	Neuroticism	Valid
Item 25	0.48	0.05	8.98	0.15	Openess	Valid
Item 26	0.40	0.06	6.48	0.17	Extraversion	Valid
Item 27	0.19	0.06	3.34	0.06	Agreeableness	Valid
Item 28	0.53	0.06	8.95	0.26	Conscientiousness	Valid
Item 29	0.55	0.06	9.06	0.20	Neuroticism	Valid
Item 30	0.60	0.05	11.55	0.23	Openess	Valid
Item 31	-0.20	0.06	3.20	-0.11	Extraversion	<b>Tidak Valid</b>
Item 32	0.50	0.06	8.59	0.22	Agreeableness	Valid
Item 33	0.55	0.06	9.22	0.27	Conscientiousness	Valid
Item 34	0.17	0.05	3.47	0.00	Neuroticism	Valid
Item 35	-0.36	0.06	6.57	-0.10	Openess	<b>Tidak Valid</b>
Item 36	0.61	0.06	9.78	0.35	Extraversion	Valid
Item 37	0.35	0.06	6.05	0.11	Agreeableness	Valid
Item 38	0.34	0.06	5.54	0.08	Conscientiousness	Valid
Item 39	0.86	0.09	9.19	0.72	Neuroticism	Valid
Item 40	0.46	0.06	8.23	0.16	Openess	Valid
Item 41	-0.30	0.06	5.17	-0.12	Openess	<b>Tidak Valid</b>

No	Faktor Loading	Error	P-Value	Factor Score	Aspek	Ket.
Item 42	0.45	0.06	7.77	0.12	Agreeableness	Valid
Item 43	0.20	0.06	3.27	0.10	Conscientiousness	Valid
Item 44	0.33	0.06	5.97	0.09	Openess	Valid





**OUTPUT HASIL UJI RELIABILITAS  
SKALA KECANDUAN INTERNET**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	410	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	410	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	37



OUTPUT HASIL UJI RELIABILITAS  
SKALA *BIG FIVE INVENTORY*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	410	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	410	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	41



OUTPUT HASIL UJI ASUMSI

## OUTPUT UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		405
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	23.8545
	Std. Deviation	.02324
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.029
	Negative	-.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



### OUTPUT UJI LINEARITAS

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Big Five * kecanduan internet	Between Groups	2467.465	379	6.510	1.589	.082
	Linearity	5.463	1	5.463	1.334	.259
	Deviation from Linearity	2462.002	378	6.513	1.590	.081
	Within Groups	102.406	25	4.096		
Total		2569.871	404			

UNIVERSITAS

# BOSOWA



### OUTPUT UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.035	1.418		16.249	.000					
Agreeableness	-.633	.263	-.141	-2.407	.017	-.202	-.120	-.111	.617	1.620
Conscientiousness	-.504	.254	-.114	-1.983	.048	-.198	-.099	-.091	.642	1.557
Extraversion	-.081	.248	-.019	-.325	.745	-.152	-.016	-.015	.643	1.556
Neuroticism	.970	.145	.315	6.670	.000	.354	.317	.307	.946	1.057
Openness	.396	.268	.091	1.478	.140	-.096	.074	.068	.560	1.787

a. Dependent Variable: RES2

### OUTPUT UJI HETEROKEDASTISITAS

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.264	.900		-.293	.770
Agreeableness (X1)	.026	.167	.010	.155	.877
Conscientiousness (X2)	.054	.161	.021	.338	.736
Extraversion (X3)	.253	.158	.098	1.606	.109
Neuroticism (X4)	-.062	.092	-.034	-.671	.503
Openness (X5)	.321	.170	.123	1.889	.060

a. Dependent Variable: Abs\_RES2



**OUTPUT HASIL UJI HIPOTESIS**

## Output Analisis hasil Tipe Kepribadian *Big Five* secara Bersama-sama terhadap Kecanduan Internet

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Openness (X5), Neuroticism (X4), Extraversion (X3), Conscientiousness X2), Agreeableness (X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: kecanduan internet (Y)

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.369 <sup>a</sup>	.157	.146	3.11736

a. Predictors: (Constant), Openness (X5), Neuroticism (X4), Extraversion (X3), Conscientiousness X2), Agreeableness (X1)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	721.245	5	144.249	14.844	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3877.459	399	9.718		
	Total	4598.704	404			

a. Dependent Variable: kecanduan internet (Y)

b. Predictors: (Constant), Openness (X5), Neuroticism (X4), Extraversion (X3), Conscientiousness X2), Agreeableness (X1)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.035	1.418		16.249	.000
	Agreeableness (X1)	-.633	.263	-.141	-2.407	.017
	Conscientiousness (X2)	-.504	.254	-.114	-1.983	.048
	Extraversion (X3)	-.081	.248	-.019	-.325	.745
	Neuroticism (X4)	.970	.145	.315	6.670	.000
	Openness (X5)	.369	.268	.091	1.478	.140

a. Dependent Variable: kecanduan internet (Y)



**Output Analisis Kontribusi Masing-masing variabel bebas (*agreeableness, conscientiousness, extraversion, neuroticism, & openness*) terhadap variabel terikat (Kecanduan Internet)**

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Agreeableness <sup>b</sup>	.	Enter
2	Conscientiousness <sup>b</sup>	.	Enter
3	Extraversion <sup>b</sup>	.	Enter
4	Neuroticism <sup>b</sup>	.	Enter
5	Openness <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: kecanduan internet

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.202 <sup>a</sup>	.041	.039	3.30809	.041	17.224	1	403	.000
2	.237 <sup>b</sup>	.056	.051	3.28603	.015	6.429	1	402	.012
3	.238 <sup>c</sup>	.057	.049	3.28932	.000	.195	1	401	.659
4	.390 <sup>d</sup>	.152	.144	3.12197	.096	45.144	1	400	.000
5	.396 <sup>e</sup>	.157	.146	3.11736	.005	2.183	1	399	.140

a. Predictors: (Constant), Agreeableness

b. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness

c. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion

d. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism

e. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism, Openness

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.495	1	188.495	17.224	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4410.209	403	10.943		
	Total	4598.704	404			
2	Regression	257.916	2	128.958	11.943	.000 <sup>c</sup>
	Residual	4340.788	402	10.798		
	Total	4598.704	404			
3	Regression	260.028	3	86.676	8.011	.000 <sup>d</sup>
	Residual	4338.676	401	10.820		
	Total	4598.704	404			
4	Regression	700.031	4	175.008	17.956	.000 <sup>e</sup>
	Residual	3898.673	400	9.747		
	Total	4598.704	404			
5	Regression	721.245	5	144.249	14.844	.000 <sup>f</sup>
	Residual	3877.459	399	9.718		
	Total	4598.704	404			

a. Dependent Variable: Kecanduan Internet

b. Predictors: (Constant), Agreeableness

c. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness

d. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion

e. Predictors: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.463	.891		30.808	.000
	Agreeableness	-.911	.219	-.202	-4.150	.000
2	(Constant)	29.113	1.099		26.492	.000
	Agreeableness	-.648	.242	-.144	-2.681	.008
	conscientiousness	-.603	.238	-.136	-2.536	.012
3	(Constant)	29.263	1.151		25.414	.000
	Agreeableness	-.610	.256	-.136	-2.383	.018
	Conscientiousness	-.562	.255	-.127	-2.201	.028
	Extraversion	-.113	.255	-.026	-.442	.659
4	(Constant)	23.373	1.401		16.681	.000
	Agreeableness	-.485	.244	-.108	-1.991	.047
	Conscientiousness	-.396	.244	-.089	-1.624	.105
	Extraversion	-.003	.243	-.001	-.011	.992
	Neuroticism	.978	.146	.318	6.719	.000
5	(Constant)	23.035	1.418		16.249	.000
	Agreeableness	-.633	.263	-.141	-2.407	.017
	Conscientiousness	-.504	.254	-.114	-1.983	.048
	Extraversion	-.081	.248	-.019	-.325	.745



Neuroticism	.970	.145	.315	6.670	.000
Openness	.396	.268	.091	1.478	.140

a. Dependent Variable: kecanduan internet

#### Excluded Variables<sup>a</sup>

Model		Beta In	T	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Conscientiousness	-.136 <sup>b</sup>	-2.536	.012	-.125	.815
	Extraversion	-.073 <sup>b</sup>	-1.323	.186	-.066	.778
	Neuroticism	.329 <sup>b</sup>	7.024	.000	.331	.969
	Openness	.027 <sup>b</sup>	.463	.644	.023	.678
2	Extraversion	-.026 <sup>c</sup>	-.442	.659	-.022	.676
	Neuroticism	.318 <sup>c</sup>	6.743	.000	.319	.952
	Openness	.095 <sup>c</sup>	1.507	.133	.075	.587
3	Neuroticism	.318 <sup>d</sup>	6.719	.000	.318	.947
	Openness	.106 <sup>d</sup>	1.637	.102	.082	.560
4	Openness	.091 <sup>e</sup>	1.478	.140	.074	.560

a. Dependent Variable: Kecanduan Internet

b. Predictors in the Model: (Constant), Agreeableness

c. Predictors in the Model: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness

d. Predictors in the Model: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion

e. Predictors in the Model: (Constant), Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion, Neuroticism



**CONTOH SKALA PENELITIAN**

### CONTOH ITEM SKALA KECANDUAN INTERNET

Skala ini merupakan skala yang diadaptasi peneliti dari skala kecanduan internet (IAT) yang disusun oleh Dr. Kimberly Young (1997). Skala ini disusun berdasarkan tujuh aspek yang dikemukakan oleh Young (1997). Skala ini merupakan skala *likert* dengan lima pilihan jawaban yaitu “Sangat Sesuai”, “Sesuai”, “Netral”, “Tidak Sesuai”, dan “Sangat Tidak Sesuai”. Berikut ini merupakan beberapa contoh aitem dari skala kecanduan internet:

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa murung dan gugup ketika saya tidak mengakses internet.	SS	S	N	TS	STS
2.	Saya merasa tertekan saat tidak mengakses internet.	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya membangun hubungan baru dengan sesama pengguna internet.	SS	S	N	TS	STS
4.	Saya mengantisipasi diri saya ketika akan online lagi.	SS	S	N	TS	STS
5.	Saya lebih memilih mencari kebahagiaan dengan pasangan melalui internet.	SS	S	N	TS	STS
6.	Saya menggunakan internet saat sedang berkendara.	SS	S	N	TS	STS
7.	Saya mengatakan “beberapa menit lagi” ketika sedang menggunakan internet.	SS	S	N	TS	STS
8.	Saya menunda pekerjaan saya untuk mengakses internet.	SS	S	N	TS	STS
9.	Saya gagal saat mencoba untuk mengurangi jumlah waktu yang saya habiskan waktu penggunaan internet	SS	S	N	TS	STS

### CONTOH ITEM SKALA *BIG FIVE INVENTORY*

Skala ini merupakan skala yang diadaptasi peneliti dari skala *Big Five Inventory* yang disusun oleh Goldberg (dalam John & Srivastava, 1999). Skala ini mengukur lima dimensi kepribadian, yaitu subskala *Openness*, subskala *Conscientiousness*, subskala *Extraversion*, subskala *Agreeableness*, dan subskala *Neuroticism*. Skala ini merupakan skala *likert* dengan lima pilihan jawaban yaitu “Sangat Sesuai”, “Sesuai”, “Netral”, “Tidak Sesuai”, dan “Sangat Tidak Sesuai”. Berikut ini merupakan beberapa contoh aitem dari skala *big five inventory*:

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya banyak bicara	SS	S	N	TS	STS
2.	Saya cenderung mencari kesalahan orang lain	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya teliti dalam bekerja	SS	S	N	TS	STS
4.	Saya mudah depresi	SS	S	N	TS	STS
5.	Saya suka menemukan ide-ide baru	SS	S	N	TS	STS
6.	Saya tertutup	SS	S	N	TS	STS
7.	Saya suka menolong dan tidak egois pada orang lain	SS	S	N	TS	STS
8.	Saya agak ceroboh	SS	S	N	TS	STS
9.	Saya santai, mampu mengatasi stress dengan baik	SS	S	N	TS	STS



**DATA MENTAH  
SKALA KECANDUAN INTERNET**





DATA MENTAH  
SKALA *BIG FIVE INVENTORY*

Table with 50 columns and 50 rows. The content is a grid of numbers, likely a multiplication table or a similar numerical pattern. The numbers are arranged in a regular grid, with each cell containing a single digit or small number. The grid is oriented vertically on the page, with the first row at the top and the first column on the left.





PERSURATAN



Fakultas Psikologi  
Universitas Bosowa

Jln. Urip Sumoharjo KM. 4  
Telp. (0411) 452901-452789  
Fax. (0411) 424568  
Email: psikologi@universitasbosowa.ac.id  
Website: www.universitasbosowa.ac.id

Nomor : 055/PSI/Unibos/1/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Permintaan Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.  
**Bapak Gubernur Sulawesi Selatan**  
c.q. Kepala UPT P2T BPKMD Provinsi Sulawesi Selatan  
Di -  
Kota Makassar


Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Penulisan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Psikologi Program Studi Psikologi Universitas Bosowa. dengan ini kami harapkan kebijaksanaan Bapak/Ibu kiranya memberikan izin untuk melaksanakan penelitian kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama Mahasiswa	Muhammad Yusuf Hampan
No. Pokok Mahasiswa	4514091017
Program Studi	Psikologi
Jenjang Program	Strata Satu (S-1)
A l a m a t	Jalan Toa Daeng 3 Ir. 6 No. 26C
Telepon / WA	082293414252
<b>Judul Skripsi :</b> <b>Tipe Kepribadian <i>Big Five</i> Sebagai Prediktor Kecanduan Internet.</b>	

Demikian permintaan ini, atas perhatian dan kebijaksanaan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 03 Januari 2019  
Dekan Psikologi,

  
**Musawwir, S.Psi., M.Pd**  
NIDN. 0927128501



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 9846/S.01/PTSP/2019  
Lampiran :  
Perihal : **izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Terlampir

di-  
**Tempat**

Berdasarkan surat Dekan Fak. Psikologi Univ. Bosowa Makassar Nomor : 055/PSI/Unibos//2019 tanggal 03 Januari 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **MUHAMMAD YUSUF HAMPAN**  
Nomor Pokok : 4514091017  
Program Studi : Psikologi  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Urip Sumoharjo Km. 04, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" TIPE KEPRIBADIAB BIG FIVE SEBAGAI PREDIKTOR KECANDUAN INTERNET "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **15 Januari s/d 15 Februari 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 03 Januari 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat : Pembina Utama Madya  
NIP : 19810513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Dekan Fak. Psikologi Univ. Bosowa Makassar di Makassar;  
2. Pertinggal.

SIMAP PTSP 03-01-2019



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90222



## RIWAYAT HIDUP



Nama : Muhammad Yusuf Hampan  
NIM : 4514091017  
Tempat/Tanggal Lahir : Kotamobagu, 3 Desember 1995  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Toa Daeng 3, Lr. 6, No. 26C  
Email : uchuhampan@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

1. 2001 -2007 sebagai siswa di MI Baitul Makmur Kotamobagu
2. 2007-2010 sebagai siswa di MTs N Kotamobagu Selatan
3. 2010-2013 sebagai siswa di SMA N 2 Kotamobagu
4. 2014-2019 sebagai mahasiswa Strata 1 (S1) di Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar