

# Perilaku Attention-Seeking melalui Media Sosial dan Dampaknya terhadap Aspek Sosioekonomi: Studi terhadap Indonesia = Attention-Seeking Behavior through Social Media and Its Socioeconomic Impact: Evidence from Indonesia

Sasha Namira Riza A., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493294&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

<p>Daya tarik media sosial saat ini menimbulkan masalah yang memprihatinkan. Salah satunya adalah semakin banyaknya fenomena kecanduan media sosial. Faktor utama yang menyebabkan kecanduan media sosial adalah penggunaan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dan mendapatkan umpan balik dari orang lain, atau sebagai alat untuk melakukan <em>attention-seeking</em>. Harga diri yang terdefinisi dengan baik adalah kebutuhan dasar setiap individu, dan media sosial dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan ini. Semakin banyak perhatian yang didapat pengguna, semakin besar kontrol pengguna untuk mengubah persepsi orang lain tentang mereka. Persepsi pengguna media sosial pada citra diri mereka sendiri akan berdampak pada aspek psikologis diri mereka, dan hal ini telah dibuktikan oleh beberapa penelitian terdahulu. Namun, penggunaan media sosial sebagai alat <em>attention-seeking</em> mungkin tidak hanya berdampak pada aspek psikologis individu, tetapi juga pada aspek sosial - meningkatkan modal sosial pengguna - dan ekonomi - meningkatkan peluang pengguna untuk mendapatkan pekerjaan atau aspek penghasil pendapatan lainnya--. Namun, belum ditemukan penelitian terdahulu mengenai perilaku <em>attention-seeking</em> melalui media sosial dan dampaknya terhadap aspek sosioekonomi pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah perilaku <em>attention-seeking</em> melalui media sosial memberikan manfaat sosioekonomi. Sebuah survei diantara 883 pengguna media sosial di Indonesia, dan analisis dari profil responden menunjukkan bahwa perilaku <em>attention-seeking</em> di media sosial, melalui upaya pemasaran diri, memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan manfaat sosioekonomi yang dirasakan</p><hr /><p>The appeal of social media is currently evoking a matter of concern. One of which is the growing number of social media addicts. The main factor that causes social media addiction is the use of social media as a tool to interact and get feedback from others or to seek attention from other users. Well-defined self-worth is the basic need of every individual, and social media could be used to meet this need. The more attention the user gets, the more control the user has to change other peoples perceptions of them. The perception of social media users on their self-image will have an impact on the psychological aspect of themselves, and it is already proven by several studies. However, the use of social media as an attention-seeking tool is might not only have an impact on the individuals psychological aspect but also on their social increases users social capital and economic increases users opportunity to get a job or other income-generating activities aspects. Yet, previous studies regarding attention-seeking behavior through social media had only been focused on its impact on the psychological aspect. Therefore, this study aims to answer the question of whether attention-seeking behavior through social media exerts socioeconomic benefits. A survey among 883 social media users in Indonesia and a content analysis of the respondents profiles shows that attention-seeking behavior through social media, through self-marketing attempts, is strongly and positively related to perceived socioeconomic benefit.</p>