

Hubungan antara Penggunaan Facebook, Extraversion, Agreeableness, dan Social Belonging = Investigating the Relationship between Facebook Use, Extraversion, Agreeableness, and Social Belonging

Lumbantobing, Vania Anezka Shannon Sinurtua, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518056&lokasi=lokal>

Abstrak

Hubungan antara tipe kepribadian dan kebutuhan individu dengan penggunaan Facebook telah sering dilakukan. Namun, sebagian besar riset yang ada berfokus kepada lima sifat kepribadian sesuai dengan Five Factor Model, yang menjadikan penelitian-penelitian tersebut cukup sempit. Sifat extraversion dan agreeableness telah terbukti tumpang tindih dengan social belonging, dan hubungan ketiga variabel tersebut dengan penggunaan Facebook telah terbukti. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara penggunaan Facebook dengan extraversion, agreeableness, dan social belonging. Responden diambil dari sampel komunitas (N = 852) yang mengisi survei korelasional yang disebarluaskan secara daring. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara penggunaan Facebook dengan extraversion dan juga dengan social belonging. Dengan demikian, individu yang memiliki nilai extraversion dan social belonging lebih tinggi menggunakan Facebook lebih sering. Namun, tidak ada korelasi signifikan yang ditemukan antara penggunaan Facebook dan agreeableness. Ada kemungkinan bahwa jenis kelamin dapat berperan dalam hubungan kedua variabel tersebut. Implikasi dari hasil penelitian ini telah dijelaskan secara lebih lanjut, lalu diikuti saran untuk penelitian mengenai topik ini yang dapat dilakukan di masa depan.

.....Existing literature demonstrated associations between personality types and needs with Facebook use. However, most existing studies focus on all five traits under the Five Factor Model, making the study not narrow enough. Traits of extraversion and agreeableness have been shown to overlap with social belonging, and all three variables have shown to be somewhat correlated with Facebook use. This study aims to examine the relationship between Facebook use and extraversion, agreeableness, and social belonging, separately. Respondents from a community sample (N = 852) participated in answering a correlational survey disseminated online. Results showed a significant positive correlation between Facebook use and extraversion and Facebook use and social belonging. Thus, more extroverted individuals and those with higher perceived social belonging may use Facebook more. However, no significant correlation was found for Facebook use and agreeableness. This hints at a possible role of gender in the relationship of the two variables. Further implications of the results are discussed, and the present study offers suggestions for future research regarding this topic.