

PERANAN *GRATITUDE* SEBAGAI MODERATOR DALAM HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN *LONELINESS* PADA DEWASA MUDA

Gracia Emmanuelle Venezia Kaseger¹ & Riana Sahrani²

¹Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: gracia.705200238@stu.untar.ac.id

²Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: rianas@fpsi.untar.ac.id

Masuk : 07-12-2023, revisi: 02-01-2024, diterima untuk diterbitkan : 15-07-2024

ABSTRACT

The presence of social media in technological development provides convenience and impact for its users. Through changes in interaction patterns in the digital era, loneliness is one of the conditions felt by its users. Loneliness is a feeling that arises from an individual's personal experience of their social life. Previous studies have shown a relationship between loneliness and the intensity of social media use. Gratitude is a feeling of happiness and an individual's perspective in interpreting his life. Therefore, to reduce the impact of loneliness on users, gratitude is needed. This study aims to determine the role of gratitude in the relationship between intensity of social media use and loneliness. The study used a non-experimental correlational quantitative method by collecting data by distributing online questionnaires. The study used three measuring instruments, namely the Social Media Use Intensity Scale, The Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSA-S) Indonesian Version, and The 30-item Gratitude Scale Indonesian Version. Classical assumption testing found that the distribution of data in 427 participants was not normal, so testing was carried out using non-parametric methods. The main data was processed using multiple regression tests. The results of moderated regression analysis (MRA) testing show that there is no significant role in the gratitude variable with a value of $t = 1.928$; and $p = 0.055 > 0.05$. This study concludes that gratitude has no moderating role on the relationship between the intensity of social media use and loneliness.

Keywords: *intensity of social media use, loneliness, gratitude, young adults*

ABSTRAK

Hadirnya media sosial dalam perkembangan teknologi memberikan kemudahan dan dampak bagi para penggunanya. Melalui perubahan pola interaksi dalam era digital, *loneliness* menjadi salah satu kondisi yang dirasakan oleh penggunanya. *Loneliness* merupakan sebuah perasaan yang muncul akibat pengalaman pribadi individu akan kehidupan sosialnya. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara *loneliness* dengan intensitas penggunaan media sosial. *Gratitude* merupakan sebuah perasaan bahagia serta cara pandang individu dalam memaknai kehidupannya. Oleh karena itu, untuk mengurangi dampak *loneliness* pada pengguna, dibutuhkan *gratitude*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *gratitude* dalam hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif korelasional non-eksperimental dengan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner *online*. Penelitian menggunakan tiga alat ukur, yaitu Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial, The Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSA-S) Indonesian Version, dan The 30-item Gratitude Scale Indonesian Version. Pengujian asumsi klasik ditemukan bahwa persebaran data pada 427 partisipan tidak normal, sehingga pengujian dilakukan dengan menggunakan metode non-parametrik. Data utama diolah dengan menggunakan uji regresi berganda. Hasil pengujian *moderated regression analysis* (MRA) menunjukkan tidak terdapat peranan signifikan pada variabel *gratitude* dengan nilai $t = 1.928$; dan $p = 0.055 > 0.05$. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *gratitude* tidak memiliki peran moderasi terhadap hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness*.

Kata Kunci: *intensitas penggunaan media sosial, loneliness, gratitude, dewasa muda*

1. PENDAHULUAN

Kehidupan yang berkembang menjadi serba digital, media sosial ikut menjadi bagian yang seakan berjalan berdampingan dengan hampir seluruh manusia diberbagai kalangan. Hal ini hadir dengan alasan berbagai kemudahan yang ditawarkan didalamnya (Yavich et al., 2019). Sehingga media sosial terus meningkatkan keinginan manusia untuk ingin tetap aktif dengan akunnya (Astuti &

Yenny, 2021). Hadir dengan alasan-alasan, seperti: fitur yang menarik dan mudah digunakan; kesenangan yang hadir dari konten-konten yang dihadirkan; interaksi tanpa batas (O'day & Hemberg, 2021; Yavich et al., 2019), merupakan alasan *engagement* pengguna media sosial kian hari kian meningkat. Menurut laporan *Digital 2023: Global Review Report* sebanyak 5,16 miliar pengguna internet di dunia (Kemp, 2023). Sedangkan menurut Data Indonesia.id, dari 212,9 juta pengguna aktif internet, diketahui rata-rata penggunaan waktu pengguna dalam menjelajah dunia internet adalah 7 jam 42 menit (Widi, 2023). Internet dan media sosial menawarkan beragam kemudahan dan dampak positif kepada penggunanya (U.S. Surgeon General's Advisory, 2023), namun intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan masalah negatif (Bozzola et al., 2022; Hunt, 2018).

Penelitian-penelitian terdahulu mengungkapkan dampak dari tingginya intensitas penggunaan media sosial dapat menimbulkan beragam masalah mulai dari fisik sampai kepada permasalahan psikologis penggunanya (O'day & Hemberg, 2021). Melalui perkembangan permasalahan tersebut, timbul fenomena-fenomena yang berkaitan dengan hal ini, yaitu *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* (Roberts & David, 2019; Astuti & Yenny, 2021). Fenomena tersebut hadir akibat dari perubahan pola interaksi manusia yang berubah menjadi serba *virtual* (Candra, 2017; Yavich et al., 2019). Perubahan pola interaksi yang menjadi serba digital ini, dianggap memiliki efek yang tidak baik dengan fenomena *loneliness* menjadi ancaman pada akhirnya (Bonsaksen et al., 2023; Candra, 2017; Hunt, 2018; Miftahurrahmah & Harahap, 2020).

Loneliness sendiri diartikan sebagai suatu perasaan yang hadir dari pengalaman kurang menyenangkan dan tidak terpenuhinya ekspektasi keintiman hubungan sosial dengan realitanya (Heinrich & Gullone, 2006). Berdasarkan hal tersebut, meskipun *loneliness* merupakan hasil dari pemikiran dan pengalaman pribadi individu, fenomena ini tetap mampu memberikan dampak negatif kepada penderitanya. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh *The BBC Loneliness Experiment Survey*, diketahui sebanyak 40% partisipan merasakan *loneliness* (Hammond, 2018). Sedangkan di Indonesia sendiri, fenomena *loneliness* ini banyak dialami oleh masyarakat pada rentang usia 15-24 tahun dengan kurang lebih merasakan perasaan ini selama 3-7 hari (Peltzer & Pengpid, 2019). Hasil data-data tersebut dijelaskan bahwa pada rentang usia rata-rata dewasa muda, yaitu 18-25 tahun merupakan rentang usia yang rentan merasakan *loneliness*. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fardghassemi & Joffe (2022) pada dewasa muda di London, yang mengidentifikasi lima alasan penyebab *loneliness*, yaitu: (a) *the feeling of disconnected*, (b) *contemporary culture*, (c) *pressure*, (d) *social comparison*, serta (e) *life-stage transitioning*.

Berdasarkan dampak yang dapat mengganggu kehidupan para pengguna media sosial, khususnya pada rentang usia dewasa muda, dibutuhkan kebijaksanaan dan kesadaran diri individu terhadap keadaan dirinya. Salah satu konsep yang dapat membantu adalah pengungkapan *expressing gratitude* (Klein, 1975; dalam Caputo, 2015). Penelitian terdahulu mengungkapkan *gratitude* memiliki kemampuan dalam mereduksi tingkat *loneliness* seseorang (Aulia & Astriska, 2022; Caputo, 2015). Selain penelitian yang mengungkapkan peran reduktif *gratitude* terhadap *loneliness*, terdapat penelitian yang melaporkan terdapat korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *gratitude* (Sciara et al., 2021). *Gratitude* dinilai mampu dikembangkan diantara para pengguna dengan mempromosikan nilai (*value*) *gratitude* dengan memanfaatkan beragam fasilitas yang tersedia di media sosial. Oleh karena itu, diperlukan penggalan lebih lanjut untuk memahami peranan *gratitude* dalam hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dioperasikan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional *non-experimental*. Teknik pengambilan data partisipan menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai teknik guna mendapatkan partisipan yang sesuai dengan kriteria. Adapun kriteria partisipan dalam penelitian ini, yaitu merupakan individu dalam rentang usia 20-30 tahun; memiliki minimal satu akun pribadi pada satu media sosial; dan seorang pengguna aktif media sosial dengan minimal durasi penggunaan 1 jam dalam satu kali penggunaan (Ardari, 2016). Partisipan penelitian tidak terbatas pada suatu jenis kelamin, suku, ras, dan agama. Selain itu, guna mendapatkan partisipan yang sesuai, tautan (*link*) yang berisikan kuesioner *online* menggunakan Google Form, disebarluaskan melalui beragam *platform* media sosial.

Alat ukur intensitas penggunaan media sosial dikembangkan oleh Ardari (2016) berlandaskan pada aspek-aspek intensitas menurut Ajzen (1991, dalam Neidi, 2019). Aspek tersebut antara lain adalah aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi penggunaan media sosial. Pengukuran diperoleh melalui 16 item yang terdiri dari 9 item *favorable* dan 7 item *unfavorable* dalam skala pengukuran *4-point-Likert scale* dengan keterangan “Sangat Setuju” hingga “Sangat Tidak Setuju”. Pengambilan kesimpulan adalah semakin tinggi skor yang didapatkan, maka semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan media sosial. Nilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini dihasilkan $\alpha = 0.796$.

Selanjutnya pada alat ukur kedua, yaitu *The Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSA-S) Indonesian Version*. Alat ukur ini diciptakan oleh Adamczyk dan DiTommaso (2014) dan telah diadaptasi oleh Candra (2017). Terdapat dua aspek dimensi yang terkandung dalam alat ukur ini, yaitu dimensi *emotional loneliness* dan *social loneliness* yang seluruhnya dihasilkan dari 11 item pengukuran. Skala pengukuran dalam alat ukur ini menggunakan *4-point Likert scale* dengan keterangan “Sangat Sesuai” hingga “Sangat Tidak Sesuai” yang terdiri dari 5 item *favorable* dan 6 item *unfavorable*. Pengambilan kesimpulan adalah semakin tinggi skor yang didapatkan, maka semakin tinggi tingkat *loneliness*. Nilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini yaitu $\alpha = 0.772$.

Pada alat ukur ketiga, peneliti menggunakan *The 30-item Gratitude Scale* yang dikembangkan oleh Listiyandini et al. (2015). Alat ukur ini mengukur komponen aspek *sense of appreciation*, *sense of acceptance*, dan *expressing gratitude* yang terbagi ke dalam 12 item *favorable* dan 18 item *unfavorable*. Selain itu, alat ukur ini menggunakan skala pengukuran *6-point Likert Scale* dengan keterangan “Sangat Tidak Sesuai” hingga “Sangat Sesuai” dengan nilai reliabilitas dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0.904$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 427 partisipan dengan persebaran 278 partisipan berjenis kelamin perempuan (34.9%) dan 149 lainnya berjenis kelamin laki-laki (65.1%). Berdasarkan usia partisipan, diperoleh mayoritas partisipan berada pada usia 21 tahun dengan jumlah 154 orang (36.1%). Selain itu, berdasarkan latar belakang profesi sebagai mahasiswa sebanyak 260 partisipan (60.9%), pekerja sebanyak 159 partisipan (37.2%), dan lainnya sebanyak 8 partisipan (1.9%). Partisipan diketahui berasal dari 10 provinsi yang berbeda dengan Jawa Barat sebagai provinsi terbanyak partisipan yang berasal dari provinsi tersebut, yaitu 173 partisipan (40.5%). Selain itu, sebanyak 410 partisipan mengaku *single*/belum menikah (96.6%) dan mayoritas partisipan tinggal bersama dengan keluarga ($n=357$, 83.6%). Gambaran lainnya, partisipan mengaku mempunyai teman dekat/sahabat ($n=397$, 93.0%); tidak merasa tertekan atas profesinya saat ini ($n=243$,

56.9%); mendapatkan dukungan sosial dari lingkungannya (n=404, 94.6%) dan merasakan ke-efektifan dari dukungan tersebut (n=419, 98.1%); memiliki *role model* (n=346, 81.0%); berpendapat bahwa kehadiran media sosial itu penting (n=405, 94.8%).

Selain itu, berdasarkan data durasi penggunaan, durasi terbanyak berada pada rentangan 3-4 jam dalam sehari (n=199, 46.6%) dengan frekuensi penggunaan lebih dari 5 kali dalam sehari (n=230, 53.9%). Peneliti mendapatkan aplikasi Whatsapp (n=413, 22.5%), Instagram (n=408, 22.3%), dan Youtube (n=286, 15.6%) merupakan tiga aplikasi yang paling sering dan paling banyak digunakan oleh partisipan penelitian.

Tabel 1
Gambaran Partisipan Penelitian

Gambaran	Keterangan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Usia	21 tahun	154	36.1
Domisili	Jawa Barat	173	40.5
	DKI Jakarta	156	36.5
	Jawa Tengah	34	8.0
Jenis Kelamin	Perempuan	278	65.1
	Laki-laki	149	34.9
Profesi	Mahasiswa	260	60.9
	Pekerja	159	37.2
	Lainnya	8	1.9
Status Pernikahan	Single/Belum Menikah	410	96.0
	Sudah Menikah	17	4.0
Status Tempat Tinggal	Dengan Keluarga	357	83.6
	Sendiri	70	16.4
Kepemilikan Teman/Sahabat	Ya	397	93.0
	Tidak	30	7.0
Perasaan Tertekan	Ya	184	43.1
	Tidak	243	56.9
Dukungan Sosial	Ya	404	94.6
	Tidak	23	5.4
Efektivitas Dukungan Sosial	Ya	419	98.1
	Tidak	8	1.9
<i>Role Model</i>	Ya	346	81.0
	Tidak	81	19.0
Pentingnya Sosial Media	Ya	405	94.8
	Tidak	22	5.2
Durasi Penggunaan	3-4 jam dalam sehari	199	46.6
	5 jam-lebih dari 5 jam dalam sehari	169	39.6
Frekuensi Penggunaan	Lebih dari 5 kali dalam sehari	230	53.9
	4-5 kali dalam sehari	139	32.6
Jenis Sosial Media	Whatsapp	413	22.5
	Instagram	408	22.3
	Youtube	286	15.6

Peneliti melakukan pengujian melalui metode non-parametrik, didasarkan pada hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menghasilkan laporan data penelitian tidak berdistribusi secara normal (<0.05). Hasil uji korelasi menggunakan *spearman's rho* pada variabel intensitas dengan *loneliness* menghasilkan korelasi nilai positif ($r(427) = 0.330$, $p = 0.000 < 0.05$). Hal ini diartikan bahwa terdapat hubungan searah dari variabel intensitas dengan *loneliness*. Maka semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan media sosial, maka tingkat *loneliness* akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka pengujian akan variabel moderasi dapat dilakukan. Hasil pengujian korelasi disajikan pada tabel 2.

Tabel 2

Hasil Uji Korelasi Spearman's Rho

<i>Spearman's Rho</i>	<i>Loneliness</i>	<i>Intensitas</i>	<i>Gratitude</i>	<i>Sig.</i>
<i>Loneliness</i>	1.000	0.330**	-0.716**	0.000
<i>Intensitas</i>	0.330**	1.000	-0.330**	0.000
<i>Gratitude</i>	-0.716**	-0.330**	1.000	0.000

Pengujian melalui metode *moderated regression analysis* (MRA) dibutuhkan dua pengujian regresi. Pertama melihat persamaan dengan keadaan sebelum terdapat peranan variabel interaksi moderasi, lalu dilanjutkan dengan persamaan setelah hadirnya variabel interaksi tersebut. Pada hasil pengujian persamaan pertama, diperoleh nilai koefisien determinasi R-Square sebesar 53.6% dengan 46.4% lainnya merupakan peranan variabel diluar intensitas penggunaan media sosial dan *gratitude*. Perincian data tersaji pada tabel 3.

Tabel 3

Uji Koefisien Determinasi Peranan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Gratitude terhadap Loneliness

Variabel	R	R-Square	Std. Error
Intensitas, <i>Gratitude</i> □ <i>Loneliness</i>	0.732	0.536	0.305

Selanjutnya, peneliti melakukan pengujian untuk persamaan kedua. Persamaan kedua dilakukan dengan membuat variabel tambahan, yaitu variabel interaksi. Variabel interaksi merupakan hasil dari perkalian antara *independent variable* dengan *moderated variable*. Pada penelitian ini maka variabel interaksi dilakukan pada variabel intensitas penggunaan media sosial dengan *gratitude*. Kemudian dilakukan pengujian persamaan dengan variabel interaksi sebagai tambahan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dihasilkan nilai koefisien determinasi R-Square sebesar 54%. Nilai tersebut diartikan bahwa sebesar 54% peranan variable interaksi terhadap *loneliness*. Hasil pengujian persamaan kedua disajikan pada tabel 4.

Tabel 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi Peranan Intensitas Penggunaan Media Sosial, Gratitude, dan Variabel Interaksi Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Gratitude Terhadap Loneliness

Variabel	R	R-Square	Std. Error
Intensitas, <i>Gratitude</i> , Intensitas* <i>Gratitude</i> □ <i>Loneliness</i>	0.735	0.540	0.304

Untuk melihat peranan moderasi *gratitude* pada hubungan variabel intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness*, peneliti melakukan uji hipotesis parsial (Uji T). Berdasarkan pengujian ini, diketahui terdapat hasil nilai positif yang tidak signifikan dalam peranan moderator ($t = 1.928$, $p = 0.055 > 0.05$). Hasil ini menyimpulkan bahwa tidak terdapat peranan moderasi pada variable *gratitude* dalam hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness*. Perincian hasil pengujian diinformasikan pada tabel 5.

Tabel 5

Hasil Uji Hipotesis Parsial Variabel Interaksi Perkalian Intensitas dan Gratitude terhadap Loneliness

Model	t	Sig.
Intensitas* <i>Gratitude</i> □ <i>Loneliness</i>	1.928	0.055

Peneliti melakukan pengujian beda pada tingkatan *loneliness* dengan data partisipan. Pengujian beda dilakukan melalui uji beda *Mann-Whitney U* dan *Kruskal Wallis*. Diketahui terdapat

perbedaan pada tingkat *loneliness* yang ditinjau melalui kepemilikan teman dekat ($Z = -3.477, p = 0.001 < 0.05$); perasaan tertekan yang sedang dirasakan ($Z = -3.756, p = 0.000 < 0.05$); serta pada penerimaan dukungan sosial ($Z = -5.457, p = 0.000 < 0.05$). Hasil uji beda dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Beda Loneliness dengan Data Partisipan

Data Partisipan	Z	Sig. (2-tailed)	Ket.
<i>Loneliness</i> & Kepemilikan Teman Dekat	-3.477	0.001	Terdapat Perbedaan
<i>Loneliness</i> & Perasaan Tertekan yang sedang dirasakan	-3.756	0.000	Terdapat Perbedaan
<i>Loneliness</i> & Penerimaan Dukungan Sosial	-5.457	0.000	Terdapat Perbedaan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengujian terhadap hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness* menghasilkan nilai korelasi positif ($r(427) = 0.330, p = 0.000 < 0.05$). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan hubungan positif pada variabel ini (Bonsaksen et al., 2023; Candra, 2017; Hunt, 2018; Roberts & David, 2019; Miftahurrahmah & Harahap, 2020; Astuti & Yenny, 2021). Hasil penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menghasilkan nilai korelasi negatif variabel ini (Mao et al., 2023; Salsabila & Sahrani, 2021). Meskipun media sosial dianggap menjadi wadah untuk menjaga hubungan (Ganda et al., 2020) serta sarana mengembangkan keterampilan berinteraksi dan beradaptasi (Sutanto et al., 2020), tidak menutup kemungkinan penggunaan media sosial berhubungan erat dengan perasaan *loneliness*. Keadaan hubungan ini dijelaskan lebih lanjut oleh Bonsaksen et al. (2023), bahwa perbedaan tingkatan *loneliness* dapat dilihat dari motif yang melatar-belakangi individu dalam menggunakan media sosial. Selain itu, Hu (2009, dalam Yavich et al., 2019) menambahkan bahwa terdapat kecenderungan hadirnya perasaan hampa yang dialami oleh pengguna media sosial saat setelah melakukan percakapan secara *virtual* dibandingkan percakapan tatap muka. Seluruh keadaan ini dijelaskan bahwa pada dasarnya interaksi sosial merupakan inti dari kesejahteraan individu dalam hidup (Li et al., 2021). Sehingga apabila tidak hadirnya intimasi dari hubungan sosial yang dimiliki, hal ini akan membawa individu kepada perasaan *loneliness* (Candra, 2017).

Selanjutnya, dalam hasil pengujian diperoleh tidak terdapatnya peranan moderasi *gratitude* dalam hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *loneliness* ($t = 1.928, p = 0.055 > 0.05$). Hal ini dijelaskan oleh Maheux et al. (2021) bahwa meskipun motif individu dalam menggunakan media sosial adalah untuk menjaga hubungan sosialnya, hal ini tidak memberikan peningkatan yang signifikan pada intensitas penggunaan media sosial. Selanjutnya Yang (2016) menjelaskan intensitas penggunaan yang tinggi menghasilkan tingkat *loneliness* yang lebih rendah, hanya terjadi pada individu dengan tingkat perbandingan sosial yang rendah. Selanjutnya pada penelitian oleh Sciara et al. (2021) dijelaskan bahwa meskipun banyaknya konten mengenai *gratitude* hadir di dalam media sosial, hal ini tidak memberikan dampak signifikan pada peningkatan *gratitude* penggunaannya. Jovančević & Milićević (2021) menambahkan meskipun terdapat korelasi positif antara *gratitude* dengan *life-satisfaction* individu, hal ini diindikasikan terdapat peranan *social loneliness* sebagai mediator. Maka dari itu, disimpulkan bahwa *gratitude* tidak mampu berdiri sendirian sebagai variabel moderator dalam hubungan ini. Faktor-faktor seperti (a) kualitas interaksi di media sosial; (b) kepribadian; (c) *coping strategies*; (d) dukungan sosial; serta (e) motivasi dalam menggunakan media sosial memiliki peranan dalam hubungan tersebut, selain *gratitude*

Selain itu, pada uji perbedaan tingkatan *loneliness* pada data partisipan, menghasilkan perbedaan pada kondisi kepemilikan teman dekat, perasaan tertekan yang sedang dialami, dan penerimaan

dukungan sosial. Melihat lebih dalam mengenai konteksnya, ketiga faktor ini berkaitan erat dengan perasaan *loneliness*. Ekspektasi hubungan sosial yang berbeda dengan realita, pengalaman tidak menyenangkan yang dialami individu, serta tidak hadirnya keintiman dalam hubungan yang dimiliki, dinilai merupakan faktor-faktor yang melatar-belakangi hadirnya perasaan *loneliness* (Heinrich & Gullone, 2006; Peplau & Perlman, 1998; dalam Sundqvist & Hemberg, 2021; Seemann, 2022).

Peneliti menyadari terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya, kiranya penelitian ini dapat menjadi acuan dalam melakukan eksplorasi lebih mendalam terkait dengan keterikatan media sosial dengan *gratitude* serta peranannya terhadap *loneliness*. Pembaharuan dalam konsep ini dinilai perlu dalam memberikan pengertian lebih mendalam pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Bagi masyarakat, peneliti menyarankan untuk menggali potensi positif dalam diri, salah satunya adalah *gratitude*. Salah satu teknik pengungkapan *gratitude* adalah dengan *journaling*. Hal ini diperuntukan dalam melatih diri melihat setiap hal yang patut disyukuri setiap harinya.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung proses penelitian ini.

REFERENSI

- Adamczyk, K., & DiTommaso, E. (2014). Psychometric properties of the polish version of the Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSA-S). *Psihologijske Teme*, 23(3), 327-341. <https://hrcak.srce.hr/130657>
- Ardari, C. S. S. (2016). Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja awal [Skripsi sarjana tidak dipublikasikan]. Universitas Sanata Darma: Yogyakarta.
- Astuti, S. W., & Yenny, Y. (2021). Hubungan antara penggunaan media sosial dengan loneliness dan perilaku perbandingan sosial. *Jurnal Psikohumanika*, 13(1), 68-81. <https://doi.org/10.31001/j.psi.v13i1.1243>.
- Aulia, Q., & Astriska, B. (2022). Self compassion dan gratitude sebagai prediktor loneliness narapidana perempuan di lapas perempuan kelas IIA Medan. *Journal of Correctional Issues*, 5(1), 33-46. <https://doi.org/10.52472/jci.v5i1.109>.
- Bonsaksen, T., Ruffolo, M., Price, D., Leung, J., Thygesen, H., Lamph, G., ... & Geirdal, A. Ø. (2023). Associations between social media use and loneliness in a cross-national population: do motives for social media use matter?. *Health Psychology and Behavioral Medicine*, 11(1), 2158089. <https://doi.org/10.1080%2F21642850.2022.2158089>.
- Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The use of social media in children and adolescents: Scoping review on the potential risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16), 9960. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>.
- Candra, D. A. (2017). Loneliness dan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa [Skripsi sarjana dipublikasikan]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Caputo, A. (2015). The relationship between gratitude and loneliness: The potential benefits of gratitude for promoting social bonds. *Europe's Journal of Psychology*, 11(2), 323. <https://doi.org/10.5964/ejop.v11i2.826>.

- Fardghassemi, S., & Joffe, H. (2022). The causes of loneliness: The perspective of young adults in London's most deprived areas. *Plos one*, *17*(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264638>.
- Ganda, B., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020, May). Quality of life of social media users of adolescents from affluent families. In *Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)* (pp. 723-730). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.118>.
- Hammond, C. (2018, Oktober). *The anatomy of loneliness – Who feels lonely? The results of the world's largest loneliness study*. BBC. <https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/2yzhfv4DvqVp5nZyxBD8G23/who-feels-lonely-the-results-of-the-world-s-largest-loneliness-study>
- Heinrich, L. M., & Gullone, E. (2006). The clinical significance of loneliness: A literature review. *Clinical Psychology Review*, *26*(6), 695–718. <https://doi.org/10.1016/J.CPR.2006.04.002>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *37*(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Jovančević, A., & Milićević, N. (2021). Gratitude and loneliness as predictors of subjective well-being. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 001-011. https://www.researchgate.net/publication/352290680_GRATITUDE_AND_LONELINESS_AS_PREDICTORS_OF_SUBJECTIVE_WELL-BEING
- Kemp, S. (2023, Januari). *Digital 2023: Global overview report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Li, J., Zhou, L., Van Der Heijden, B., Li, S., Tao, H., & Guo, Z. (2021). Social isolation, loneliness, and well-being: The impact of WeChat use intensity during the COVID-19 pandemic in China. *Frontiers in Psychology*, *12*, 707667. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.707667>
- Listiyandini, R. A., Nathania, A., Syahniar, D., Sonia, L., & Nadya, R. (2015). Mengukur rasa syukur: Pengembangan model awal skala bersyukur versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Ulayat*, *2*(2), 473-496. <https://doi.org/10.24854/jpu39>
- Maheux, A. J., Nesi, J., Galla, B. M., Roberts, S. R., & Choukas-Bradley, S. (2021). #Grateful: Longitudinal associations between adolescents' social media use and gratitude during the COVID-19 pandemic. *Journal of Research on Adolescence*, *31*(3), 734-747. <https://doi.org/10.1111/jora.12650>
- Mao, J., Fu, G. X., & Huang, J. J. (2023). The double-edged sword effects of active social media use on loneliness: The roles of interpersonal satisfaction and fear of missing out. *Frontiers in psychology*, *14*, 1108467. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1108467>
- Miftahurrahmah, H., & Harahap, F. (2020). Hubungan kecanduan sosial media dengan loneliness pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, *2*(2), 153-160. <http://dx.doi.org/10.21831/ap.v2i2.34544>
- Neidi, A. W. (2019). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan prokrastinasi akademik dalam menyelesaikan skripsi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, *1*(2), 97-105. https://www.researchgate.net/publication/356345970_Hubungan_antara_Intensitas_Penggunaan_Media_Sosial_dan_Prokrastinasi_Akademik_dalam_Menyelesaikan_Skripsi_pada_Mahasiswa
- O'Day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, *3*, 100070. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>

- Peltzer, K., & Pengpid, S. (2019). Loneliness correlates and associations with health variables in the general population in Indonesia. *International journal of mental health systems*, 13(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s13033-019-0281-z>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2019). The social media party: Fear of Missing Out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-7. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Salsabila, T. A., & Sahrani, R. (2021). Peran moderasi mindfulness dalam hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan loneliness pada dewasa muda. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 5(2), 352-361. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v5i2.10932.2021>
- Sciara, S., Villani, D., Di Natale, A. F., & Regalia, C. (2021). Gratitude and social media: a pilot experiment on the benefits of exposure to others' grateful interactions on facebook. *Frontiers in Psychology*, 12, 667052. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.667052>
- Seemann, A. (2022). The psychological structure of loneliness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1-12. <https://doi.org/10.3390/IJERPH19031061>
- Sundqvist, A., & Hemberg, J. (2021). Adolescents' and young adults' experiences of loneliness and their thoughts about its alleviation. *International Journal of Adolescence and Youth*, 26(1), 238-255. <https://doi.org/10.1080/02673843.2021.1908903>
- Sutanto, F., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and Psychological Well-Being of Late Adolescents Using Social Media. 478 (Ticash), 463-468. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.071>
- U.S. Surgeon General's Advisory. (2023, Juni) *Social media and Youth Mental Health*. Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention. <https://ojjdp.ojp.gov/news/juvjust/us-surgeon-general-issues-advisory-social-media-and-youth-mental-mealth#:~:text=U.S.%20Surgeon%20General%20Dr.,harms%20social%20media%20use%20poses.>
- Widi, S. (2023, Februari). *Pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada 2023*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Yang, C. C. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(12), 703-708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>
- Yavich, R., Davidovitch, N., & Frenkel, Z. (2019). Social media and loneliness--forever connected?. *Higher Education Studies*, 9(2), 10-21. <https://doi.org/10.5539/hes.v9n2p10>