

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Kecanduan

2.1.1 Pengertian Kecanduan

Kecanduan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti ketagihan atau sudah sangat terikat. Sedangkan menurut Kamus Oxford pengertian kecanduan adalah tidak dapat berhenti menggunakan sesuatu dan menjadi kebiasaan, menghabiskan banyak waktu untuk hobi atau sesuatu yang menarik. Kecanduan adalah suatu kebiasaan atau perilaku yang tidak sehat dan merusak diri sendiri dimana individu mempunyai kesulitan untuk berhenti (Yee, 2002 dalam skripsi Gesa Rony Age. 2008. Analisis Kecanduan Mmorpg (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*) Terhadap Performa Sosial Pemainnya).

2.1.2 Kecanduan Internet

Kecanduan internet adalah ketika seseorang terdorong untuk menghabiskan banyak waktu di internet, di mana sisi kehidupan lain seperti hubungan dengan orang lain, bekerja, atau kesehatan membuat mereka menderita. Orang tersebut akan tergantung dalam menggunakan internet dan membutuhkan semakin banyak waktu untuk *online* untuk mencapai keinginan mereka yang tinggi (Betterhealth channel, 2009). Ketika seseorang sudah mengalami kecanduan maka mereka akan

mempunyai dunia sendiri di internet. Mereka akan mulai meninggalkan dunia nyata. Orang tersebut akan mengalami kegelisahan atau cemas ketika tidak menggunakan internet dalam beberapa waktu tertentu.

2.1.3 Kecanduan *Social Network Sites*

Laporan terbaru dari The Daily Mail (Kompas.com, 2009) menyebutkan, kecanduan situs jejaring sosial atau *social network sites*, dapat membahayakan kesehatan karena memicu orang untuk mengisolasi diri. Meningkatnya pengisolasi diri dapat mengubah cara kerja gen, membingungkan respons kekebalan, level hormon, fungsi urat nadi, dan merusak performa mental. Hal ini memang bertolak belakang dengan tujuan dibentuknya *social network sites*, di mana pengguna diiming-imingi untuk dapat menemukan teman-teman lama atau berkomentar mengenai apa yang sedang terjadi pada rekan Anda saat ini.

Suatu hubungan mulai menjadi kering ketika para individunya tak lagi menghadiri *social gathering*, menghindari pertemuan dengan teman-teman atau keluarga, dan lebih memilih berlama-lama menatap komputer atau ponsel. Ketika akhirnya berinteraksi dengan rekan-rekan, mereka menjadi gelisah karena berpisah dari komputernya. Si pengguna akhirnya tertarik ke dalam dunia artifisial. Seseorang yang teman-teman utamanya adalah orang asing yang baru ditemui di *social network sites* akan menemui kesulitan dalam berkomunikasi secara *face to face*.

Perilaku ini dapat meningkatkan risiko kesehatan yang serius, seperti kanker, stroke, penyakit jantung, dan dementia (kepikunan). Demikian menurut Dr Aric Sigman dalam *The Biologist*, jurnal yang dirilis oleh The Institute of Biology.

Pertemuan secara *face to face* memiliki pengaruh pada tubuh yang tidak terlihat ketika mengirim *e-mail*. *Level* hormon seperti oxytocin yang mendorong orang untuk berpelukan atau saling berinteraksi berubah, tergantung dekat atau tidaknya para pengguna. Beberapa gen, termasuk gen yang berhubungan dengan sistem kekebalan dan respons terhadap stres, bereaksi secara berbeda, tergantung pada seberapa sering interaksi sosial yang dilakukan seseorang dengan yang lain.

Menurutnya, media elektronik juga menghancurkan secara perlahan-lahan kemampuan anak-anak dan kalangan dewasa muda untuk mempelajari kemampuan sosial dan membaca bahasa tubuh. "Salah satu perubahan yang paling sering dilontarkan dalam kebiasaan sehari-hari penduduk Inggris adalah pengurangan interaksi dengan sesama mereka dalam jumlah menit per hari.

Kurang dari dua dekade, jumlah orang yang mengatakan bahwa tidak ada orang yang dapat diajak berdiskusi mengenai masalah penting menjadi berlipat."

Kerusakan fisik juga sangat mungkin terjadi. Bila menggunakan *mouse* atau memencet *keypad* ponsel selama berjam-jam setiap hari, Anda dapat mengalami cedera tekanan yang berulang-ulang. Penyakit punggung juga merupakan hal yang umum terjadi pada orang-orang yang menghabiskan banyak waktu duduk di depan meja komputer. Jika pada malam hari Anda masih sibuk mengomentari status teman Anda, Anda juga kekurangan waktu tidur. Kehilangan waktu tidur dalam waktu lama dapat menyebabkan kantuk berkepanjangan, sulit berkonsentrasi, dan depresi dari sistem kekebalan. Seseorang yang menghabiskan waktunya di depan komputer juga akan jarang berolahraga sehingga kecanduan aktivitas ini dapat menimbulkan kondisi fisik yang lemah, bahkan obesitas.

Tidak heran jika Dr Sigman mengkhawatirkan arah dari masalah ini. "Situs Jejaring Sosial seharusnya dapat menjadi bumbu dari kehidupan sosial kita, namun yang kami temukan sangat berbeda. Kenyataannya situs-situs tersebut tidak menjadi alat yang dapat meningkatkan kualitas hidup, melainkan alat yang membuat kita salah arah," tegasnya. Namun, bila aktivitas *social network sites* kita masih sekadar *sign in*, mengonfirmasi *friend requests*, lalu *sign out*, tampaknya kita tak perlu khawatir bakal terkena risiko kanker, stroke, bahkan menderita pikun. (kompas.com, 2009).

Kecanduan *social network sites* mempunyai kemiripan dengan kecanduan internet. Menurut American Psychiatric Association kecanduan internet mempunyai beberapa ciri, yaitu:

1. Para pengguna internet membutuhkan peningkatan waktu *online* untuk merasakan kepuasan.
2. Jika para pengguna internet tidak *online*, mereka menunjukkan beberapa gejala-gejala penarikan diri yang kurang menyenangkan, seperti kegelisahan, kemurungan dan membayangkan tentang internet tersebut. Dengan menggunakan internet dapat mengurangi gejala-gejala tersebut.
3. Beberapa usaha untuk mengurangi efek dari penggunaan internet dalam gejala kegelisahan seperti sifat lekas marah.
4. Para pengguna internet beralih ke internet untuk mengatasi perasaan-perasaan negatif seperti kesalahan, kegelisahan ataupun depresi.
5. Para pengguna internet melalaikan sisi-sisi lain kehidupan seperti hubungan dengan lingkungan, pekerjaan, dan sekolah demi menghabiskan waktu di internet.

6. Para pengguna internet bersiap untuk kehilangan hubungan-hubungan, pekerjaan atau hal-hal penting lainnya demi kepentingan internet.

2.2 Tinjauan Tentang Internet

Internet merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan sebuah komputer dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia. Prinsip kerja sebuah internet adalah sebuah perangkat komputer dilengkapi alat yang disebut *modem*, lalu disambungkan ke sebuah saluran komunikasi untuk menghubungkan diri ke *Operator Penyedia Jasa Internet* (lazim disebut ISP). Dari sini dapat diperoleh akses ke internet untuk berhubungan dengan komputer pengguna internet lainnya. Untuk memahami dan menguasai internet kita tidak membutuhkan banyak waktu dan banyak biaya. Selain itu, kita juga tidak perlu berkutat dengan berbagai permasalahan teknis komputer, kita cukup memanfaatkannya saja untuk memperoleh informasi yang kita dibutuhkan. Adapun manfaat-manfaat internet adalah sebagai berikut:

1. Bersifat global tanpa batas

Semua aktivitas dan informasi di internet bersifat bebas tanpa batasan wilayah, aturan, maupun hambatan waktu, dengan luas jangkauan meliputi hampir di seluruh belahan dunia.

2. Tersedia berbagai macam informasi

Informasi di internet tersaji secara lengkap dan *up to date* yang mencakup berbagai aspek kehidupan.

3. Sarana komunikasi yang efektif dan efisien untuk berbagai keperluan.

Fasilitas dan fungsi yang disediakan internet mampu menangani berbagai jenis jasa dan layanan komunikasi dengan tingkat kecepatan yang tinggi.

4. Biaya internet lebih ringan

Pemakaian internet dapat menekan biaya lain seperti telepon, fax, atau pos (Jasmadi, 2004).

Dalam Internet pun terdapat beberapa layanan yaitu:

a. *Surfing*

Surfing atau berpetualang menjelajahi internet melalui layanan web merupakan aktivitas di internet yang populer pada saat ini.

b. Surat Elektronik (*e-mail*)

E-mail adalah layanan di internet yang digunakan untuk keperluan surat-menyurat. *E-mail* mampu menangani jasa pengiriman berita dan dokumen dalam bentuk data elektronik (*file*).

c. *Chatting*

Chatting adalah layanan internet yang memungkinkan komunikasi antarpengguna internet secara langsung melalui media teks (Jasmadi, 2004).

Jutaan orang kini telah menghabiskan begitu banyak waktu mereka dalam dunia maya, atau yang lebih dikenal dengan istilah *cyberspace*. Istilah *cyberspace* tersebut pertama kali digunakan oleh William Gibson dalam novel fiksi sains-nya *Neoromancer* yang diterbitkan tahun 1984. Sejak itu istilah *cyber* tersebut dikaitkan dengan ruang konseptual dimana orang berinteraksi memakai teknologi komunikasi berperantara komputer *Computer Mediated Communication* (CMC) dan segala sesuatu yang berkaitan dengan

kegiatan-kegiatan CMC. Interaktifitas menjadi salah satu faktor yang menjadi kekuatan teknologi ini (Fidler dalam Nurist, 2005).

2.3 Tinjauan Tentang Social Network Sites

2.3.1 Pengertian Social Network Sites

Social network sites adalah situs jasa atau pelayanan yang memperkenankan setiap orang untuk membuat sebuah profil umum atau semi umum dalam sebuah sistem yang terikat. Dalam profil tersebut terdapat komentar-komentar umum yang bersifat semi tetap. Maksudnya adalah para pengguna dapat meninggalkan komentar-komentar seperti *testimonial*, *guestbook*, dan lain-lain pada profil pengguna lainnya yang dapat dilihat semua orang. Komentar-komentar ini tidak hanya sebentar muncul pada profil, namun dapat hilang dalam jangka waktu yang tertentu (relatif pada jumlah komentar yang masuk dalam profil tersebut) atau dapat juga dihapus jika isi dari komentar tersebut tidak berkenan untuk dibaca. Memunculkan sebuah daftar dari pengguna-pengguna lainnya untuk mempunyai hubungan dengan mereka. Daftar hubungan tersebut dimunculkan pada profil dan dapat dilihat setiap orang yang membuka profil pengguna tersebut. Melihat dan melintasi daftar-daftar hubungan dan daftar tersebut juga dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem yg sama (Danah Boyd, 2006).

Social network sites telah menciptakan cara baru untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Sejak pertama kali diperkenalkan, *social network sites* telah mempunyai banyak pengguna. Pengguna situs *social network sites* ini pun beragam, dari yang remaja sampai orang dewasa dan sekarang *social network*

sites telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Indonesia termasuk salah satu negara yang banyak menggunakan situs *social network sites* (Nuansa Persada Online, 2008).

Melalui *social network sites*, orang-orang dapat menggunakan sebuah jaringan untuk berteman dan menjadi anggota *group* untuk tetap menjalin hubungan dengan teman-teman sekarang, dapat berhubungan kembali dengan teman-teman lama atau menciptakan jalinan pertemanan yang baru dengan kesamaan ketertarikan, hobi dan kelompok. Di samping untuk membangun hubungan sosial, anggota *social network sites* dapat berbagi ketertarikan dengan yang lain dengan cara bergabung pada *groups* atau *forums*. Beberapa *social network sites* juga dapat membantu anggota-anggotanya untuk menemukan sebuah pekerjaan atau membangun sebuah relasi bisnis (ToptenReviews, 2009).

2.3.2 Sejarah dan Perkembangan *Social Network Sites*

Ide atau gagasan dari hubungan komputer individual secara elektronik yang berbentuk dasar dari media komputer interaksi sosial dan jaringan telah diusulkan sejak dulu. Pada awalnya, terdapat banyak usaha-usaha yang dilakukan untuk mendukung *social network sites* melalui komunikasi media dengan komputer. *Social network sites* mula-mula dimulai dalam komunitas-komunitas online yang berbentuk umum seperti Theglobe.com, Geocities pada tahun 1994 dan Tripod pada tahun 1995. Komunitas-komunitas awal ini difokuskan untuk membawa orang-orang untuk berinteraksi dengan yang lain melalui *chat rooms*. Berbagi informasi pribadi dan ide-ide seputar banyak topik melalui *personal homepage publishing tools* yang pendahulunya adalah Blogging.

Beberapa komunitas mengambil pendekatan berbeda dengan menggunakan alamat *e-mail* untuk berhubungan dengan yang lain. Situs-situs ini adalah Classmate.com (1995) yang berfokus pada hubungan dengan teman-teman sekolah. Kemudian di tahun 1997 terdapat situs yang bernama Sixdegrees.com. Para pengguna Sixdegrees.com ini dapat membuat profil, mengirim pesan untuk para pengguna lainnya yang terdapat pada daftar teman. Anggota-anggota lainnya pun dapat mencari siapa yang mempunyai ketertarikan yang sama dengan mereka pada profil kita. Walaupun situs ini masih baru berkembang, namun situs ini tidak menguntungkan dan akhirnya ditutup.

Pada tahun 1999 dua model berbeda dari *social network sites* muncul. Salah satunya adalah Epinions.com yang berbasis situs pertemanan, diantaranya yang dikembangkan Jonathan Bishop dan digunakan oleh beberapa situs-situs UK antara tahun 1999 dan 2001. Inovasi-inovasi tersebut tidak hanya menunjukkan siapa berteman dengan siapa, namun juga memberikan para pengguna *social network sites* kendali kepuasan dan hubungan. Antara tahun 2002 dan 2004 tiga situs *social network sites* muncul sebagai situs paling populer di dunia. Mereka adalah Friendster, Myspace, dan Bebo. Pada tahun 2005, Myspace menjadi situs terbesar dari ketiga situs tersebut. Tahun 2004 muncul Facebook yang menjadi sebuah pesaing untuk Myspace. Facebook menjadi situs *social network sites* yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia pada tahun 2006, tidak terbatas pada letak geografis khusus (Wikipedia, the Free Encyclopedia, 2009).

2.3.3 Situs-Situs *Social Network Sites*

Social network sites mempunyai banyak sekali situs di dalamnya. Di setiap negara biasanya memiliki *social network sites* masing-masing. Tidak hanya itu saja, banyak juga *social network sites* yang digunakan hanya untuk satu atau beberapa aplikasi saja. Contohnya *social network sites* yang hanya digunakan untuk aplikasi musik saja dan masih banyak jenis *social network sites* lainnya. Tidak mungkin jika disebutkan satu per satu *social network sites* yang ada di dunia. Maka akan disebutkan beberapa *social network sites* yang digunakan oleh masyarakat umum dunia.

Social network sites yang digunakan masyarakat umum dunia adalah Badoo, digunakan oleh masyarakat umum namun banyak dikenal di Benua Eropa. Bahu, terkenal di Negara Perancis, Belgia, dan Eropa. Bebo, *social network sites* yang cukup terkenal dipenjuru dunia. Facebook, Faceparty, Friendster, Fruhstuckstreff, Kaioo (*social network sites non-profit*), MEETin, MySpace, MyYearbook, Tagged.com, Tribe.net (Wikipedia, the free encyclopedia, 2009).

2.3.4 *Social Network Sites* di Indonesia

Social network sites merupakan suatu layanan internet/aplikasi yang menandai perkembangan era Web 2, yaitu suatu era dimana perkembangan era Web yang mengkombinasikan kekuatan internet dan partisipasi sebagai kekuatan utama.

Perkembangan yang cukup pesat dari era web 2 saat ini tampak jelas sangat didominasi oleh situs jejaring sosial (*social network sites*), bahkan terus

bermunculan situs-situs ini dengan berbagai ragam fitur yang ditawarkan yang tentunya pada akhirnya semua dilakukan untuk kenyamanan user.

Di Indonesia, pada awalnya situs jejaring sosial yang paling populer adalah Friendster dimana dapat dikatakan semua pengguna kalangan muda memiliki account Friendster. Friendster memang memiliki user terbesar di Asia dan pengguna Friendster Indonesia merupakan urutan kedua dalam daftar 14 negara yang paling banyak menjadi member Friendster.

Di tahun 2009, dominasi Friendster Indonesia tampaknya mulai tersaingi oleh Facebook Indonesia dan dengan banyaknya persaingan untuk situs social network ini, beberapa situs jejaring sosial baru mulai menggeser dominasi situs-suts social network lama yang telah ada dengan berbagai fitur yang lebih baik dan bagus.

Berdasarkan catatan versi toptenreview , pada tahun 2009 terdapat 10 situs social network yang akan bersaing. Penilaian ranking dilakukan dengan melakukan rating pada fitur-fitur yang ditawarkan oleh masing-masing situs social network tersebut seperti : Demographics, Profile, Security, Networking Features, Search dan Technical Help/Support (Media Blog, 2009).

2.4 Tinjauan Tentang Teori *Uses and Gratification*

Menurut *teori uses and gratifications* penentuan media yang digunakan adalah karena motivasinya untuk mewujudkan harapan dan keinginan dari kebutuhan audien. Oleh karena itu, khalayak dianggap berperan aktif dalam penentuan jenis media ini. Jika harapan dan keinginan dari kebutuhan audien itu telah tercapai maka kepuasan akan media dapat terpenuhi. Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan (Jalaluddin Rakhmat, 1991: 205),

Dalam literatur tentang *uses and gratification* ada beberapa cara mengklasifikasikan kebutuhan dan gratifikasi audien. Sebagian mengatakan soal gratifikasi langsung dan gratifikasi terabai (Schramm, Lyle, dan Parker, 1961). Peneliti lain menyebutkan sebagai informatif-mendidik dan khayali-pelarian – hiburan (Weiss, 1971 dalam Werner J. Severin dan James W. Tankard, 2005: 356). Sebagian orang menyatakan bahwa terpaan media lebih merupakan kegiatan yang kebetulan dan amat dipengaruhi faktor eksternal. Sebagian yang lain memandang pemuasan kebutuhan dengan media begitu kecil dibandingkan dengan kebutuhan khalayak sehingga faktor motivasional hampir tidak berperan dalam menentukan terpaan media. Sebagian yang lain berpendirian bahwa, walaupun ada pemuasan potensial dalam komunikasi massa, kita tidak begitu berhasil dalam

menemukan pemuasan karena media massa tidak memberikan petunjuk tentang potensi ganjaran yang dapat diberikannya.

Kita harus mengakui bahwa lingkungan eksternal memainkan peranan yang amat penting dalam menentukan terpaan media. Walaupun demikian, ini tidak berarti bahwa faktor-faktor personal tidak mempengaruhi penggunaan media. Kita cenderung menyukai media tertentu atau acara tertentu dari komunikasi massa yang ada. Untuk pernyataan yang menyatakan bahwa pemuasan yang diperoleh media terlalu dibandingkan dengan kebutuhan individu yang lebih mendesak, kita akan mengiyakan bila kebutuhan yang sangat intens, misalnya kegagalan, kehilangan kekasih, atau tragedi yang lain. Melihat begitu banyak orang yang menggunakan media massa, secara psikologis kita dapat menyimpulkan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam menggunakan media, betapapun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan oleh media.

Menurut teori behaviorisme, perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi lagi; artinya kita tidak akan menggunakan media massa bila media massa tidak memberikan pemuasan pada kebutuhan kita (Jalaluddin Rakhmat, 1991: 207). Mengenai kebutuhan biasanya orang merujuk pada hirarki kebutuhan yang ditampilkan oleh Abraham Maslow (1954). Ia membedakan lima perangkat kebutuhan dasar:

1. *Physiological needs* (kebutuhan psikologis)
2. *Safety needs* (kebutuhan keamanan)
3. *Love needs* (kebutuhan cinta)
4. *Esteem needs* (kebutuhan penghargaan)

5. *Self-actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri)

(Onong Uchjana Effendy, 2003).

Jadi jelaslah kalau kita menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Ada berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa. Pada saat yang sama, kebutuhan ini dapat dipuaskan oleh sumber-sumber lain selain media massa. Kita mencari kesenangan media massa dapat memberikan hiburan. Kita mengalami goncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian, dan media massa berfungsi sebagai sahabat (Jalaluddin Rakhmat, 1991: 206-207).

2.5 Kerangka Pikir

Internet merupakan salah satu media komunikasi yang menampilkan berbagai macam fasilitas yang canggih seperti akses informasi yang cepat, produk, jasa, hiburan dan *social network sites*. *Social network sites* merupakan salah satu situs internet yang banyak diminati. *Social network sites* merupakan situs yang dapat digunakan penggunaannya untuk berkomunikasi dengan teman mereka. Para pengguna dapat berkomunikasi baik dalam waktu yang sama maupun dalam waktu yang berbeda.

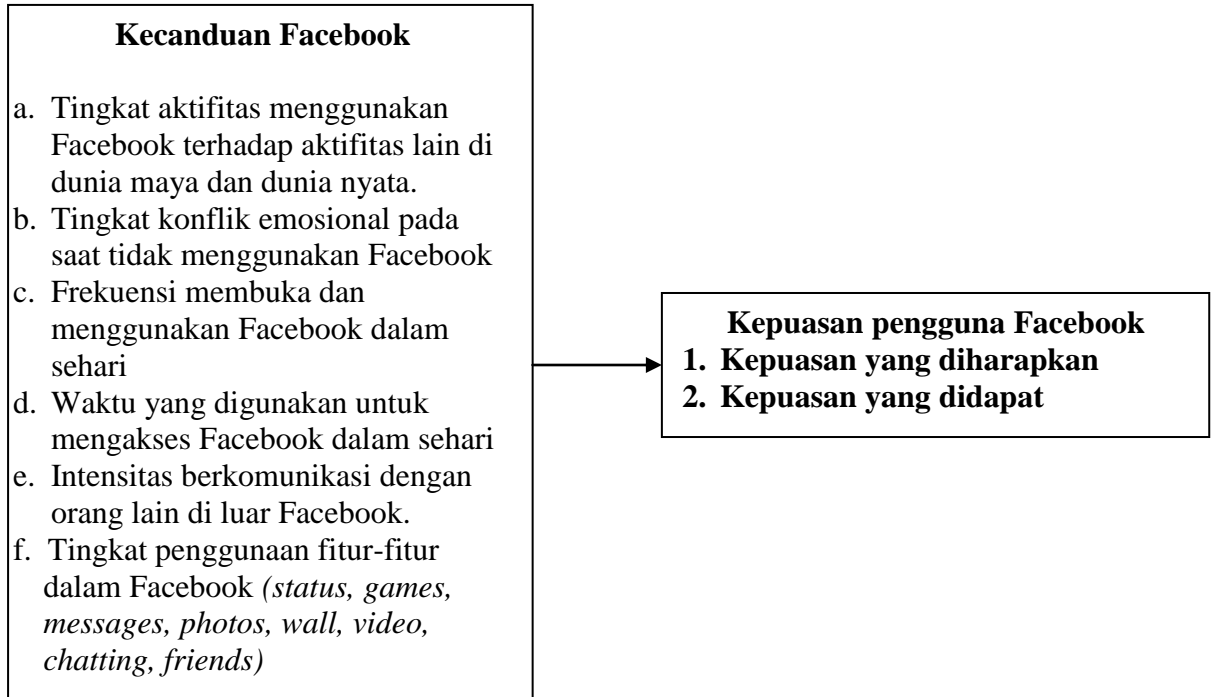
Social network sites menghadirkan sesuatu yang unik yang dapat membangun interaksi sosial di dalam internet. Hal yang menarik tersebut adalah situs-situs yang terdapat dalam *social network sites*, seperti Facebook. Sarana informasi yang di dalamnya terdapat profil dan fitur-fitur yang dapat mendorong para

penggunanya tertarik dan melakukan berbagai interaksi sosial salah satunya komunikasi dua arah (*two-way communication*).

Dalam penelitian ini, yang akan penulis teliti adalah pengaruh kecanduan Facebook terhadap kepuasan penggunanya. Fitur-fitur di dalam Facebook di buat dengan sangat menarik dan membuat para penggunanya betah berlama-lama di depan komputer tanpa memperdulikan aktifitas lainnya. Kebiasaan seperti ini menjadi rutinitas bagi para penggunanya, sehingga menyebabkan mereka menjadi kecanduan.

Kecanduan Facebook sebagai variabel bebas mempunyai indikator yaitu tingkat aktifitas menggunakan Facebook terhadap aktifitas lain, tingkat konflik emosional pada saat tidak menggunakan Facebook, frekuensi membuka dan menggunakan Facebook dalam sehari, dan waktu yang digunakan untuk bermain Facebook dalam sehari. Kepuasan menggunakan Facebook sebagai variabel terikat mempunyai indikator kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang didapatkan pengguna Facebook.

**Bagan Kerangka Pikir Pengaruh Kecanduan Facebook Terhadap Kepuasan
Penggunanya**



2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta maupun kondisi yang sedang diamati sebagai petunjuk dan langkah penelitian selanjutnya.

Berdasarkan kerangka pikir diatas maka dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban sementara masalah penelitian sebagai berikut :

Hi : Ada pengaruh antara kecanduan Facebook terhadap kepuasan penggunanya..

Ho : Tidak ada pengaruh antara kecanduan Facebook terhadap kepuasan penggunanya.