

## **Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z**

**Adinda Citra Argita Syah Putri<sup>1</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya

**Andik Matulesy<sup>2</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya

**Nindia Pratitis<sup>3</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya

E-mail: [adindacitraoo8@gmail.com](mailto:adindacitraoo8@gmail.com)

### **Abstract**

*It is well-recognized that social media addiction tendencies are linked to the excessive usage of social media which causes disruptions in daily activities. This current study aims to examine the correlation between social support and the tendency towards social media addiction in Generation Z. This study uses a correlational and data were obtained using on the basis of the social support scale and social media addiction tendency scale. The population utilized in this study comprises individuals from Gen Z residing in Surabaya, with a total of 88 participants between the ages of 18-24 years old who actively engage with more than one social media platforms. The data analysis technique used is product moment correlation. The study reveals that social support holds a substantial negative association with the propensity for social media addiction among Gen Z. Accordingly, the enhancement of social support among Gen Z may serve as an approach to minimize the tendency towards social media addiction.*

**Keywords:** Social Support; Social Media Addiction Tendencies; Gen Z

### **Abstrak**

*Kecenderungan kecanduan media sosial diketahui memiliki hubungan dengan penggunaan media sosial yang berlebihan, sehingga mengganggu aktivitas sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dan data dikumpulkan menggunakan skala dukungan sosial dan skala kecenderungan kecanduan media sosial. Partisipan dalam penelitian ini adalah Gen Z yang ada di Surabaya dengan 88 partisipan berusia 18-24 tahun yang menggunakan media sosial aktif lebih dari satu. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi product moment. Penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Oleh karena itu, peningkatan dukungan sosial pada Gen Z dapat menjadi cara untuk mencegah kecenderungan kecanduan media sosial.*

**Kata kunci:** Dukungan Sosial; Kecenderungan Kecanduan Media Sosial; Gen Z

### Pendahuluan

Salah satu kemajuan teknologi terbesar sepanjang masa adalah internet. Hasil survei terbaru oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), mencatat bahwa pengguna internet tahun 2022- 2023 meningkat menjadi 78,19%, dengan tingkat penetrasi internet tertinggi pada usia 13-18 tahun yaitu 98,20%. Salah satu jenis internet yang sering digunakan adalah media sosial. We Are Social (2023), juga telah memberikan data hasil survey di Indonesia pada awal tahun 2023, bahwa media sosial telah mewakili alat yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan pribadi seperti menjaga hubungan dengan teman, keluarga, mengisi waktu luang, melihat berita yang dibicarakan, menemukan inspirasi untuk hal-hal yang harus dilakukan, serta menemukan konten. Dari 60,4% penduduk Indonesia berusia 18-24 tahun menggunakan media sosial (We Are Sosial, 2023).

Penggunaan media sosial meningkatkan terutama pada Gen Z. Generasi Z adalah individu yang sering menggunakan internet dan lahir antara tahun 1995-2012, artinya secara umum saat ini memasuki usia sekolah dan awal perkuliahan (Wijoyo dkk, 2020). Salah satunya yaitu remaja dan dewasa muda yang tumbuh sebagai generasi Z (Pertiwi dkk, 2022). Generasi Z telah dibesarkan di era digital yang telah berkembang, sehingga hal ini dapat mempengaruhi perilakunya. Gen Z mampu melakukan seluruh kegiatan dalam satu waktu, karena Gen Z telah terbiasa dengan teknologi yang canggih.

Gen Z menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial dan sebagai upaya untuk pelarian diri dari masalah. Perilaku kecenderungan kecanduan media sosial ditandai dengan pengguna terus menggunakan media sosial meskipun mengalami konsekuensi negatif dalam hidupnya (Andreassen, 2015). Selain itu, Gen Z memiliki kemungkinan dapat mengembangkan perilaku kecanduan media sosial, karena pembentukan keyakinan irasional tentang pentingnya media sosial dalam mencapai pemenuhan diri. Perilaku yang mengarah pada kecenderungan kecanduan media sosial melibatkan perilaku seperti menghabiskan waktu yang berlebihan di media sosial, sehingga dapat menyebabkan pengabaian tanggung jawab dan kewajiban dalam kehidupan sehari-hari (Smith & Dunbar, 2023).

Kecenderungan kecanduan media sosial menurut Sahin (2018) adalah seseorang yang menghabiskan banyak waktu di media sosial dan memiliki kebutuhan yang tinggi akan informasi sehingga dapat menyebabkan masalah virtual, toleransi waktu, dan komunikasi virtual. Selain itu, Andreassen, dkk (2016), menggambarkan kecanduan media sosial sebagai suatu kondisi psikologis di mana individu tidak dapat mengelola aktinya media sosialnya secara efektif sehingga mengganggu kehidupan sehari-hari.

Pada akhirnya Gen Z yang semakin menghabiskan waktu di media sosial, maka semakin besar Gen Z meningkatkan perilaku kecenderungan kecanduan media sosial. Adapaun cara untuk mencegah kecenderungan kecanduan media sosial adalah

menerima interaksi positif dengan orang lain yang memberikan kenyamanan, makna, dan dukungan dalam menghadapi stress. Hal ini merupakan konsep dari dukungan sosial. Dukungan sosial menurut Smith dkk (2015) merupakan respon orang lain terhadap kebutuhan seseorang, dapat berupa dukungan informasi seperti nasehat, sehingga terjadi interaksi antara individu dengan orang di sekitarnya ini dapat membuat seseorang merasa dipahami, dihargai, dan berharga.

Dukungan sosial mampu memberikan keyakinan bahwa individu dapat merasa didukung secara emosional, terlepas dari apakah individu benar-benar menerima bantuan tersebut atau tidak (Smith dkk, 2015). Dengan memperhatikan faktor-faktor di atas, dukungan sosial adalah sebagai proses timbal balik yang melibatkan individu dalam memberikan dan menerima dukungan, yang di dasarkan pada kualitas hubungan, sikap positif dan asertif, dan kesadaran serta kepekaan orang lain terhadap kebutuhan individu. Selain itu hubungan yang diukur dari kedekatan, juga mempengaruhi sejauh mana dukungan sosial dapat diberikan dan diterima. Kesadaran akan kebutuhan orang lain dapat meningkatkan efektivitas dukungan sosial secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang psikologi, khususnya, psikologi klinis, terkait dukungan sosial terhadap kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. selain itu, penelitian ini memiliki pemahaman mengenai pentingnya dukungan sosial untuk mengurangi perilaku penyalahgunaan media sosial di masa depan. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak menguji variabel FOMO, kinerja akademik, kepribadian, kesepian, dan kesehatan mental. Oleh karena itu, belum banyak orang yang menguji hubungan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z,

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional untuk menguji apakah ada hubungan antara dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Kelompok penelitian yang akan di teliti karakteristiknya terkait erat dengan Gen Z dengan karakteristik subjek terdiri dari laki-laki atau perempuan berusia 18 hingga 24 tahun, aktif menggunakan aplikasi media sosial, dan menggunakan lebih dari satu media sosial. Penelitian ini menggunakan google form sebagai alat penyebaran data secara online kepada 88 partisipan.

Intrumen pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan skala kecenderungan kecanduan media sosial berdasarkan aspek dari Sahin (2018) yang meliputi virtual tolerance, virtual communication, virtual problem, dan virtual information. Pada skala kecenderungan kecanduan media sosial dengan 10 aitem valid, serta didapatkan nilai reliabel sebesar 0,804. Aitem yang digunakan dalam penelitian ini “Saya menggunakan

## Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z

media sosial untuk melupakan masalah saya”, “Saya merasa kesulitan fokus pada aktivitas lain karena ingin terus membuka media sosial”.

Skala dukungan sosial yang meliputi empat aspek yaitu dukungan emosional, persahabatan sosial, dukungan informasi, dan dukungan instrumental (Sarafino & Smith, 2017), dengan 17 aitem yang valid dan reliabel sebesar 0,889. Aitem yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Orang sekitar saya bersedia mendengarkan keluh kesah saya”, “Orang disekitar saya memberikan informasi yang saya perlu”.

Analisis data menggunakan Teknik analisis product moment dengan menggunakan program komputer SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26.

### Hasil

Hasil penelitian yang didapatkan pada 88 responden, telah ditentukan berdasarkan jenis kelamin dengan 50% untuk laki-laki dan 50% untuk Perempuan. Data berdasarkan demografis umur partisipan penelitian dengan rentang usia 19-24 tahun, pada usia 19 tahun sebesar 6%, usia 20 tahun sebesar 18%, usia 21 tahun sebesar 28%, usia 22 sebesar 32%, usia 23 tahun sebesar 8%, dan usia 24 sebesar 8%. Hasil ini ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1  
Data demografis Umur Partisipan Penelitian

Usia	Jumlah (n)	Presentase
19	5	6%
20	16	18%
21	25	28%
22	28	32%
23	7	8%
24	7	8%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, didapatkan hasil tingkat partisipan menunjukkan bahwa 82% Gen Z berada dalam kategori kecenderungan kecanduan media sosial sedang, dengan 18% Gen Z berada dalam kategori kecenderungan kecanduan media sosial tinggi. Tingkat kategori kecenderungan kecanduan media sosial pada jenis kelamin, menunjukkan bahwa Perempuan lebih tinggi memiliki kecenderungan kecanduan media sosial pada Tingkat sedang, sedangkan, pada kategori tinggi menunjukkan laki-laki sebesar 11% dan Perempuan 7%. Hasil ini ditunjukkan pada tabel 2.

## Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z

Tabel 2  
Kategorisasi Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Kategori	Interval	Jumlah Subjek	Presentase
Rendah	$X \leq 19,5$	-	-
Sedang	$20 < X \leq 29,5$	72	82%
Tinggi	$30 \leq X$	16	18%
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, Tingkat kategori partisipan pada dukungan sosial menunjukkan bahwa Gen Z memiliki dukungan sosial yang tinggi sebesar 53%. Selain itu, partisipan yang termasuk dalam kategori rendah sebesar 2% dan kategori sedang sebesar 45% pada ketiga Tingkat kategori dukungan sosial, bahwa Gen Z pada penelitian ini memiliki dukungan sosial yang tinggi pada Perempuan yaitu sebesar 27%.

Tabel 3  
Kategorisasi Skala Dukungan Sosial

Kategori	Interval	Jumlah Subjek	Presentase
Rendah	$X \leq 33,5$	2	2%
Sedang	$34 < X \leq 50,5$	39	45%
Tinggi	$51 \leq X$	47	53%
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>100%</b>

Hasil uji normalitas sebaran skor variabel dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial menggunakan Shapiro-wilk test, menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, dengan angka sigifikansi  $p = 0,069$  ( $p > 0,05$ ). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa korelasi antar variabel dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial terdistribusi normal.

Tabel 4  
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Statistic Shapiro-Wilk	Sig.	Keterangan
Dukungan sosial, kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z	0,974	0,069	Berdistribusi Normal

Menurut hasil uji linearitas hubungan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial, ditemukan bahwa koefisien deviasi F dari linearitas sebesar 1,242 pada  $p = 0,243$  ( $p > 0,05$ ). Ini menunjukkan bahwa dukungan sosial yang diuji memiliki hubungan linear dengan kecenderungan kecanduan media sosial.

## Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z

Tabel 5  
Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig.	Keterangan
Dukungan sosial; kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z	1,242	0,243	Linear

Hasil uji korelasi product moment pada 88 partisipan di Surabaya, data diolah menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26. Dalam penelitian ini, metode analisis Product Moment digunakan untuk menguji hipotesis penelitian: Ada hubungan negatif antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial. Hasil uji hipotesis memperoleh nilai Koefisien product moment  $r_{xy} = -0,297$  pada  $p = 0,005$  ( $p < 0,01$ ). Hasil uji hipotesis terlampir pada tabel 6.

Tabel 6  
Hasil Analisis Product Moment

Variabel	$r_{xy}$	R Squared	P	Keterangan
Dukungan sosial; Kecenderungan kecanduan media sosial	-0,297	0,088	0,005	Sangat Signifikan

Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang rendah dan sangat signifikan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Berdasarkan temuan ini, hipotesis 38 penelitian yang menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial, diterima. Kontribusi variabel dukungan sosial terhadap kecenderungan kecanduan media sosial adalah 0,088.

### Pembahasan

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan negatif antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Hasil Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z yang sangat signifikan. Artinya, bahwa semakin tinggi dukungan sosial, maka semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hatun & Kurtca (2023) yang menunjukkan adanya hubungan yang negative dengan kecanduan media sosial. Demikian pula menurut Luchtefeld & D.Jordan (2022), bahwa

dukungan sosial secara langsung yang tinggi memiliki tingkat kecanduan media sosial yang paling rendah.

Studi ini menemukan bahwa dukungan sosial dalam kehidupan nyata sangat penting untuk mencegah perilaku negatif seperti kecanduan media sosial. Hal ini di dukung oleh Lin dkk (2021), menunjukkan bahwa semakin seseorang menginginkan dukungan, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan media sosial. Aksoy (2018) mengatakan bahwa kurangnya teman menjadi alasan utama penggunaan media sosial. Oleh karena itu, individu yang mencari dukungan sosial seringkali menggunakan media sosial yang dapat berujung pada kecanduan (Hatun & Kurtca, 2023).

Penggunaan media sosial digunakan sebagai strategi penanggulangan dan untuk menghindari masalah (Schivinski dkk, 2020; Radovic dkk, 2017). Situasi ini membuat Gen Z rentan mengembangkan perilaku bermasalah. Selain itu, dukungan sosial juga berkaitan dengan koping stress yang lebih adaptif dan meningkatkan kesejahteraan psikologi (Akbar & Aisyawati, 2021; Trepte dkk, 2015). Dukungan sosial dalam kehidupan nyata menjadi sumber daya utama yang berkaitan dengan kesejahteraan saat menghadapi stres (Grave & Strobl, 2004). Sehingga hal ini, dapat menjelaskan bahwa dukungan sosial mampu mengatasi masalah secara sehat dan tidak menggunakan media sosial sebagai pelarian.

Gen Z yang memperoleh dukungan sosial yang baik akan mendapatkan perlindungan dari dampak negatif dari media sosial, seperti penggunaan media sosial yang membuat ketagihan. Menurut teori *self-determinant*, bahwa faktor sosial yang mendukung dapat memenuhi kebutuhan dasar seseorang seperti motivasi, kesejahteraan psikologis, dan perkembangan individu, sehingga berdampak positif (Deci dan Ryan, 2000). selain itu, ketidakpuasan Gen Z terhadap kebutuhan dasar dapat memotivasi Gen Z untuk beralih ke media sosial dalam mendapatkan kepuasan yang diinginkan, pada akhirnya membuat Gen Z rentan terhadap penggunaan media sosial yang membuat ketagihan (Sun & Zhang, 2021).

Teori Maslow tentang kepuasan hidup juga mendukung penelitian ini. Menurut teori Maslow, bahwa kepuasan hidup dapat ditingkatkan dengan memenuhi kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, memiliki hubungan interpersonal yang bermakna, dan mendapatkan penerimaan sosial melalui dukungan (Schultz & Schultz, 2013). Hal ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh (Longstreet & Brooks, 2017), yang menemukan bahwa tingkat kepuasan hidup meningkat ketika kecanduan media sosial menurun. Gen Z dengan dukungan sosial yang tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang tinggi, sehingga dapat membuat Gen Z mampu untuk mengurangi potensi mengalami kecenderungan kecanduan media sosial. Berdasarkan penjelasan tersebut, dukungan sosial dapat membantu Gen Z menghindari kecenderungan kecanduan media sosial, karena mampu memberikan kebutuhan dan kepuasan mereka untuk mendapatkan dukungan dari orang lain.

## Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z

Hasil penelitian ini tentunya dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang psikologi, khususnya, psikologi klinis, terkait dukungan sosial terhadap kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. selain itu juga, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman terkait pentingnya meningkatkan dukungan sosial dan menjadi cara Gen Z untuk mencegah kecenderungan kecanduan media sosial.

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan. Salah satu keterbatasannya adalah literatur mengenai kecenderungan kecanduan media sosial yang masih lemah dalam mengukur perilaku kecenderungan kecanduan media sosial. Beberapa hal tambahan yang perlu dieksplorasi lebih lanjut adalah temuan penelitian terbaru mengenai jumlah partisipan dan tingkatan Pendidikan. Seiring meningkatnya penggunaan media sosial, diperlukan identifikasi perbedaan individu agar memiliki konsep yang lebih luas.

### **Kesimpulan**

Studi ini meneliti hubungan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Berasal dari data yang didistribusikan pada 88 partisipan Gen Z di Surabaya. Hasilnya menunjukkan hubungan negatif dan sangat signifikan antara dukungan sosial dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z, dengan nilai korelasi sebesar  $-0,297$  dan signifikansi  $0,005 (<0,01)$ . Dengan kata lain, semakin tinggi dukungan sosial, semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Sebaliknya, semakin rendah dukungan sosial maka semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial pada Gen Z. Kontribusi variabel dukungan sosial terhadap kecenderungan kecanduan media sosial adalah 9%. Ini menunjukkan bahwa ada variabel lain diluar dukungan sosial yang mempengaruhi kecenderungan kecanduan media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang direkomendasikan, pada subjek penelitian dan peneliti selanjutnya. Pada subjek penelitian disarankan agar dapat memiliki kendali yang lebih baik pada penggunaan media sosial dan meningkatkan dukungan sosial dari lingkungan terdekat, seperti meminta dukungan teman atau keluarga, membangun hubungan yang erat dengan orang-orang di sekitar, dan menjalin hubungan yang kuat dengan orang lain. selain itu, peneliti selanjutnya yaitu dapat memperluas kriteria subjek penelitian dan alat ukur pada kecenderungan kecanduan media social lebih dipertajam tentang kecanduan.

## Referensi

- Akbar, Z., & Aisyawati, M. S. (2021). Coping strategy, social support, and psychological distress among university students in Jakarta, Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in psychology*, 12, 694122.
- Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. *European Journal of Educational Research*, 7(4), 861-865.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. <http://dx.doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023. [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(apjii.or.id\)](https://www.apjii.or.id)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Greve, W., & Strobl, R. (2004). Social and individual coping with threats: Outlines of an interdisciplinary approach. *Review of General Psychology*, 8(3), 194-207.
- Hatun, O., & Kurtça, T. T. (2023). Examining the Relationship Between Social Support and Social Media Addiction: Role of Self-Esteem. *ADDICTA: The Turkish Journal on Addictions*, 10(2), 142-148.
- Lin, C.-Y., Namdar, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2021). Mediated roles of generalized trust and perceived social support in the effects of problematic social media use on mental health: A cross-sectional study. *Health Expectations*, 24(1), 165–173. <https://doi.org/10.1111/hex.v24.110.1111/hex.13169>.
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in society*, 50, 73-77.
- Luchtefeld, C., & Jordan, K. D. (2022). Individual differences influencing the relationship between online social support and addictive use of social media. *Telematics and Informatics Reports*, 8, 100025.
- Pertiwi, E.M., Suminar, D.R. & Ardi, R. (2022). Psychological well-being among Gen Z social media users: Exploring the role of self-esteem, social media dependency as mediator and social media usage motives as moderator. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3). 205-219. doi: <https://doi.org/10.23917/indigenous.v7i2.19851>
- Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D., and Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *J. Adolesc.* 55, 5–15. doi: 10.1016/j.adolescence.2016.12.002
- Sarafino, E. P., Smith, T. W. (2017). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions* (9<sup>ed</sup>). John Wiley & Sons Inc: Hoboken, NJ.

- Sahin, C. (2018). Social media addiction scale-student form: the reliability and validity study. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 17(1), 169-182.
- Schivinski, B., Brzozowska-Woś, M., Stansbury, E., Satel, J., Montag, C., & Pontes, H. M. (2020). Exploring the role of social media use motives, psychological well-being, self-esteem, and affect in problematic social media use. *Frontiers in Psychology*, 11, 617140.
- Schultz, D. P., Schultz, S. E. (2012). *Theories of Personality* (10<sup>th</sup>). Belmont: Wadsworth Publishing.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive behaviors*, 114, 106699
- Smith, E. R., Mackie, D. M., Claypool, H. M. (2015). *Social Psychology* (4<sup>ed</sup>). Psychology Press: New York
- Smith, T., & Pearce-Dunbar, V. (2023). An exploratory study into the interplay of coolness and maladaptive social media use: Identifying profiles of addiction-like symptoms among Jamaican users. *Telematics and Informatics Reports*, 11, 100091.
- Trepte, S., Dienlin, T., & Reinecke, L. (2015). Influence of social support received in online and offline contexts on satisfaction with social support and satisfaction with life: A Longitudinal Study. *Media Psychology*, 18(1), 74–105. <https://doi.org/10.1080/15213269.2013.838904>.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital Data Indonesia 2023. [Digital 2023 - We Are Social Indonesia](#)
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Pena Persada: Banyumas.