



SEMINAR NASIONAL : KEAMANAN PSIKOLOGI DI ERA DIGITAL
Fakultas Psikologi , Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Jakarta, 28 Juli 2026

DURASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL & KECENDERUNGAN ATTENTION SEEKING BEHAVIOR PADA MAHASISWA

Putri Azisah Nurullah Nirabaty Taman,¹ Puput Sartika², Anisa Ramadhani³

¹Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Fakultas psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Fakultas psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: 202310515242@mhs.ubharajaya.ac.id,
202310515231@mhs.ubharajaya.ac.id, 202310515060@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrak: Perkembangan media sosial telah memberikan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi dan berinteraksi namun disisi lain juga memunculkan berbagai fenomena psikologis, salah satunya adalah *attention seeking behavior* atau perilaku mencari perhatian. Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan media sosial berpotensi menunjukkan kecenderungan perilaku tersebut karena tingginya kebutuhan akan pengakuan dan validasi sosial di lingkungan digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kecenderungan *attention seeking behavior* berdasarkan durasi penggunaan media sosial pada mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif komparatif. Data dikumpulkan menggunakan skala *Attention Seeking Behavior* yang telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas. Responden dikelompokkan berdasarkan durasi penggunaan media sosial per hari, yaitu kurang dari 3 jam, 3–5 jam, dan lebih dari 5 jam. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif melalui perangkat lunak JASP dengan menghitung nilai rata-rata, standar deviasi, skor minimum, dan skor maksimum pada setiap kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok mahasiswa yang menggunakan media sosial lebih dari 5 jam per hari memiliki rata-rata skor *Attention Seeking Behavior* tertinggi ($M = 75,19$; $SD = 10,26$), diikuti kelompok penggunaan 3–5 jam per hari ($M = 69,39$; $SD = 15,44$), dan kelompok penggunaan kurang dari 3 jam per hari ($M = 64,86$; $SD = 12,93$). Temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan *attention seeking behavior* seiring dengan bertambahnya durasi penggunaan media sosial. Dengan demikian, durasi penggunaan media sosial dapat

menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan munculnya perilaku mencari perhatian pada mahasiswa, meskipun faktor psikologis dan sosial lainnya juga turut berperan.

Kata Kunci: *Attention Seeking Behavior, Media Sosial, Mahasiswa.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa yang termasuk dalam kelompok usia dewasa awal. Kehadiran media sosial memberikan berbagai kemudahan dalam memperoleh informasi, membangun relasi sosial, serta mengekspresikan diri kepada khalayak yang lebih luas. Namun, penggunaan media sosial yang semakin intensif juga memunculkan berbagai fenomena psikologis, salah satunya adalah kecenderungan *attention seeking behavior* atau perilaku mencari perhatian. Individu yang memiliki kecenderungan ini biasanya berupaya memperoleh pengakuan, validasi, dan respons positif dari orang lain melalui unggahan, komentar, maupun aktivitas daring lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial menyediakan ruang yang memungkinkan individu untuk memperoleh perhatian secara cepat melalui fitur-fitur interaktif yang tersedia (Andreassen et al., 2017). Selain itu, penggunaan media sosial yang tinggi juga berkaitan dengan kebutuhan akan penerimaan sosial dan pembentukan citra diri di lingkungan digital (Keles et al., 2020). Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi sarana yang memperkuat kecenderungan perilaku mencari perhatian pada penggunaannya. Fenomena ini menjadi semakin relevan untuk dikaji mengingat tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa pada era digital saat ini (Keles et al., 2020).

Mahasiswa merupakan kelompok yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial untuk berbagai keperluan akademik maupun nonakademik. Berbagai platform seperti Instagram, TikTok, X, dan Facebook memungkinkan mahasiswa membangun identitas diri sekaligus memperoleh interaksi sosial secara daring. Di tengah kebutuhan perkembangan sosial dan emosional pada masa dewasa awal, mahasiswa sering kali memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan apresiasi dan pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sheldon & Bryant (2016), kebutuhan akan popularitas dan pencarian perhatian menjadi salah satu motivasi utama individu dalam menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk menampilkan diri secara berlebihan demi memperoleh respons dari pengguna lain (Boursier et al., 2020). Kondisi tersebut dapat memunculkan perilaku seperti sering mengunggah aktivitas pribadi, mencari validasi melalui jumlah likes dan komentar, serta menunjukkan berbagai pencapaian untuk mendapatkan perhatian sosial. Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan psikologis tertentu, termasuk kebutuhan akan perhatian dan pengakuan sosial (Boursier et al., 2020).

Attention seeking behavior merupakan perilaku yang ditandai dengan adanya usaha individu untuk menarik perhatian orang lain melalui berbagai bentuk tindakan maupun komunikasi. Dalam konteks media sosial, perilaku ini dapat diwujudkan melalui unggahan yang dirancang untuk memperoleh reaksi, komentar, maupun apresiasi dari pengguna lain. Individu yang memiliki kecenderungan *attention seeking behavior* biasanya lebih sensitif terhadap umpan balik sosial dan cenderung mengevaluasi dirinya berdasarkan respons yang diterima dari lingkungan daring. Penelitian yang dilakukan

oleh Fox & Rooney (2015), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan kebutuhan akan pengakuan sosial dan peningkatan citra diri. Temuan lain mengungkapkan bahwa semakin tinggi keterlibatan individu dalam aktivitas media sosial, semakin besar kemungkinan munculnya perilaku yang berorientasi pada pencarian perhatian (Brailovskaia et al., 2018). Hal tersebut terjadi karena media sosial menyediakan sistem penghargaan sosial yang instan melalui fitur like, share, dan komentar. Akibatnya, individu dapat terdorong untuk terus menampilkan konten yang menarik perhatian guna memperoleh validasi dari lingkungan sosialnya. Oleh sebab itu, attention seeking behavior menjadi salah satu fenomena psikologis yang penting untuk diteliti dalam konteks penggunaan media sosial pada mahasiswa (Brailovskaia et al., 2018).

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, durasi penggunaan media sosial diduga memiliki hubungan dengan tingkat attention seeking behavior yang dimiliki individu. Semakin lama seseorang menghabiskan waktu di media sosial, semakin besar pula peluang untuk terpapar interaksi sosial daring yang dapat mendorong kebutuhan akan perhatian dan pengakuan. Penelitian oleh Hussain & Griffiths (2018), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berkaitan dengan berbagai perilaku psikologis yang berorientasi pada pencarian validasi sosial. Selain itu, penelitian terbaru yang dilakukan oleh Boer et al. (2021), menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berhubungan dengan meningkatnya kebutuhan akan penerimaan sosial pada kelompok usia muda. Kondisi ini menjadi penting untuk dikaji pada mahasiswa karena mereka merupakan kelompok yang sangat aktif dalam penggunaan media sosial serta berada pada fase perkembangan identitas diri. Oleh karena itu, penelitian mengenai Durasi Penggunaan Media Sosial dan Kecenderungan Attention Seeking Behavior pada Mahasiswa perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai perbedaan tingkat attention seeking behavior berdasarkan lama penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian psikologi media sosial serta menjadi dasar bagi upaya edukasi penggunaan media sosial yang lebih sehat dan adaptif di kalangan mahasiswa (Boer et al., 2021).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif komparatif yang bertujuan untuk menggambarkan kecenderungan Attention Seeking Behavior berdasarkan durasi penggunaan media sosial pada mahasiswa. Proses penelitian dilakukan secara sistematis dimulai dari penentuan variabel penelitian, yaitu Attention Seeking Behavior sebagai variabel yang diukur dan durasi penggunaan media sosial sebagai dasar pengelompokan responden. Selanjutnya, peneliti menyusun instrumen pengukuran berupa skala psikologi Attention Seeking Behavior yang telah melalui proses penyusunan, uji validitas, dan uji reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria penelitian. Setelah data terkumpul, responden dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan durasi penggunaan media sosial per hari, yaitu kurang dari 3 jam, 3–5 jam, dan lebih dari 5 jam. Tahap berikutnya adalah melakukan proses pengkodean (coding), pemeriksaan kelengkapan data, serta tabulasi data untuk memastikan tidak terdapat data yang hilang atau tidak sesuai. Data yang telah memenuhi persyaratan kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik JASP melalui analisis statistik deskriptif. Analisis dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum pada setiap kelompok durasi penggunaan media sosial. Hasil analisis tersebut digunakan untuk membandingkan kecenderungan skor Attention Seeking Behavior pada masing-masing kelompok responden. Selanjutnya, hasil yang diperoleh diinterpretasikan untuk menggambarkan pola kecenderungan perilaku mencari perhatian berdasarkan lama penggunaan media sosial.

Melalui prosedur penelitian yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai perbedaan tingkat Attention Seeking Behavior pada mahasiswa dengan durasi penggunaan media sosial yang berbeda-beda.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada variabel Attention Seeking Behavior, diperoleh gambaran bahwa tingkat perilaku mencari perhatian berbeda pada setiap kelompok durasi penggunaan media sosial. Kelompok responden yang menggunakan media sosial 3–5 jam per hari memiliki jumlah responden sebanyak 57 orang dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 69,39 dan standar deviasi sebesar 15,44. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa secara umum tingkat Attention Seeking Behavior pada kelompok ini berada pada kategori sedang hingga tinggi. Sementara itu, skor minimum yang diperoleh adalah 37 dan skor maksimum mencapai 102, yang mengindikasikan adanya variasi perilaku yang cukup besar antarresponden. Standar deviasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa tingkat Attention Seeking Behavior pada kelompok ini tidak merata, di mana terdapat individu dengan kecenderungan rendah maupun sangat tinggi dalam mencari perhatian melalui media sosial.

Variasi skor tersebut dapat mencerminkan perbedaan karakteristik individu, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta intensitas keterlibatan dalam aktivitas daring. Dengan demikian, kelompok pengguna media sosial selama 3–5 jam per hari menunjukkan kecenderungan perilaku mencari perhatian yang cukup beragam. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial dalam durasi sedang dapat menjadi sarana bagi individu untuk memperoleh perhatian dan validasi sosial dari lingkungan sekitarnya. Namun demikian, tidak semua individu dalam kelompok ini menunjukkan tingkat Attention Seeking Behavior yang sama karena dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang berbeda-beda.

Tabel.1 *Descriptive Statistics* Berdasarkan Durasi Penggunaan Gadget

	Total		
	3-5 Jam Sehari	Kurang dari 3 Jam Sehari	Lebih dari 5 Jam Sehari
Valid	57	7	53
Missing	0	0	0
Mean (arithmetic)	69.39	64.86	75.19
Std. Deviation	15.44	12.93	10.26
Minimum	37.00	49.00	54.00
Maximum	102.0	87.00	97.00

Pada kelompok responden yang menggunakan media sosial kurang dari 3 jam per hari, diperoleh rata-rata skor Attention Seeking Behavior sebesar 64,86 dengan standar deviasi 12,93, skor minimum 49, dan skor maksimum 87. Nilai rata-rata ini merupakan yang paling rendah dibandingkan kelompok lainnya, yang menunjukkan bahwa semakin sedikit waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial, semakin rendah pula kecenderungan individu untuk menampilkan perilaku mencari perhatian. Sebaliknya, kelompok responden yang menggunakan media sosial lebih dari

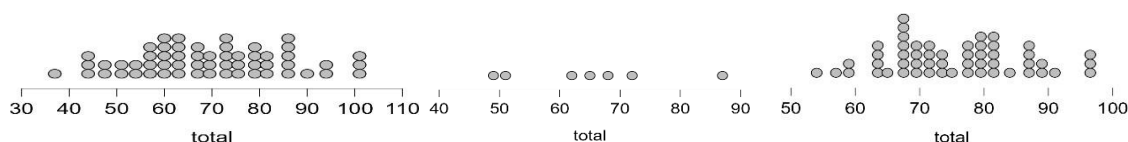
5 jam per hari memperoleh rata-rata skor tertinggi yaitu 75,19 dengan standar deviasi 10,26, skor minimum 54, dan skor maksimum 97.

Temuan ini menunjukkan bahwa individu yang menghabiskan waktu lebih lama di media sosial cenderung memiliki tingkat Attention Seeking Behavior yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya. Selain itu, standar deviasi yang lebih rendah pada kelompok ini mengindikasikan bahwa skor responden relatif lebih homogen atau seragam. Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan adanya pola peningkatan skor Attention Seeking Behavior seiring bertambahnya durasi penggunaan media sosial. Kelompok dengan penggunaan media sosial lebih dari 5 jam per hari menunjukkan kecenderungan paling tinggi dalam mencari perhatian, sedangkan kelompok dengan penggunaan kurang dari 3 jam per hari menunjukkan kecenderungan paling rendah. Temuan ini mendukung pandangan bahwa media sosial dapat menjadi sarana penting bagi individu untuk memperoleh pengakuan, validasi, dan perhatian dari orang lain, sehingga semakin tinggi intensitas penggunaannya maka semakin besar pula peluang munculnya perilaku Attention Seeking Behavior.

3-5 Jam Sehari

Kurang dari 3 Jam Sehari

Lebih dari 5 Jam Sehari



Gambar. Dot Plots Durasi Penggunaan Gadget

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial lebih dari 5 jam per hari memiliki rata-rata skor Attention Seeking Behavior tertinggi ($M = 75,19$), dibandingkan kelompok penggunaan 3–5 jam per hari ($M = 69,39$) dan kurang dari 3 jam per hari ($M = 64,86$). Temuan ini mengindikasikan adanya kecenderungan bahwa semakin lama individu menghabiskan waktu di media sosial, semakin tinggi pula perilaku mencari perhatian yang ditampilkan. Menurut Sheldon & Bryant (2016), media sosial digunakan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk memperoleh pengakuan sosial dan meningkatkan citra diri. Dalam konteks mahasiswa, kebutuhan untuk mendapatkan perhatian dari lingkungan sosial menjadi semakin mudah dipenuhi melalui berbagai fitur seperti unggahan foto, video, komentar, dan jumlah tanda suka yang diterima.

Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai ruang yang memungkinkan individu menampilkan identitas diri secara lebih luas. Di sisi lain, frekuensi paparan terhadap umpan balik sosial yang tinggi dapat memperkuat motivasi individu untuk terus memperoleh validasi dari orang lain. Semakin sering seseorang menerima respons positif, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut diulang sebagai bentuk penguatan sosial. Fenomena ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial yang menjelaskan bahwa perilaku yang memperoleh penghargaan cenderung dipertahankan dan ditingkatkan. Oleh karena itu, durasi penggunaan media sosial yang lebih lama berpotensi meningkatkan keterlibatan individu dalam aktivitas yang berorientasi pada pencarian

perhatian (Sheldon & Bryant, 2016). Temuan penelitian dari Andreassen et al. (2017) ini mendukung hasil studi sebelumnya yang menemukan bahwa penggunaan media sosial berkaitan erat dengan kebutuhan akan popularitas, pengakuan, dan penerimaan sosial.

Perbedaan skor rata-rata antar kelompok menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan psikologis tertentu, khususnya kebutuhan untuk merasa diperhatikan dan dihargai oleh lingkungan sosial. Fox & Rooney (2015), menjelaskan bahwa individu yang aktif menampilkan dirinya di media sosial cenderung lebih memperhatikan bagaimana dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Dalam penelitian ini, kelompok dengan durasi penggunaan lebih dari 5 jam per hari menunjukkan kecenderungan Attention Seeking Behavior yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya. Hal tersebut dapat dipahami karena semakin lama seseorang berada dalam lingkungan media sosial, semakin besar pula peluang untuk melakukan aktivitas yang berorientasi pada pencarian respons sosial. Aktivitas seperti mengunggah konten secara rutin, memantau jumlah likes, serta menunggu komentar dari pengguna lain dapat menjadi indikator adanya kebutuhan akan perhatian sosial. Selain itu, media sosial menyediakan mekanisme umpan balik yang instan sehingga individu dapat langsung mengetahui bagaimana orang lain merespons dirinya. Kondisi ini dapat memperkuat motivasi untuk terus mencari perhatian melalui berbagai bentuk presentasi diri secara daring.

Menurut Brailovskaia dan Margraf (2018), tingginya keterlibatan dalam media sosial sering kali berkaitan dengan kebutuhan akan validasi eksternal dan penguatan harga diri. Dengan demikian, durasi penggunaan media sosial yang lebih lama tidak hanya mencerminkan intensitas penggunaan teknologi, tetapi juga dapat menunjukkan semakin kuatnya orientasi individu terhadap perhatian dan penerimaan sosial yang diperoleh dari lingkungan digital. Temuan tersebut semakin memperkuat argumentasi bahwa media sosial berperan dalam pembentukan dan pemeliharaan Attention Seeking Behavior (Brailovskaia & Margraf, 2018; Fox & Rooney, 2015). Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya variasi skor dalam setiap kelompok penggunaan media sosial yang ditunjukkan oleh nilai standar deviasi. Kelompok pengguna 3–5 jam per hari memiliki standar deviasi terbesar ($SD = 15,44$), yang menunjukkan adanya keragaman tingkat Attention Seeking Behavior pada kelompok tersebut.

Menurut Keles et al. (2020), dampak media sosial terhadap aspek psikologis tidak hanya ditentukan oleh lamanya penggunaan, tetapi juga oleh tujuan penggunaan, karakteristik kepribadian, dan kondisi psikologis individu. Dengan kata lain, tidak semua mahasiswa yang menggunakan media sosial dalam durasi yang sama akan menunjukkan tingkat perilaku mencari perhatian yang identik. Sebagian individu mungkin menggunakan media sosial untuk kebutuhan akademik, memperoleh informasi, atau menjaga hubungan sosial tanpa memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap validasi sosial. Sebaliknya, individu lain mungkin lebih berorientasi pada pencitraan diri dan pencarian pengakuan sehingga menunjukkan skor Attention Seeking Behavior yang lebih tinggi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa Attention Seeking Behavior merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis maupun sosial. Selain itu, adanya rentang skor minimum dan maksimum yang cukup lebar menunjukkan bahwa kebutuhan akan perhatian merupakan karakteristik yang dapat berbeda pada setiap individu. Oleh karena itu, durasi penggunaan media sosial perlu dipahami sebagai salah satu faktor yang berkontribusi terhadap munculnya perilaku mencari perhatian, namun bukan satu-satunya faktor yang menentukan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor individual dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku psikologis (Keles et al., 2020; Boursier et al., 2020). Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan adanya pola peningkatan skor Attention Seeking Behavior seiring dengan

bertambahnya durasi penggunaan media sosial pada mahasiswa. Temuan tersebut menguatkan pandangan bahwa media sosial telah berkembang menjadi arena sosial digital yang memungkinkan individu memperoleh perhatian, pengakuan, dan validasi dari orang lain secara cepat.

Hussain dan Griffiths (2018), menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang intensif dapat mendorong individu untuk semakin bergantung pada respons sosial yang diperoleh secara daring. Dalam konteks mahasiswa, kebutuhan untuk membangun identitas diri dan memperoleh penerimaan sosial pada masa dewasa awal dapat menjadi faktor yang memperkuat kecenderungan tersebut. Ketika media sosial menyediakan akses yang mudah terhadap perhatian sosial, individu cenderung lebih sering menampilkan berbagai aspek kehidupannya untuk mendapatkan respons dari lingkungan. Kondisi ini menjelaskan mengapa kelompok dengan penggunaan media sosial lebih dari 5 jam per hari memiliki skor Attention Seeking Behavior yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya. Hasil penelitian ini juga mendukung perspektif bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas dan pencarian validasi sosial. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan kesadaran mengenai penggunaan media sosial yang sehat menjadi penting untuk membantu mahasiswa menggunakan media sosial secara lebih adaptif. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa durasi penggunaan media sosial memiliki keterkaitan dengan kecenderungan Attention Seeking Behavior pada mahasiswa (Boer et al., 2021; Hussain & Griffiths, 2018; Andreassen et al., 2017).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat kecenderungan peningkatan Attention Seeking Behavior seiring dengan bertambahnya durasi penggunaan media sosial pada mahasiswa. Kelompok mahasiswa yang menggunakan media sosial lebih dari 5 jam per hari menunjukkan rata-rata skor Attention Seeking Behavior tertinggi, diikuti oleh kelompok pengguna 3–5 jam per hari, sedangkan kelompok dengan penggunaan kurang dari 3 jam per hari memiliki rata-rata skor terendah. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana yang memungkinkan individu memperoleh perhatian, pengakuan, dan validasi sosial secara cepat melalui berbagai bentuk interaksi daring. Semakin lama mahasiswa terlibat dalam aktivitas media sosial, semakin besar peluang mereka untuk menampilkan perilaku yang berorientasi pada pencarian perhatian dari lingkungan sosialnya. Meskipun demikian, adanya variasi skor pada setiap kelompok menunjukkan bahwa Attention Seeking Behavior tidak hanya dipengaruhi oleh durasi penggunaan media sosial, tetapi juga oleh faktor-faktor individual seperti kebutuhan akan penerimaan sosial, karakteristik kepribadian, serta tujuan penggunaan media sosial. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa durasi penggunaan media sosial merupakan faktor yang berkaitan dengan kecenderungan Attention Seeking Behavior pada mahasiswa, sehingga penggunaan media sosial yang lebih bijaksana dan terkontrol perlu ditingkatkan untuk mencegah ketergantungan terhadap perhatian dan validasi sosial yang diperoleh dari lingkungan digital.

Daftar Pustaka

Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). *Addictive use of social media, narcissism, and self-esteem 1 The relationship between addictive use of social*

media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey.

<https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>

Boer, M., Stevens, G. W. J. M., Finkenauer, C., Looze, M. E. De, Regina, J. J., & Eijnden, M. Van Den. (2021). Computers in Human Behavior Social media use intensity , social media use problems , and mental health among adolescents : Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human*

- Behavior*, 116(November 2020), 106645.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>
- Boursier, V., Gioia, F., Musetti, A., & Schimmenti, A. (2020). *Facing Loneliness and Anxiety During the Covid-19 Isolation : The Role of Excessive Social Media Use in a Sample of Italian Adults*. 11(December), 1–10.
<https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.586222>
- Brailovskaia, J., Schillack, H., & Margraf, J. rgen. (2018). *Facebook Addiction Disorder in Germany*. 21(7), 450–456. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0140>
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men ' s use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality And Individual Differences*, 76, 161–165.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>
- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2018). *Problematic Social Networking Site Use and Comorbid Psychiatric Disorders : A Systematic Review of Recent Large-Scale Studies*. 9(December), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2018.00686>
- Keles, B., Mccrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review : the influence of social media on depression , anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93.
<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Computers in Human Behavior Instagram : Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>

