

Gambaran *Big Five Personality* terhadap Pengguna Media Sosial pada Dewasa awal di Kota Makassar

Description of the Big Five Personalities of Social Media Users in early adulthood in Makassar

Mutmainnah Malik, Andi Muhammad Aditya, A. Nur Aulia Saudi
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa
Email: mtmnhm@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism* dan *Openness* terhadap pengguna media sosial dewasa awal di Kota Makassar dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan terhadap 410 responden yang menggunakan media sosial dengan rentang usia 18 sampai 25 tahun. Instrumen pengambilan data yang digunakan yakni skala Big Five Inventory: IPIP-BFM-50 yang dirancang oleh Golberg (1992) lalu dimodifikasi oleh Greynecha (2021). Alat ukur yang dimodifikasi dan kemudian di uji coba memperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,812 yang berarti alat ukur dinyatakan reliabel. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism* terhadap pengguna media sosial dewasa awal berada pada kategori sedang, sementara tingkat *Openness* terhadap pengguna media sosial dewasa awal berada pada kategori rendah.

Kata kunci: *Big Five Personality*, Media Sosial, Dewasa Awal.

Abstract

This research aims to determine the description of Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism and Openness towards early adult social media users in Makassar City using descriptive quantitative research methods. This research was conducted on 410 respondents who used social media with an age range of 18 to 25 years. The data collection instrument used was the Big Five Inventory scale: IPIP-BFM-50 which was designed by Golberg (1992) and then modified by Greynecha (2021). The measuring instrument that was modified and then tested obtained a reliability value of 0.812, which means the measuring instrument was declared reliable. The results of the descriptive analysis show that the level of Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism towards early adult social media users is in the medium category, while the level of Openness towards early adult social media users is in the low category.

Keywords: *Big Five Personality, Social Media, Early Adult*

PENDAHULUAN

Manfaat media sosial selain untuk media berkomunikasi dan mencari informasi salah satunya juga sebagai tempat mencari hiburan. Dengan banyaknya fitur-fitur yang menarik dan canggih, pengguna memanfaatkan sebagai tempat untuk melepas penat dengan *scroll* akun-akun gosib, video lucu, atau bermain game. Fitur media sosial yang dapat menampilkan foto dan video membuat sebagian pengguna mempopulerkan dirinya dengan memasang foto profil dan mengunggah status yang bisa menarik perhatian banyak orang. Menurut Kotler dan Keller (2015) dalam *platform social media* ditemukan beberapa bentuk yang terdiri dari *Whastaap*, *Instagram*, *Facebook*, *Twiter*, *Tiktok* dan lain-lainnya.

Hasil Survey dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 mengatakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia saat ini mencapai 210 juta jiwa dengan angka tersebut mayoritas berusia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64 % (Kompas.com, 2022). Berdasarkan jenis kelaminnya, tingkat penetrasi internet terhadap laki-laki di Indonesia sebesar

79,32%, Angkanya lebih tinggi dibandingkan penetrasi internet kepada perempuan yang sebesar 77,36%. Menurut Santrock (2011) usia tersebut adalah usia dewasa awal dengan rentang usia berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai oleh kegiatan yang bersifat eksperimen dan eksplorasi.

Berdasarkan data yang dikumpulkan peneliti waktu rata-rata pengguna internet yang dilakukan oleh dewasa awal di Makassar adalah 12 jam per harinya, mereka mengaku tidak bisa menahan diri untuk membuka media sosial setiap dua jam. Menurut sejumlah penelitian, terlalu sering menggunakan media sosial berdampak buruk pada kesehatan mental seseorang, sejalan dengan hasil penelitian dari (Ema & Kusuma, 2017) menjelaskan bahwa pengguna media sosial yang berlebihan akan memiliki tingkat stress ringan, faktor yang mempengaruhi ialah, beban yang terlalu berat, konflik, frustrasi, hal tersebut dipengaruhi karena terlalu sering menggunakan media sosial, sehingga mereka hanya tidur selama 6 jam semalam, dan menggunakan media sosial lebih dari 4 jam perhari.

Kraut, dkk. (1998) mengemukakan bahwa internet dapat mempengaruhi kepribadian seseorang. Feist (2010) mengemukakan kepribadian adalah bentuk dari trait yang relatif permanen dan merupakan karakteristik yang unik yang secara konsisten memperlihatkan tingkah laku individu. Salah satu tokoh yang mengemukakan tentang kepribadian yaitu McCrae dan Costa (dalam Cervone & Lawrence, 2012) yang telah mengemukakan bahwa perbedaan kepribadian setiap individu dapat dipahami dalam bentuk kepribadian lima besar (*Big Five Personality Theory*). Kelima trait tersebut *extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, openness to new experience*.

Extraversion menggambarkan trait gemar bersosialisasi, aktif, senang berbicara, berorientasi pada orang, optimis, menyukai perhatian dan penuh kasih sayang. *Agreeableness* menggambarkan trait berhati lembut, penuh kepercayaan, suka membantu, pemaaf dan polos. *Conscientiousness* menunjukkan trait tegas, gigih, ambisius, pekerja keras, terorganisasi dan dapat diandalkan. *Neuroticism* berkaitan dengan trait negatif seperti mudah khawatir, tegang, emosional, merasa tidak aman dan merasa tidak cukup baik. Kemudian yang terakhir yaitu *Openness to experience* menggambarkan trait imajinatif, kreatif, orisinal, memiliki minat yang luas dan rasa keingintahuan yang tinggi (Cervone & Lawrence, 2012).

Hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada sepuluh orang responden, di mana enam responden mengatakan bahwa mereka sangat aktif ketika berinteraksi dengan orang lain di internet, seperti mengunggah *story* terkait kehidupannya dan mengirim pesan kepada kenalan baru. Hal ini sesuai dengan dimensi *extraversion*, orang dengan kepribadian *extraversion* memiliki ciri yaitu suka berhubungan dengan orang lain, aktif berkenalan, serta tidak sungkan mencari teman baru. Kemudian empat responden mengatakan bahwa mereka menggunakan media sosial karena mencari informasi penting, mencari referensi terkait tugasnya, dan mereka juga dapat mengontrol waktu pemakaian dalam menggunakan media sosial. Hal ini sesuai dengan dimensi *Agreeableness*, orang dengan kepribadian ini memiliki sifat cenderung fokus pada hal-hal positif, serta dapat dipercaya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penelitian yang telah dilakukan oleh (Handikasari, Jusup, & Johan, 2018) mengatakan bahwa pengguna media sosial memberikan dampak positif yaitu mampu memberikan informasi serta dapat dinilai intensitasnya melalui rekuensi dan juga melalui durasi penggunaan media sosial. Kemudian hasil penelitian dari (Kircaburun & Alhabash Saleem, Tosuntas Betul S, 2018) menjelaskan bahwa setiap pengguna dari media sosial akan dipengaruhi oleh *the big five personality* karena seseorang yang menggunakan media sosial akan menimbulkan berbagai permasalahan yang muncul.

Pengguna media sosial sendiri memiliki karakteristik yang berbeda beda, karena setiap seseorang akan memiliki sikap, motif, tipe kepribadian, pengalaman yang berbeda dalam penggunaan media sosial, sehingga dalam penelitian ini *big five personality* pada pengguna media sosial akan digunakan guna untuk membedakan antar individu dengan individu yang lainnya. Penelitian ini juga memfokuskan durasi dari penggunaan media sosial yang menyebabkan permasalahan yang muncul dalam penggunaan media sosial itu sendiri.

Kepribadian memiliki pengaruh penting terhadap perilaku individu di internet, secara khusus dapat juga memengaruhi intensitas individu untuk berbagi informasi di media sosial. Maka Penelitian ini akan mempertegas temuan riset-riset sebelumnya bahwa bagaimana gambaran *big five personality* terhadap pengguna media sosial. Dalam penelitian ini *Big five personality* didefinisikan sebagai karakteristik yang menetap pada diri seseorang yang menggambarkan perilaku individu yang digunakan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Penelitian ini akan dilakukan pada dewasa awal pengguna media sosial di kota Makassar.

Big Five Personality

Big Five Personality merupakan pendekatan yang digunakan oleh psikolog dalam menilai atau melihat kepribadian dari seseorang. Pada awalnya teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Goldberg pada tahun 1981, tetapi dalam perkembangan teori *big five* berawal dari Cartell (Srivastava & John, 1999) dengan menggunakan multidimensional model struktur kepribadian Allport dan Odbert. Teori *big five* bukan berasal dari perspektif teori mengenai kepribadian, akan tetapi berasal dari analisis tentang bahasa sehari-hari yang digunakan oleh seseorang dalam menggambarkan dirinya. dan kebutuhan anak (Lamb, 2004).

Goldberg (1992) menjelaskan tipe kepribadian *big five* atau *big five personality* merupakan pengelompokan *traits* yang dimiliki individu kedalam lima kelompok *traits* dimana setiap individu memiliki tendesi yang lebih tinggi pada salah satu dari lima kelompok *traits* tersebut sehingga hal tersebut dapat menggambarkan karakteristik individu yang membuatnya berbeda dengan individu lainnya. McCrae (2011) berpendapat bahwa kepribadian adalah karakteristik yang menetap dalam diri seseorang yang menggambarkan perilaku individu, yang digunakan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Penelitian yang dilakukan Robbins dan Judge (2011) yang mendefinisikan kepribadian sebagai jumlah total dari cara seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain, selain itu kepribadian yang relatif menetap cenderung mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan tujuan dan tuntutan yang diberikan terhadap seseorang menggambarkan dirinya.

METODE PENELITIAN

Responden

Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 410 responden (N=410) yang merupakan pengguna Media sosial yang berada di Kota Makassar dengan rentang usia 18-25 tahun, dengan laki-laki sebanyak 205 dan perempuan sebanyak 205. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental yang diperoleh melalui penyebaran skala online dan turun lapangan ke kampus-kampus lainnya.

Instrumen Penelitian

Skala Big Five Personality yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala siap sebar *The International Item Pool (IPIP)* dari skripsi greynecha djuri (2021) yang dirancang oleh Goldberg (1992) dan telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Akhtar dan Azwar (2019). Reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.812. Skala ini terdiri dari 50 item.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif mempunyai tujuan untuk menganalisis data menjadi deksriptif agar mampu memberikan gambaran awal tentang subjek dalam suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh dan tidak menguji hipotesis (Bungin, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Pada penelitian ini ditemukan bahwa Trait *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism* terhadap pengguna Media sosial dewasa awal berada pada kategori sedang, sementara tingkat *Openness* terhadap pengguna media sosial dewasa awal berada pada kategori rendah. Hasil analisis data dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. Demografi Responden

Demografi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	205	50.0
	Perempuan	205	50.0
Usia	18-21 tahun	176	42.9
	22-25 tahun	234	57.1
Suku	Makassar	169	41.2
	Bugis	164	40.0
	Toraja	57	13.9

	Mandar	12	2.9
	Lainnya	8	2.0
Pekerjaan	Mahasiswa	288	70.2
	Sedang bekerja	122	29.8
Media Sosial	Whatsapp	82	20.0
	Instagram	111	27.1
Durasi penggunaan Medos	< 8 jam	131	32.0
	>8 jam	279	68.0

Berdasarkan Tabel 1 dari hasil analisis deskriptif demografi diketahui bahwa jumlah responden seimbang yaitu Perempuan berjumlah 205 responden dan laki-laki 205 responden, usia sebagian besar didapatkan pada rentan 22 sampai 25 tahun sebanyak 234, suku sebagian besar didapatkan pada responden yang bersuku makassar sebanyak 169, pekerjaan paling banyak didapatkan pada responden yang berstatus mahasiswa sebanyak 288, media sosial paling banyak didapatkan pada responden pengguna Whatsapp sebanyak 82, dan durasi pengguna medsos paling banyak didapatkan pada responden > 8 jam sebanyak 279.

Tabel 2. Kategorisasi Extraversion

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	21	5.1
Tinggi	80	19.5
Sedang	181	44.1
Rendah	95	23.2
Sangat Rendah	33	8

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa dari total 410 responden didapatkan hasil bahwa terdapat 21 responden (5,1%) yang berada dalam kategori sangat tinggi, terdapat 80 responden (19,5%) kategori tinggi, terdapat 181 responden (44,1%) kategori sedang, terdapat 95 responden (23,2%) kategori rendah, dan terdapat 33 responden (8%) berada dalam kategori sangat rendah.

Tabel 3. Kategorisasi Agreeableness

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	46	11.2
Tinggi	85	20.7
Sedang	140	34.1
Rendah	115	28
Sangat Rendah	24	5.9

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa dari total 410 responden didapatkan hasil bahwa terdapat 46 responden (11.2%) yang berada dalam kategori sangat tinggi, terdapat 85 responden (20.7%) kategori tinggi, terdapat 140 responden (34.1%) kategori sedang, terdapat 115 responden (28%) kategori rendah, dan terdapat 24 responden (5.9%) berada dalam kategori sangat rendah

Tabel 4. Kategorisasi Conscientiousness

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	41	10
Tinggi	119	29
Sedang	124	30.2
Rendah	104	25.4
Sangat Rendah	22	5.4

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa dari total 410 responden didapatkan hasil bahwa terdapat 41 responden (10%) yang berada dalam kategori sangat tinggi, terdapat 119 responden (29%) kategori tinggi, terdapat 124 responden (30.2%) kategori sedang, terdapat 104 responden (25.4%) kategori rendah, dan terdapat 22 responden (5.4%) berada dalam kategori sangat rendah

Tabel 5. Kategorisasi *Neuroticism*

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	28	6.8
Tinggi	98	23.9
Sedang	156	38
Rendah	98	23.9
Sangat Rendah	30	7.3

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa dari total 410 responden didapatkan hasil bahwa terdapat 28 responden (6.8%) yang berada dalam kategori sangat tinggi, terdapat 98 responden (23.9%) kategori tinggi, terdapat 156 responden (38%) kategori sedang, terdapat 98 responden (23,9%) kategori rendah, dan terdapat 30 responden (7.3%) berada dalam kategori sangat rendah

Tabel 6. Kategorisasi *Openness to new experience*

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	34	8.3
Tinggi	84	20.5
Sedang	127	31
Rendah	135	32.9
Sangat Rendah	30	7.3

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa dari total 410 responden didapatkan hasil bahwa terdapat 34 responden (8.3%) yang berada dalam kategori sangat tinggi, terdapat 84 responden (20.5%) kategori tinggi, terdapat 127 responden (31%) kategori sedang, terdapat 135 responden (32,9%) kategori rendah, dan terdapat 30 responden (7.3%) berada dalam kategori sangat rendah.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap gambaran umum *big five personality* pada 410 responden yang merupakan pengguna media sosial dewasa awal, terdapat lima kategorisasi yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi dan umumnya berada pada kategori sedang kecuali tipe kepribadian *openness to experience* berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kebervariasian *big five personality* pada pengguna media sosial dewasa awal di Kota Makassar.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putu Ayu Aninditya (2023) menunjukkan hasil bahwa trait *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* memiliki hubungan positif signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Sedangkan *openness to experience* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *self-disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram.

Keberagaman tipe kepribadian *big five* dapat terjadi karena adanya pengaruh dari beberapa faktor salah satunya adalah pola asuh. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh Labaiga, Tuda & Kundre (2019) yang mengatakan bahwa bentuk-bentuk pola asuh orang tua mempengaruhi kepribadian. Pola asuh demokratis yang paling banyak pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif terhadap tipe kepribadian *openness to experience*, *ekstraversi*, *agreeableness*, dan *neuroticism*.

Selain itu, terdapat faktor lain yang mempengaruhi kebervariasian tipe kepribadian *big five* yaitu budaya. Kebudayaan dapat menjadi penentu kebervariasian kepribadian dikarenakan setiap budaya memiliki kepercayaan dan kebiasaan yang akan membuat individu memiliki pola perilaku yang khas sesuai dengan budayanya (Pervin & Daniel, 2016). Hal tersebut juga sejalan dengan hasil analisis deskriptif tipe kepribadian *big five* berdasarkan suku yang juga menunjukkan kebervariasian. tipe kepribadian *big five*, dimana kita ketahui bahwa setiap suku memiliki kepercayaan, kebiasaan, nilai

dan norma masing- masing.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tipe *extraversion* memperoleh hasil yaitu 44,1% dengan kategori sedang hal ini sesuai dengan perilaku *extraversion* yaitu pengguna media sosial cenderung menggunakannya dengan positif dimana tipe *extraversion* memiliki sikap yang antusiasme, senang bergaul, dan memiliki emosi positif, sehingga pada penelitian ini rata rata dewasa awal cukup baik dalam menggunakan media sosial. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wang, Jackson, Zhang, & Su, 2012) dimana individu yang menggunakan media sosial akan memiliki efek signifikan pada penggunaannya, pada tipe *extraversion* dalam menggunakan media sosial akan memberikan hasil yang positif seperti akan mendapatkan banyak teman baru, mudah memposting dirinya di media sosial, dan juga akan mendapatkan pengetahuan baru.

Hasil ini dikaitkan dengan teori Costa dan Mc Crae (Feist dan Feist, 2006) dimana tipe *extraversion* yang tinggi merupakan individu yang selalu aktif dan penuh semangat, berbeda dengan tipe *ekstraversion* yang rendah yang memiliki sikap pemalu, penyendiri, dan pendiam.

Sejalan dengan hasil penelitian oleh Choi et al. (2017) memamparkan bahwa remaja yang memiliki nilai kepribadian *extraversion* tinggi menunjukkan tingkat kesenangan dalam menjalin relasi yang tinggi. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan Andersson et al. (2018) bahwa individu dengan kepribadian *extraversion* memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap interaksi sosial maka dari itu mereka cenderung lebih banyak menggunakan Instagram.

Kemudian hasil analisis deskriptif pada tipe *Agreeableness* memperoleh hasil 34,1% dengan kategori sedang, sehingga dewasa awal di kota Makassar rata-rata memiliki pribadi yang cenderung ramah terhadap teman di media sosial, memiliki kepribadian yang selalu mengalah, dan memiliki kecenderungan untuk mengikuti orang lain. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wang, Jackson, Zhang & Su, 2012) dimana *Agreeableness* memiliki hubungan yang positif dalam penggunaan media sosial serta selalu terbuka dalam menggunakan media sosial.

Pada penelitian (Stoughton, Thompson, & Meade, 2013) juga menjelaskan bahwa beberapa pengguna media sosial *agreeableness* juga terkadang memberikan komen atau pesan negatif kepada pengguna media sosial lainnya, karena mereka juga terkadang memiliki emosi yang kurang stabil. hal ini juga sesuai dengan teori Costa dan Mc Crae (Feist dan Feist, 2006) dimana seseorang *agreeableness* yang tinggi selalau taat akan peraturan dan selalu menghindari masalah, sedangkan seseorang yang memiliki *agreeableness* yang rendah memiliki emosi yang kurang stabil, mudah tersinggung. Hasil analisis deskriptif pada tipe *Conscientiousness* memperoleh hasil 30,2% dengan kategori sedang, Sehingga pada hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa usia dewasa awal di kota Makassar cenderung memiliki karakteristik yang berhati-hati dan berpikir dahulu sebelum bertindak. Individu dengan *conscientiousness* yang sedang lebih berhati-hati dan terorganisir dalam menggambarkan dirinya di media sosial sehingga pengungkapan diri yang dilakukan cenderung lebih sedikit, Hal ini serupa dengan penelitian lain yang menemukan bahwa individu *conscientiousness* cenderung menghindari penggunaan media sosial karena mendistraksi dari pekerjaan mereka (Chen, dkk., 2016).

Hasil analisis deskriptif pada tipe *neuroticism* memperoleh hasil 38% dengan kategori sedang, Sehingga pada hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa usia dewasa awal di kota Makassar cenderung merasakan dukungan sosial yang rendah sehingga dalam mengungkapkan dirinya dengan memposting informasi pribadi yang akurat. Selain itu, pada penelitian sebelumnya *neuroticism* ditemukan memoderasi hubungan antara stres dan penyesuaian transisi ke masa remaja (Chen, dkk., 2016). Selain itu, individu *neuroticism* bersasosiasi positif dalam mengekspresikan aspek diri ideal dan aspek diri tersembunyi.

Hasil analisis deskriptif pada tipe *Openess to experience* memperoleh hasil yaitu 32,9 % dengan kategori rendah, Sehingga pada hasil penelitian ini diketahui bahwa usia dewasa awal di kota Makassar biasanya adalah sosok yang lebih tradisional, tidak suka perubahan seperti tidak mudah mengikuti trend yang ada di media sosial karena individu yang memiliki *openness* yang rendah kurang minat untuk mencoba hal-hal baru. Hal ini sejalan dengan penelitan (Ramadhani, 2012) mengatakan bahwa individu yang rendah dalam *Openess to experience* umumnya memiliki kepribadian sederhana, membosankan, dan tidak kreatif.

Kemudian dari hasil demografi berdasarkan durasi penggunaan medsos terdapat 279 responden dengan persentase sebesar 68,0% menggunakan media sosial lebih dari 8 Jam per hari. Sehingga penelitian yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa banyak usia dewasa awal yang menggunakan media sosial secara berlebihan, meskipun dalam penggunaan media sosial masih dalam tahap positif, selain itu banyak usia dewasa awal juga memiliki media sosial lebih dari 2 yang berarti

penggunaan media sosial yang di gunakan semakin sering dalam sehari.

Penggunaan media sosial saat ini memang sangat tinggi, setiap hari individu selalu mengakses media sosial yang alasannya adalah sebagai media komunikasi. Sejalan dengan hasil penelitian oleh (Sherlyanita & Rakhmawati, 2016) menjelaskan bahwa subjek yang di teliti telah mampu menggunakan internet dan media sosial secara bijak, meskipun setiap hari subjek penelitian masih selalu mengakses internet. Dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketika remaja tidak bisa mengendalikan penggunaan internet dimana durasi yang berlebihan maka membuat pengguna kecanduan dan menyebabkan faktor-faktor negatif yang bermunculan sehingga remaja tersebut diharapkan mampu mengendalikan penggunaan internet dan media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai gambaran *big five personality* pada pengguna media sosial dewasa awal di kota Makassar, diperoleh kesimpulan bahwa tingkat *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism* pada pengguna media sosial dewasa awal di kota Makassar berada pada tingkat sedang. Sementara pada tingkat *openness to new experience* pada pengguna media sosial dewasa awal di kota Makassar berada pada tingkat rendah. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa *extraversion* memiliki frekuensi lebih banyak pada tingkat kategori sedang dibanding dengan *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, *openness to new experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). Profil Penggunaan Internet Indonesia. Jakarta: APJII
- Azwar, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Badan Pusat Statistik. (2022, Mei). Keadaan Ketenagakerjaan Sulawesi Selatan,
- Cervone D., & Pervin L.A. (2012). Kepribadian: Teori dan Penelitian Buku 2 Jakarta: Salemba Humanika.
- Choi, Hoon S. Et al.2017. The effect of intrinsic and extrinsic quality cues of digital video games on sales: An empirical investigation. Decision Support Systems Elsevier. Vol. 106, h. 86- 96
- Feist, J., & Feist, G. J. (2009). Theories of personality. Boston, MA: McGraw Hill Higher Education
- Goldberg, L. R. (1992) The Development of Makers for the Big Five-Factor Structure. Journal of Psychological Assessment, 4(1) 26-42.
- Handikasari, R. H., Jusup, I., & Johan, A. (2018). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Gejala Depresi Mahasiswa Kedokteran, 7(2), 919–934.
- John, O. P, & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. In L. A. Pervin, & O. P. John (Eds.), Handbook of Personality: Theory and Research 2nd ed., 102 - 138. New York: Guilford.
- Kircaburun, K., & Alhabash Saleem, Tosuntas Betul S, G. D. M. (2018). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives.
- Kotler & Keller, (2015), Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well- being? American Psychologist
- Labaiga, N.G.E., Tuda, J., & Kundre, R. (2019). Hubungan Pola Asuh Orang Tua Denga Kepribadian Remaja Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Remboken. Journal Keperawatan. 7(1), 1-9.
- Lamb, C.W., et al. (2004). Essential of Marketing. Mason: South-Western/Thomson Learning.
- Pervin, L., & Daniel, C. (2016). Personality: Theory and Research Thirteenth Edition. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Pervin, L., Cervone, D., & John, O.P. (2005). Personality: Theory and Research. USA: John Wiley and Sons, Inc
- Santrock, J.W. (2011). Child Development (Perkembangan Anak Edisi 11 Jilid 2, Penerjemah: Rachmawati dan Kuswanti). Jakarta: Erlangga.
- Sherlyanita, A. K., & Rakhmawati, N. A. (2016). Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence, 2(1), 17–22. Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id>
- Stoughton, J. W., Thompson, L. F., & Meade, A. W. (2013). Big Five Personality Traits Reflected in Job Applicants Social Media Postings, 16(11), 800–805.

- Wang, J., Jackson, L. A., Zhang, D., & Su, Z. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior, 28*(6), 2313–2319
- Wati, M., & Rizky. (2009). *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Wicaksana, S., Novasari, E.P., & Janita, S.S. (2017). Gambaran Tipe Kepribadian Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Mind Set. 8*(1), 11-17.