



Adaptasi Indonesia *Bergen Social Media Addiction Scale*

Indonesia Bergen Social Media Addiction Scale Adaptation

Indri Utami Sumaryati, Dwi Agustin Nuriani Sirodj, Melsan Gadama*

Universitas Islam Bandung, Bandung, Indonesia

*E-mail: gadamamelsan02@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi memicu perubahan perilaku individu, salah satunya perilaku penggunaan internet dan sosial media. Individu yang ketergantungan dalam menggunakan internet dan bersosial media mengarah pada perilaku adiksi. Penelitian empirik mengenai perilaku adiksi dalam menggunakan sosial media masih terus berkembang dan alat ukur yang tersedia juga masih terbatas. Salah satu alat ukur yang sudah dikembangkan untuk mengukur tingkat adiksi sosial media adalah *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS), dan alat ukur ini belum diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi BSMAS ke dalam Bahasa Indonesia, mengacu pada langkah-langkah yang diatur dalam *International Test Commission* (ITC). Dilakukan proses uji coba terhadap 483 sampel dengan menggunakan *multistage* sampling. Data dianalisis dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*, dengan hasil nilai CR (.91) > .70 serta keseluruhan nilai VE (.65) > .50, artinya bahwa model pengukuran modifikasi memiliki konsistensi internal (reliabel) dan nilai p-value, RMSEA, CFI, GFI, dan AGFI telah memenuhi kriteria yang ditetapkan sehingga menandakan model fit.

Kata kunci: Adiksi, Adaptasi pengukuran, CFA, Media sosial.

Abstract

Technological advancements trigger changes in individual behaviour, including internet and social media usage. Individuals who are dependent on using the internet and social media lead to addictive behaviour. Empirical research regarding addictive behaviour in using social media is still developing, and the available measuring tools are still limited. One of the measuring tools that have been designed to measure the level of social media addiction is the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), which has not been adapted to Indonesian. This research aims to adapt the BSMAS into Indonesian, following the steps regulated by the International Test Commission (ITC). A trial process was carried out on 483 samples using multistage sampling. The data were analyzed using Confirmatory Factor Analysis, with the results of a CR value (.91) > .70 and an overall VE value (.65) > .50, meaning that the modified measurement model has internal consistency (reliability) and a p-value, RMSEA, CFI, GFI, and AGFI have met the specified criteria, indicating that the model is fit.

Keywords: addiction, CFA, measurement adaptation, social media.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman turut membawa pengaruh besar pada perkembangan teknologi, komunikasi, dan sistem informasi yang tentunya juga mempengaruhi kehidupan sehari-hari manusia. Salah satu hal inti dalam perkembangan ini adalah internet yang dapat membuat semua orang dapat terhubung melalui media yang ada seperti komputer atau *handphone* sehingga kini

telah menjadi sebuah bagian dari gaya hidup baru masyarakat (Mawardah, 2019). Berdasarkan data *Internet World Stats*, Indonesia menempati peringkat kelima sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia pada tahun 2019 (Mawardah, 2019). Data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), juga menunjukkan bahwa tahun ini pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang dimana jumlah meningkat sebanyak 2,67% dari periode sebelumnya. Fenomena internet ini seakan seperti dua sisi mata uang. Internet menyediakan akses jarak jauh kepada orang lain dan informasi berlimpah di semua bidang, namun juga merupakan suatu lingkungan yang bisa disalahgunakan oleh hampir semua orang, terlepas dari minat mereka terhadap teknologi dan sains (Chou dkk., 2005). Proses penyalahgunaan aktivitas yang menggunakan teknologi internet ini dapat mengarah pada yang disebut sebagai perilaku adiksi.

Berdasarkan DSM-V diagnosa yang termasuk ke dalam kategori *disorder* terkait perilaku adiksi adalah judi patologis. Namun banyak juga penelitian terhadap perilaku lain yang menjadi potensial untuk dikatakan sebagai perilaku adiksi, seperti adiksi bermain *game* (Fisher, 1994), adiksi olahraga (Adams & Kirkby, 2002), adiksi *handphone* (Choliz, 2010), adiksi *online*, adiksi seks (Griffiths, 2012), adiksi berbelanja (Clark & Calleja, 2008), dan adiksi internet (Beard, 2005; Young, 1996). Seiring bertambahnya waktu, keberadaan internet menjadi tidak terlepas dari kehidupan manusia di masa kini, sebab internet dapat mempengaruhi gaya hidup, akses informasi yang didapat, dan arus komunikasi (Gultom dkk., 2018). Internet merupakan produk dari teknologi yang telah melekat sebagai suatu kebutuhan tersendiri bagi manusia selama beberapa tahun terakhir (Gunawan dkk., 2021). Menurut survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pada tahun 2022 hingga 2023, sebanyak 215,63 juta orang di Indonesia telah menjadi pengguna internet. Jumlah ini mengalami peningkatan 2,67% bila dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Internet memiliki dampak negatif karena menimbulkan ketidakmampuan banyak orang dalam mengendalikan penggunaannya sehingga mengabaikan aktivitas sehari-hari, dan penggunaan internet yang intensif juga menimbulkan efek psikologis yang disebut kecanduan/adiksi (Gunawan dkk., 2021). Dalam konteks ini, adiksi yang dimaksud adalah yang dikategorikan sebagai “Sebuah kepedulian yang berlebihan terhadap aktivitas *online*, didorong oleh motivasi yang tidak dapat dikendalikan untuk melakukan aktivitas yang menghabiskan waktu berlebihan dan mengganggu aktivitas hidup lain yang lebih penting” (Andreassen & Pallesen, 2014). Adiksi internet memiliki tiga jenis, yaitu bermain *game* berlebihan, keterpakuan pada *online* seks, dan *email/texting* (Young, 2009). Chou dkk. (2005) menyimpulkan bahwa adiksi disebabkan oleh: (1) internet itu sendiri, seperti konten dan kualitas yang unik; (2) sifat pengguna yang kebutuhannya dapat terpenuhi melalui akses internet sehingga menimbulkan keterikatan; (3) sifat interaksi antar pengguna yang menjadi domain sosial kuat karena menghubungkan pengguna di seluruh dunia, bukan hanya sekedar akses yang mudah terhadap informasi.

Media sosial membuat banyak orang yang terpisah secara geografis dapat bersatu dalam suatu ruang virtual, di dalam media sosial siapapun bisa saling berinteraksi sehingga hal tersebut akan membentuk kenyamanan tersendiri bagi penggunanya (Rahardjo dkk., 2019). Namun, fenomena ini juga dapat membentuk adiksi atau ketergantungan, di mana seseorang yang mengalami adiksi media sosial akan memberikan perhatian berlebih pada media sosial (Rahardjo dkk., 2019). Media sosial adalah salah satu jenis aktivitas *online* yang melakukan *email* atau *texting*. Di awal era media sosial, *facebook* menjadi sebuah *platform* yang populer sekitar 10 tahun yang lalu. Oleh karena itu banyak penelitian mulai dilakukan terkait aktivitas *facebook*.

Peneliti dari Bergen University mengkonstruksi *The Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS), yang terdiri dari 18 item terdiri dari enam elemen inti dari adiksi (*salience*, *mood*

modification, tolerance, withdrawal, conflict, and relapse). Terdapat enam kriteria penggunaan media sosial: (1) *salience*, mengacu pada penggunaan media sosial sebagai satu-satunya hal yang paling penting dalam kehidupan seseorang, baik secara kognitif maupun perilaku; (2) *mood modification*, mengacu pada penggunaan media sosial yang digunakan dengan konsisten untuk mengubah keadaan suasana hati seseorang; (3) *tolerance*, mengacu pada intensitas penggunaan media sosial yang meningkat sehingga memerlukan waktu yang lebih lama untuk mengakses penggunaan media sosial demi mendapatkan suasana hati dan kepuasan yang diinginkan; (4) *withdrawal symptom*, mengacu pada efek fisiologis dan psikologis yang terjadi ketika mengurangi atau menghentikan penggunaan media sosial; (5) *conflict*, mengacu pada penggunaan media sosial yang membahayakan dan merusak hubungan interpersonal, berdampak (mempengaruhi) negatif pada aktivitas sehari-hari, seperti bekerja atau sekolah, serta menciptakan konflik intrapsikis, munculnya ambivalensi (contohnya: hilangnya kendali subjektif); dan (6) *relapse*, mengacu pada kecenderungan untuk kembali melakukan perilaku adiktif di media sosial setelah berhenti selama beberapa waktu (D'Arienzo dkk., 2019). BFAS terdiri atas 18 aitem, masing-masing dimensi diwakili oleh tiga aitem. Hasil analisa faktor menunjukkan BFAS memiliki struktur faktor yang baik (RMSEA= 0.046, CFI = 0.99) dengan koefisien alpha sebesar .83. Dengan demikian, skala ini memiliki validitas dan reliabilitas yang cukup baik (Andreassen dkk., 2012).

Saat ini media sosial sudah sedemikian banyak berkembang. Tidak hanya *facebook*, tetapi juga *twitter, whatsapp, line, instagram*. Maka dari itu peneliti dari Bergen University melakukan penyesuaian terhadap alat ukur BFAS menjadi alat ukur yang lebih ringkas dan dapat mengukur perilaku adiksi terkait dengan berbagai macam media sosial. Hasil adaptasi tersebut adalah *The Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) terdiri dari enam item yang merefleksikan enam elemen inti dari adiksi (Griffith, 2005). Tiap item dijawab dengan lima poin skala likert. Poin 1 untuk skala “sangat jarang dilakukan” dan poin 5 untuk skala “sangat sering dilakukan”. Penjumlahan poin akan menghasilkan total skor yang bernilai 6 poin sampai 30 poin. Item-itemnya menanyakan mengenai pengalaman selama 1 tahun sebelumnya (contoh: selama satu tahun ini seberapa sering berusaha tidak mengakses media sosial namun gagal). Adaptasi BSMAS adalah mengubah kata *Facebook* menjadi *Social Media* dan menjadikan item yang mewakili 1 elemen inti dari adiksi. Konsistensi internalnya adalah Cronbach's α .88 (Andreassen & Pallasen, 2016).

Penelitian-penelitian di Indonesia terkait perilaku *online* media sosial adalah tema yang menarik dan penting untuk diteliti. Akses terhadap internet dan media sosial yang sudah menjadi perilaku sehari-hari layak untuk diteliti di Indonesia. Perilaku menggunakan internet dan media sosial perlu banyak diteliti karena memiliki potensi untuk diarahkan pada atribusi positif seperti hiburan, fasilitas bisnis, perkembangan kemampuan kognisi, modal sosial, interaksi sosial. Selain itu, perilaku tersebut juga berpotensi untuk dapat berkontribusi negatif manakala menjadi penggunaan yang berlebihan sehingga menjadi adiksi terhadap penggunaan teknologi tersebut (Andreassen, 2015; Kuss dkk., 2014).

Keperluan meneliti perilaku bermedia sosial menjadikan perlunya instrumen alat ukur untuk dapat melihat fenomena adiksi yang dapat digunakan di Indonesia. Oleh karena itu maka adaptasi alat ukur menjadi penting karena tes psikologi tidak cukup dan tidak dapat hanya melalui proses diterjemahkan saja tanpa dilakukan adaptasi. Tujuan dari adaptasi instrument pengukuran adalah menghadirkan tes/instrumen di lingkungan budaya selain lingkungan budaya asal. Sekedar penterjemahan akan mengancam validitas dari hasilnya (Purwono, 1998).

2. METODE

2.1. Proses Adaptasi Alat Ukur

Rancangan/desain penelitian yang digunakan dalam rangka melakukan adaptasi alat ukur BSMAS adalah arahan untuk mentranslasi dan mengadaptasi alat ukur yang menggunakan ketentuan dari *International Test Commission* (ITC) dengan langkah-langkah sebagai berikut: *precondition, test development, confirmation, administration, score scales and interpretation*. Prosedur penelitiannya diawali dengan tahap *precondition* di mana penulis melakukan korespondensi melalui *email* dengan Stale Palassen, salah seorang peneliti dari Universitas Bergen yang mengembangkan alat ukur ini, yang berasal dari negara Norwegia. Penulis berdiskusi bersama Pallasen selaku *subject matter expert* (SME) mengenai konstruk alat ukur yang menggunakan Bahasa Inggris, proses administrasi dan skoring serta pemaknaan hasil skoring. Selain itu juga mendapatkan izin dari Pallasen untuk mengadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Kemudian mencari *translator* yang memahami Bahasa Inggris dengan baik dan juga memahami ilmu psikologi. Setelah itu peneliti melakukan proses *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui keterbacaan item-item yang sudah ditranslasi tersebut oleh subjek penelitian (lihat [Supplementary File](#) untuk mengakses hasil adaptasi seluruh item alat ukur ke dalam versi Bahasa Indonesia).

2.2. Partisipan Penelitian

Adapun subjek penelitiannya adalah mahasiswa yang berkuliah di Perguruan Tinggi di wilayah Bandung. Pemilihan subjek mahasiswa adalah karena mahasiswa dapat menjadi wakil dari populasi umum. Mahasiswa di Bandung juga banyak berasal dari seluruh Indonesia sehingga mewakili populasi umum di Indonesia. Proses pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *multi stage cluster sampling* dimana yang menjadi *cluster* pada penelitian ini adalah wilayah sehingga didapat pembagian wilayah di kota Bandung adalah Bandung Utara, Bandung Tengah, Bandung Timur, dan Bandung Selatan. Kemudian *sampling* dilakukan pada perguruan tinggi yang ada di wilayah tersebut dan dilakukan pengambilan data pada Perguruan Tinggi terpilih di setiap wilayah. 112 subjek berasal dari Universitas di Bandung Utara, 123 subjek berasal dari Universitas di Bandung Timur, 134 subjek berasal dari Universitas di Bandung Selatan, dan 114 subjek berasal dari Universitas di Bandung tengah. Dari total 483 subjek, 225 adalah subjek mahasiswi dan 258 adalah subjek mahasiswa.

2.3. Data Analisis

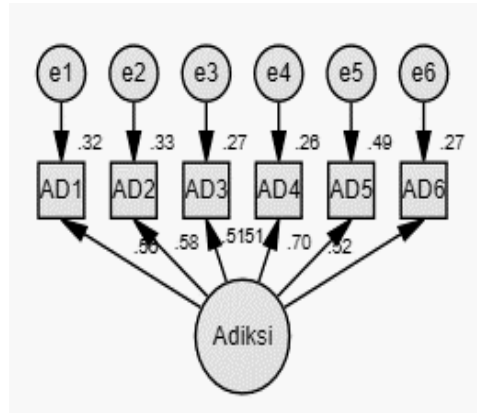
Proses analisis apakah alat ukur hasil adaptasi sudah mampu menggambarkan konstruk yang ingin diukur menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Adapun tahapan dalam melakukan analisis CFA adalah sebagai berikut: (1) Pengujian unidimensionalitas; (2) Menduga parameter-parameter model dengan metode kemungkinan maksimum; (3) Melakukan pengujian kecocokan antara model dengan data menggunakan kriteria *Goodness of Fit* (GoF).

3. HASIL

Sesuai dengan konsep teori yang dijelaskan pada Griffith (2005), BSMAS terdiri dari enam item yang merefleksikan enam elemen inti dari adiksi sehingga dilakukan proses *coding* untuk keenam elemen tersebut yaitu *salience* (AD1), *mood modification* (AD2), *tolerance* (AD3), *withdrawal symptom* (AD4), *conflict* (AD5), dan *relapse* (AD6). Adapun *path diagram* dari konsep teori tersebut dapat digambarkan seperti pada Gambar 1.

Gambar 1.

Path diagram konsep adiksi



Untuk menguji model pada Gambar 1, apakah model tersebut sudah dapat menggambarkan konsep adiksi setelah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia maka dianalisis menggunakan metode CFA dengan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 1.

Hasil Perhitungan CFA Adiksi

Item	<i>Loading Factors Estimate</i>	<i>Standardized Loading Factors</i>	<i>Standard error</i>	<i>P-value</i>	<i>Construct Reliability (CR)</i>	<i>Variance Extract (VE)</i>
AD1	1,00	0.57		0.000	0.94	0.73
AD2	1,09	0.58	0.12	0.000		
AD3	1,21	0.52	0.15	0.000		
AD4	1,08	0.51	0.14	0.000		
AD5	1,46	0.70	0.16	0.000		
AD6	1,15	0.52	0.15	0.000		

Berdasarkan hasil analisis yang dipaparkan pada Tabel 1, untuk melihat signifikan tidaknya setiap item tersebut dalam mengukur konstruk adiksi adalah dengan melihat nilai p-value bagi setiap *loading factors estimate*. Keseluruhan nilai p-value memiliki nilai yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini ($p < \alpha = .05$) yang berarti bahwa enam item yaitu (AD1, AD2, AD3, AD4, AD5, dan AD6) bermuatan positif dan signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item tersebut mampu mengukur konstruk adiksi. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap item hasil adaptasi mampu dipahami oleh subjek penelitian

Tahapan selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap model tersebut. Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa nilai CR > .70 serta keseluruhan nilai VE > .50, artinya bahwa model pengukuran memiliki konsistensi internal (reliabel) yang memadai dalam mengukur variable adiksi. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruksya (Efendi & Purnomo, 2012).

Uji kecocokan keseluruhan model dilakukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GoF) antara data dengan model. Hasil pengujian *Overall Model Fit* disajikan dalam tabel 2 berikut ini.

Tabel 2.

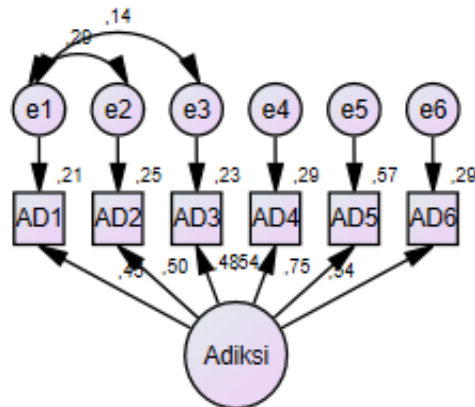
Pengujian Model Penelitian CFA Adiksi

Ukuran <i>Goodness of Fit</i>	Hasil Uji	<i>Cut Off Value</i>	Keterangan
<i>Chi-Square</i> (df=9)	0,000	$\geq \alpha$	Not Fit
p-value			
RMSEA	0.091	≤ 0.08	Not fit
CFI	0.929	≥ 0.90	Fit
GFI	0.967	≥ 0.90	Fit
AGFI	0.924	≥ 0.90	Fit

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa terdapat dua ukuran GoF yang menghasilkan kesimpulan tidak fit. Jika nilai Chi-Square signifikan, maka dilakukan modifikasi model pengukuran dengan cara mengestimasi korelasi antar kesalahan pengukuran pada beberapa item yang mungkin bersifat multidimensional (Hartono & Muchtar, 2017). Sehingga langkah berikutnya adalah melakukan modifikasi pada model yang dianalisis.

Gambar 2.

Path diagram konsep adiksi (modifikasi)



Model modifikasi pada Gambar 2 diuji kembali dengan hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 3. Pada model hasil modifikasi keseluruhan nilai p-value memiliki nilai yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini ($p < \alpha = .05$) yang berarti bahwa enam item yaitu (AD1, AD2, AD3, AD4, AD5, dan AD6) bermuatan positif dan signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item tersebut mampu mengukur konstruk adiksi. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap item hasil adaptasi mampu dipahami oleh subjek penelitian pada model hasil modifikasi.

Tabel 3.
Hasil Perhitungan CFA Adiksi (Modifikasi)

Item	<i>Loading Factors Estimate</i>	<i>Standardized Loading Factors</i>	<i>Standard error</i>	<i>p-value</i>	<i>Construct Reliability (CR)</i>	<i>Variance Extract (VE)</i>
AD1	1	0,454		0.000	0.91	0.65
AD2	1,18	0,5	0,143	0.000		
AD3	1,395	0,477	0,19	0.000		
AD4	1,407	0,535	0,198	0.000		
AD5	1,971	0,754	0,256	0.000		
AD6	1,509	0,542	0,213	0.000		

Untuk melihat validitas dan reliabilitas terhadap model modifikasi tersebut nilai CR (0.91) > 0,70 serta keseluruhan nilai VE (.65) > .50, artinya bahwa model pengukuran modifikasi juga memiliki konsistensi internal (reliabel) yang memadai dalam mengukur variable adiksi. Uji kecocokan keseluruhan model dilakukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GoF) antara data dengan model. Hasil pengujian *Overall Model Fit* disajikan dalam Tabel 4, yang menunjukkan bahwa p-value, RMSEA, CFI, GFI, dan AGFI telah memenuhi kriteria yang ditetapkan sehingga menandakan model fit dengan data.

Tabel 4.
Pengujian Model Penelitian CFA Adiksi (Modifikasi)

<i>Ukuran Goodness of Fit</i>	<i>Hasil Uji</i>	<i>Cut Off Value</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Chi-Square (df=7)</i>	0,347	$\geq \alpha$	Fit
<i>p-value</i>			
RMSEA	0,016	≤ 0.08	Fit
CFI	0,998	≥ 0.90	Fit
GFI	0,995	≥ 0.90	Fit
AGFI	0,984	≥ 0.90	Fit

4. DISKUSI

Proses adaptasi alat ukur BSMAS menunjukkan bahwa alat ukur ini dapat digunakan untuk mengukur perilaku adiksi media sosial di Indonesia karena memiliki kelayakan secara validitas dan reliabilitas. Hasil dari pengukuran reliabilitas dan validitas alat ukur BSMAS ini menyediakan bukti empirik bahwa alat ukur ini dapat digunakan di Indonesia untuk mengukur adiksi sosial media. Ini memperkuat data bahwa alat ukur ini valid dan reliabel, karena sudah diadaptasi juga di beberapa negara lain. Keunggulan dari alat ukur ini adalah itemnya tidak terlalu banyak, dan itemnya menggunakan kalimat yang ringkas. Namun alat ukur ini terbatas pada pengukuran perilaku media sosial saja. Dengan adanya alat ukur ini di Indonesia, maka akan menambah mudah melakukan pengukuran untuk melanjutkan penelitian mengenai perilaku media sosial yang masih sangat potensial untuk dieksplorasi. Selain itu, diperlukan pengujian lebih dalam untuk populasi yang lebih beragam dan banyak bagi penelitian penelitian selanjutnya.

Enam item yang menjelaskan adiksi adakah *saliency* (AD1), *mood modification* (AD2), *tolerance* (AD3), *withdrawal symptom* (AD4), *conflict* (AD5), dan *relapse* (AD6). Item AD5 dapat dikatakan memiliki *loading factor* tertinggi dibandingkan item yang lainnya. Artinya, item ini

lebih mampu untuk menjelaskan konstruk adiksi dibanding item yang lainnya. AD5 (*conflict*) menjelaskan bahwa seseorang yang adiksi akan seringkali dihadapkan pada pilihan antara ingin berhenti namun tidak mampu untuk berhenti. Terdapat hal yang disebut sebagai ambivalensi di mana seringkali berada di persimpangan. Berdasarkan etimologi adiksi bahwa terdapat 2 potensi makna (*bivalent*) dalam adiksi bahwa perilaku bersosial media memiliki potensi kebermanfaatan tapi juga memiliki potensi merusak (Kemp, 2011). Ambivalensi atau konflik dalam adiksi dianggap sebagai masalah yang paling menantang dalam adiksi (Cioe dkk, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, J., & Kirkby, R. J. (2002). Excessive exercise as an addiction: A review. *Addiction Research & Theory*, 10(5), 415–437. <https://doi.org/10.1080/1606635021000032366>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.pr0.110.2.501-517>
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- 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), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Beard, K. W. (2005). Internet Addiction: A review of current assessment techniques and potential assessment questions. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(1), 7–14. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.7>
- Clark, M. C., & Calleja, K. (2008). Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese University students. *Addiction Research & Theory*, 16(6), 633–649. <https://doi.org/10.1080/16066350801890050>
- Chóliz, M. (2010). Mobile phone addiction: a point of issue. *Addiction*, 105(2), 373–374. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2009.02854.x>
- Chou, C., Condrón, L., & Belland, J. C. (2005). A review of the research on internet addiction. *Educational Psychology Review*, 17(4), 363–388. <https://doi.org/10.1007/s10648-005-8138-1>
- Clark, M. C., & Calleja, K. (2008b). Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese University students. *Addiction Research & Theory*, 16(6), 633–649. <https://doi.org/10.1080/16066350801890050>
- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. (2019). Addiction to social media and attachment styles: A systematic literature review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 1094–1118. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>
- Efendi, M. M., & Purnomo, J. D. T. (2012). Analisis faktor konfirmatori untuk mengetahui kesadaran berlalu lintas pengendara sepeda motor di Surabaya Timur. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 1(1), 15855. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v1i1.965>
- Forrest, A., & Nayak, S. (2020). ‘Should I stay or should I go?’ Group-analytic training: inhabiting the threshold of ambivalence is a matter of power, privilege and position. *Group Analysis*, 54(1), 55–68. <https://doi.org/10.1177/0533316420947999>

- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi media sosial dan gadget bagi pengguna internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Gultom, S. A., Wardani, N. D., & Fitrikasari, A. (2018). Hubungan adiksi internet dengan prokastinasi akademik. *Jurnal Kedokteran Diponegoro (Diponegoro Medical Journal)*, 7(1), 330-347. <https://doi.org/10.14710/dmj.v7i1.19392>
- Griffiths, M. D. (1996). Nicotine, tobacco and addiction. *Nature*, 384(6604), 18. <https://doi.org/10.1038/384018a0>
- Griffiths, M. D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. D. (2011). Internet sex addiction: A review of empirical research. *Addiction Research & Theory*, 20(2), 111–124. <https://doi.org/10.3109/16066359.2011.588351>
- Hartono, S., & Muchtar, D. Y. (2018). Uji validitas konstruk pada instrumen dengan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 6(1), 79-86. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v6i1.8155>
- Kemp, R. (2011). The symbolic constitution of addiction: Language, alienation, ambivalence. *Health*, 16(4), 434–447. <https://doi.org/10.1177/1363459311425515>
- Mawardah, M. (2019). Adiksi internet pada masa dewasa awal. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 13(2), 108–119. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v13i2.705>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi media sosial pada remaja pengguna Instagram dan Whatsapp: Memahami peran need fulfillment dan social media engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Young, K. (1996). Psychology of Computer Use: XL. Addictive use of the internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79(3), 899–902. <https://doi.org/10.2466/pr0.1996.79.3.899>
- Young, K. (2009). Internet Addiction: Diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241–246. <https://doi.org/10.1007/s10879-009-9120-x>

Acknowledgments

"Not applicable"