

Kontribusi *Need to Belong* terhadap *Online Friendship* pada Remaja Komunitas Game Online

Tiara Eristina, Rida Yanna Primanita

Universitas Negeri Padang
tiaraeristina08@gmail.com

Article History

accepted 1/8/2025

approved 30/8/2025

published 30/9/2025

Abstract

The development of digital technology has facilitated the emergence of social relationships in the form of online friendships, particularly among adolescents who are active on social media and engaged in an online gaming community. Adolescents have strong social needs, one of which is the need to belong—a fundamental drive to be accepted and connected with others. This study aims to examine the contribution of the need to belong to online friendship among adolescents in an online gaming community. A quantitative approach was employed with a sample of 100 adolescents aged 14–19 years, selected through convenience sampling. Data were collected via an online questionnaire distributed through Google Forms, consisting of two measurement scales. The results indicate that the need to belong significantly contributes to online friendship ($p < 0.05$), with a contribution of 5.4%. These findings highlight the importance of fulfilling basic psychological needs in shaping digital social relationships, particularly among adolescents in an online gaming community.

Keywords: *Need to belong, online friendship, adolescents, online gaming community, social media*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah memfasilitasi munculnya hubungan sosial dalam bentuk pertemanan daring (*online friendship*), terutama di kalangan remaja yang aktif di media sosial dan anggota komunitas game online. Remaja memiliki kebutuhan sosial yang tinggi, salah satunya adalah *need to belong* dorongan mendasar untuk diterima dan terhubung dengan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi *need to belong* terhadap *online friendship* pada remaja anggota komunitas game online. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan jumlah sampel sebanyak 100 remaja berusia 14–19 tahun yang dipilih melalui teknik convenience sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form, yang terdiri dari dua skala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *need to belong* memberikan kontribusi signifikan terhadap *online friendship* (Sig. $p < 0,05$), dengan kontribusi sebesar 5,4%. Temuan ini menekankan pentingnya kebutuhan psikologis dasar dalam membentuk hubungan sosial digital, khususnya di kalangan remaja komunitas game online.

Kata kunci: *Need to belong, online friendship, remaja, komunitas game online, media sosial*



PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia tercatat sebagai salah satu pengguna gadget terlama di dunia pada 2024, dengan rata-rata 5,7 jam setiap harinya (IndonesiaBaik.id, 2024). DataReportal (2023) mencatat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia dengan rata-rata penggunaan 7 jam 42 menit setiap harinya. Media sosial menjadi salah satu platform paling diminati, digunakan lintas usia dari remaja hingga lansia. Media sosial merujuk pada portal video, situs pribadi, dan pesan singkat daring yang memungkinkan individu saling mengirimkan konten (Body dalam Fauchs, 2017). Menurut Allen, Gray, Baumeister, dan Leary (2022), membangun hubungan sosial bermakna penting bagi setiap individu. Kebutuhan ini umumnya dipenuhi melalui interaksi tatap muka, namun perkembangan teknologi memungkinkan hubungan terjalin secara virtual, terutama pada remaja (Ainiyah, 2018). Permana (2023) menyebut media sosial kini digunakan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga berbagi pengalaman, menyalurkan bakat, hingga aktivitas ekonomi. Pada dasarnya, media sosial dimanfaatkan individu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pribadi (Aziz, 2020).

Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) menunjukkan remaja merupakan salah satu pengguna terbesar, dengan persentase 34,4% dari total pengguna internet. Angka partisipasi internet remaja meningkat hingga 87,02% pada awal 2024. Hal ini memperlihatkan dominasi remaja dalam aktivitas digital, khususnya media sosial, hiburan, dan edukasi. Santrock (2019) mendefinisikan remaja sebagai fase peralihan dari anak-anak ke dewasa awal (10–19 tahun), masa yang ditandai pencarian identitas dan pengembangan diri (Remaja, 2023). Pada tahap ini, hubungan dengan teman sebaya berperan penting dalam perkembangan sosial. Tugas perkembangan remaja salah satunya adalah membangun relasi dengan *peer group* (Santrock, 2019). Peran media sosial semakin mempengaruhi cara individu membentuk dan mempertahankan hubungan sosial. Aristoteles dalam *Nicomachean Ethics* membedakan tiga bentuk pertemanan: utilitas, kesenangan, dan kebajikan (Ackrill, 1980). Dalam konteks daring, ketiganya tetap hadir karena memiliki manfaat praktis, kesamaan hobi, maupun relasi yang lebih stabil ketika didasari penghargaan dan dukungan emosional.

Anderson dan Jiang (2018) menegaskan remaja yang aktif bermedia sosial cenderung terlibat dalam dinamika sosial kompleks. Konsistensi penggunaan dapat memfasilitasi terbentuknya hubungan sosial yang stabil (Best, Manktelow, & Taylor, 2014). Mayoritas pengguna media sosial adalah remaja yang berusia 14-19 tahun yang mengaplikasikan teknologi secara intensif untuk membangun dan mempererat hubungan pertemanan (Chambers, 2013). Kecenderungan ini berkaitan erat dengan kebutuhan remaja untuk menjalin *online friendship*. Melalui aplikasi digital, remaja menemukan ruang berinteraksi dan memenuhi kebutuhan sosialnya. Data We Are Social dan Meltwater (2023) mendukung hal ini, menunjukkan 73% pengguna internet di Indonesia menggunakan gadget untuk menjalin hubungan di media sosial. Hal ini sesuai dengan kebutuhan dasar remaja untuk merasa diterima secara sosial.

Fenomena *online friendship* sendiri menarik perhatian banyak penelitian. *Online friendship* merupakan hubungan interpersonal yang terjadi di dunia maya (Helmi et al., 2017), baik dengan individu yang sudah dikenal di dunia nyata maupun orang baru di media sosial. Rahmayanti dan Ediati (2022) menyebut interaksi ini ditandai komunikasi tidak langsung, namun tetap dapat memberikan dukungan emosional. Pengungkapan diri secara online dapat membuat individu merasa didengar dan dihargai. Respon positif berupa komentar atau pesan pribadi juga menumbuhkan perasaan diterima. Selama pandemi COVID-19, peran media sosial semakin signifikan. Wiederhold (2020) melaporkan remaja banyak beralih ke media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial, termasuk menjalin *online friendship*.

Komunitas daring, baik berbasis hobi, seni, maupun game, menjadi ruang berinteraksi fleksibel tanpa batas jarak dan waktu (Froding & Peterson, 2012). Hall

(2019) menambahkan bahwa membangun relasi online memerlukan proses emosional yang berlangsung 1–3 bulan, menunjukkan kedalaman ikatan sosial digital. Salah satu contoh nyata adalah komunitas remaja pemain game online, khususnya *roblox*. Komunitas ini berkembang bukan hanya sebagai tempat bermain, tetapi juga ruang sosial aktif di mana anggota saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan emosional, dan membentuk relasi. Interaksi tidak hanya terbatas pada aktivitas bermain, tetapi juga komunikasi sehari-hari melalui grup percakapan, kolaborasi konten, dan pertukaran dukungan. Hal ini memperlihatkan bahwa selain minat yang sama, kebutuhan menjalin kedekatan emosional mendorong keberlanjutan relasi.

Berdasarkan hasil polling yang sudah dilakukan di salah satu komunitas *game online* sebanyak 83 dari 115 remaja menyatakan lebih nyaman menjalin pertemanan secara *online* dibandingkan *offline*. Peneliti juga melakukan survei yang dilakukan melalui *google form* untuk menggali fenomena ini lebih lanjut terhadap 51 remaja komunitas *game online*. Hasilnya menunjukkan bahwa 67,3% remaja terlibat aktif dalam interaksi sosial secara *online*, dengan 45,1% diantaranya melakukan interaksi setiap hari. Aktivitas yang paling sering dilakukan mencakup obrolan ringan (84,3%), bermain *game online* bersama (50,8%), dan saling berbagi informasi dan pengalaman pribadi (33,3%). Sebanyak 60,8% responden menganggap penting memiliki teman *online* untuk memperluas dan membangun relasi, memperoleh hiburan, serta mendapatkan dukungan emosional seperti mendengarkan cerita, memberikan saran, dan memperoleh afiliasi dan validasi sosial dari teman *online* melalui respon positif terhadap unggahan seperti, cerita yang disukai dan pujian yang didapatkan dari teman *online*.

Temuan-temuan ini memperlihatkan bahwa hubungan pertemanan *online* berfungsi sebagai ruang sosial untuk memenuhi kebutuhan akan penerimaan dan kedekatan emosional. Salah satu faktor yang dapat berperan dalam membentuk perilaku *online friendship* adalah *need to belong*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kesamaan minat berperan dalam keterlibatan awal subjek dalam komunitas, kebutuhan untuk diterima dan membentuk relasi sosial menjadi faktor utama yang mempengaruhi terbentuknya *online friendship*. Penemuan ini menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana kebutuhan sosial berperan dalam dinamika *online friendship* pada remaja komunitas *game online*. Manusia adalah makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lain dan tidak mampu hidup secara terpisah dalam berbagai aspek, seperti pemahaman perasaan, pertukaran informasi, dukungan, perasaan diterima, saling memiliki, dan dicintai (Monica, 2021). Menurut Steers (2016) *need to belong* diartikan sebagai kebutuhan dasar manusia agar merasa diterima, terhubung serta memiliki kedekatan dengan orang lain. Menurut Baumeister dan Leary (dalam Shodik dkk., 2020) *need to belong* merupakan motivasi seseorang untuk dapat menjaga dan membentuk relasi selaras dengan individu lain.

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa remaja aktif dalam mengakses media sosial sebagai sarana untuk membangun dan mempertahankan hubungan pertemanan secara *online*. Aktivitas ini tidak hanya didorong oleh kesamaan minat, tetapi juga oleh kebutuhan mendasar untuk merasa diterima dan terhubung secara sosial. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut kontribusi *need to belong* dalam pembentukan dan pemeliharaan *online friendship* pada remaja yang tergabung dalam komunitas *game online*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji kontribusi *need to belong* terhadap *online friendship* pada remaja komunitas game online. Penelitian kuantitatif memungkinkan pengukuran variabel secara sistematis dan objektif dengan menggunakan data numerik (Yusuf, 2016). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel independen, yaitu *need to belong*, dan satu variabel dependen, yaitu *online*

friendship. Partisipan penelitian berjumlah 100 remaja berusia 14–19 tahun yang merupakan anggota aktif komunitas game online Roblox. Sampel dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu teknik non-probability sampling di mana partisipan dipilih berdasarkan ketersediaan dan kesediaan untuk berpartisipasi (Sugiyono, 2024). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan proporsi estimasi (p) sebesar 0,5 dan batas kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah minimum sampel sebanyak 97 responden. Jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 untuk memastikan kecukupan data.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan *google forms*. Kuesioner terdiri dari dua skala utama, yaitu skala *online friendship* yang dikembangkan oleh Helmi, Widhiarso, dan Husna (2017), serta skala *need to belong* berdasarkan teori Baumeister dan Leary (1995). Kedua skala menggunakan format Likert dengan 4 pilihan jawaban mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Kuesioner mencakup butir pernyataan positif dan negatif. Instrumen penelitian terdiri dari skala *online friendship* dengan 19 item dan skala *need to belong* dengan 18 item. Hasil uji validitas menggunakan SPSS menunjukkan koefisien validitas item skala *online friendship* berada pada rentang 0,351–0,655 sehingga seluruh item dinyatakan valid, sedangkan pada skala *need to belong* terdapat 1 item yang gugur dengan rentang validitas 0,298–0,621. Uji reliabilitas dengan *cronbach alpha* menunjukkan skala *online friendship* memiliki nilai 0,823 dan skala *Need to Belong* sebesar 0,808, keduanya berada pada kategori reliabel. Uji daya diskriminasi item lebih lanjut menemukan 1 item gugur pada skala *online friendship* dan 2 item gugur pada skala *need to belong*. Jumlah akhir item yang digunakan dalam penelitian adalah 18 item untuk skala *online friendship* dan 16 item untuk skala *need to belong*. Data dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui kontribusi variabel independen *need to belong* terhadap variabel dependen *online friendship*. Analisis dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23, yang digunakan untuk uji validitas, reliabilitas, uji asumsi dasar serta pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sebanyak 100 remaja berusia 14–19 tahun yang tergabung dalam komunitas game online dan aktif menggunakan media sosial berpartisipasi dalam penelitian ini. Mayoritas subjek dalam penelitian ini berusia 14 tahun, dengan jumlah sebanyak 22 orang (22%). Usia dengan jumlah subjek paling sedikit adalah 19 tahun, yaitu sebanyak 10 orang (10%). Sementara itu, usia lainnya terdiri dari 16 tahun berjumlah 20 orang (20%), 18 tahun berjumlah 20 orang (20%), 15 tahun berjumlah 17 orang (17%), dan 17 tahun sebanyak 11 orang (11%). Kemudian berdasarkan jenis kelamin, mayoritas subjek adalah perempuan, yaitu 74 orang (74%), sementara total subjek laki-laki 26 orang (26%).

Mayoritas subjek dalam penelitian ini sudah bergabung dalam komunitas game online > 1 tahun dengan jumlah sebanyak 44 orang (44%). Minoritas subjek dalam penelitian ini bergabung dalam komunitas game online 6 - 12 bulan sebanyak 18 orang (18%). Kemudian sebanyak 38 subjek (38%) bergabung dalam komunitas game online < 6 bulan. Berdasarkan aplikasi yang digunakan, mayoritas subjek sebanyak 87 orang (60%) menggunakan aplikasi whatsapp. Aplikasi yang paling sedikit digunakan adalah discord, yaitu sebanyak 6 orang (4,1%). Sementara itu, aplikasi lainnya terdiri dari instagram sebanyak 38 orang (26,2%), dan *in-game chat* sebanyak 14 orang (9,7%). Berikut adalah hasil kategorisasi *online friendship* dan *need to belong* pada subjek komunitas game online.

Tabel 1. Kategori Online Friendship

Skor	Kategori	F	Persentase
$X \leq 47,3105$	Sangat rendah	1	1%
$47,3105 < X \leq 53,0835$	Rendah	7	7%
$53,0835 < X \leq 58,8565$	Sedang	37	37%
$58,8565 < X \leq 64,6295$	Tinggi	47	47%
$64,6295 < X$	Sangat Tinggi	8	8%
Total		100	100%

Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat *online friendship* pada remaja dalam komunitas game online, mayoritas berada pada kategori "tinggi" sebanyak 47 orang (47%). Sebanyak 37 orang (37%) berada pada kategori "sedang", sementara 8 orang (8%) berada pada kategori "sangat tinggi". Terdapat 7 orang (7%) pada kategori "rendah", dan 1 orang (1%) pada kategori "sangat rendah". Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan menunjukkan tingkat *online friendship* yang tinggi. Berdasarkan jenis kelamin rata-rata *online friendship* pada laki-laki adalah 59,07 dengan standar deviasi 6,584. Kemudian pada perempuan rata-rata *online friendship* 58,33 dengan standar deviasi 4,072.

Berdasarkan usia, rata-rata *online friendship* pada usia 14 tahun adalah 57,95 dengan standar deviasi 4,582. Pada usia 15 tahun rata-rata *online friendship* 59,29 dengan standar deviasi 5,276. Pada usia 16 tahun rata-rata 58,75 dengan standar deviasi 4,552. Pada usia 17 tahun rata-rata 59,00 dengan standar deviasi 3,435. Pada usia 18 tahun rata-rata 56,60 dengan standar deviasi 4,728 dan terakhir pada usia 19 tahun rata-rata *online friendship* 61,40 dengan standar deviasi 5,815. Kemudian, berdasarkan waktu bergabung komunitas, rata-rata *online friendship* pada waktu kurang 6 bulan adalah 58,42 dengan standar deviasi 3,915. Pada waktu 6-12 bulan rata-rata 59,27 dan standar deviasi 4,429. Terakhir, rata-rata *online friendship* pada waktu lebih dari 1 tahun 58,31 dengan standar deviasi 5,688.

Tabel 2 Deskripsi Aspek Online Friendship

Aspek	Mean	Kategori dominan	Persentase dominan
Sharing	16,59	Sedang	45%
Voluntariness	16,94	Tinggi	36%

Companionship	12,49	Sedang	39%
Mutual Support	13,44	Sedang	43%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa setiap aspek *online friendship* menunjukkan kecenderungan yang berbeda. Aspek *sharing* memiliki rata-rata 2,98 dan berada pada kategori sedang, dengan mayoritas responden (45%) menunjukkan tingkat *sharing* sedang. Aspek *voluntariness* memiliki rata-rata tertinggi yaitu 3,16, dengan kecenderungan kategori tinggi (36%), yang mengindikasikan bahwa remaja cukup aktif secara sukarela dalam menjalin pertemanan daring. Aspek *companionship* memperoleh rata-rata 3,10 dengan kategori sedang (39%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memandang hubungan pertemanan online mereka cukup bermakna dalam memberikan kebersamaan. Sementara itu, aspek *mutual support* memiliki rata-rata 2,95 dengan kategori sedang (43%), menggambarkan bahwa dukungan timbal balik dalam pertemanan daring hadir pada tingkat yang moderat. Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa aspek *voluntariness* lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya, sedangkan *mutual support* menjadi aspek dengan rata-rata terendah.

Tabel 3. Kategori Need To Belong

Skor	Kategori	F	Persentase
$X \leq 42,483$	Sangat rendah	5	5%
$42,483 < X \leq 47,221$	Rendah	7	7%
$47,221 < X \leq 51,869$	Sedang	24	24%
$51,869 < X \leq 56,607$	Tinggi	42	42%
$56,607 < X$	Sangat Tinggi	22	22%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi tingkat *need to belong*, mayoritas remaja berada pada kategori tinggi. Sebanyak 42 remaja (42%) berada pada kategori tinggi, diikuti 24 remaja (24%) pada kategori sedang. Selanjutnya, 22 remaja (22%) diklasifikasikan pada kategori sangat tinggi. Sementara itu, 7 remaja (7%) berada pada kategori rendah, dan 5 remaja (5%) pada kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *need to belong* yang berada pada rentang sedang hingga tinggi. Berdasarkan jenis kelamin rata-rata *need to belong* pada laki-laki adalah 53,34 dengan standar deviasi 5,549. Kemudian pada perempuan rata-rata *need to belong* 52,74 dengan standar deviasi 4,602.

Berdasarkan usia, rata-rata *need to belong* pada usia 14 tahun adalah 52,81 dengan standar deviasi 5,712. Pada usia 15 tahun rata-rata *need to belong* 54,41 dengan standar deviasi 2,762. Pada usia 16 tahun rata-rata 52,05 dengan standar deviasi 4,684. Pada usia 17 tahun rata-rata 53,00 dengan standar deviasi 5,656. Pada usia 18 tahun rata-rata 51,60 dengan standar deviasi 5,305 dan terakhir pada usia 19 tahun rata-rata *need to belong* 54,70 dengan standar deviasi 3,713. Kemudian, berdasarkan waktu bergabung komunitas, rata-rata *need to belong* pada waktu kurang 6 bulan adalah 52,63 dengan standar deviasi 3,989. Pada waktu 6-12 bulan rata-rata 51,83 dan standar deviasi 4,961. Terakhir, rata-rata *need to belong* pada waktu lebih dari 1 tahun 53,56 dengan standar deviasi 5,440.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Variable	F	Sig.	R	R2	Conclusion
Online friendship* Need to belong	5.563	0.020	0.232	0.054	Sig. < 0,05 Signifikan

Hipotesis pada penelitian ini yaitu hipotesis alternatif (H_a) menyatakan bahwa terdapat kontribusi signifikan *need to belong* terhadap *online friendship*, pada remaja komunitas game online. sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa *need to belong* tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap *online friendship* pada remaja anggota komunitas game online. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 5,563 dengan signifikansi 0,020. Karena nilai signifikansi < 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *need to belong* dan *online friendship*. Nilai korelasi (R) sebesar 0,232 menunjukkan adanya hubungan positif dengan tingkat kekuatan yang lemah antara kedua variabel tersebut. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,054 menunjukkan bahwa variabel *need to belong* memberikan kontribusi sebesar 5,4% terhadap perubahan variabel *online friendship*. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapat kontribusi positif *need to belong* terhadap *online friendship* pada remaja dalam komunitas permainan daring.

Pembahasan

Temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya kontribusi antara *need to belong* terhadap *online friendship* pada remaja komunitas *game online*. Hal ini dibuktikan oleh hasil analisis regresi linear sederhana yang menghasilkan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ yang berarti *need to belong* berkontribusi signifikan terhadap *online friendship* dengan sumbangan sebesar 5,4%. Temuan ini mendukung hipotesis alternatif penelitian, yaitu bahwa terdapat kontribusi signifikan antara *need to belong* terhadap *online friendship*. Hal ini selaras dengan Baumeister dan Leary (1995) yang menyatakan bahwa *need to belong* merupakan dorongan mendasar dalam diri manusia untuk merasa diterima dan memiliki keterikatan emosional dengan orang lain. Dalam konteks remaja komunitas game online, keterlibatan dalam komunitas virtual seperti Roblox, Mobile Legends, dan permainan daring lainnya menjadi salah satu cara untuk memenuhi dorongan tersebut melalui interaksi sosial digital. Namun, kontribusi sebesar 5,4% tersebut juga mengindikasikan bahwa peran *need to belong* relatif kecil, sementara terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi *online friendship* (94,6%). Faktor-faktor tersebut antara lain *self-disclosure*, atribut personal, kepercayaan, maupun kesamaan minat (Helmi et al., 2017). Best, Manktelow, dan Taylor (2014) turut menegaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan aspek penting yang memfasilitasi terbentuknya hubungan sosial yang stabil.

Online friendship yang dimiliki remaja komunitas *game online* sebanyak 100 orang memiliki proporsi 47% di posisi kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa remaja cenderung aktif dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial secara daring. Pada *online friendship* aspek yang sering muncul yaitu, *sharing* berjumlah 45% dengan mean 16,59 di posisi kategori sedang, dengan indikator perilaku saling berbagi berbagai informasi, pemikiran, dan perasaan serta individu menunjukkan eksistensi, berekspresi dan memelihara hubungan yang sudah terbentuk. Pada aspek ini dikarenakan remaja cenderung tinggi menunjukkan perilaku mengucapkan selamat kepada teman di media sosial, akan tetapi rendah dalam berbagi informasi tentang aktivitas yang dilakukan dengan teman. Aspek kedua *mutual support* sebanyak 43% dengan mean 13,44 yang berada pada kategori sedang, dengan indikator perilaku melakukan interaksi positif dan sama kepada teman dan interaksi yang terjadi dua arah. Pada aspek ini remaja remaja tinggi dalam mendapatkan respon seperti like dan komentar positif dari teman pada postingan media sosial, akan tetapi rendah dalam merespon postingan teman di media sosial.

Aspek ketiga yaitu *companionship* sebanyak 39% dengan mean 12,49% yang berada pada kategori sedang dengan indikator perilaku beraktivitas, berkomunikasi dan memiliki perasaan bersama seseorang dengan adanya intimasi serta pengungkapan diri. Pada aspek ini remaja tinggi dalam menanyakan kabar teman di media sosial, akan tetapi rendah dalam mengungkapkan kegagalan dimasa lalu. Aspek terakhir yaitu *voluntariness* sebanyak 36% dengan mean 16,94 yang berada pada kategori tinggi, dengan indikator perilaku berhubungan secara sukarela dan tanpa paksaan, serta individu memiliki kebebasan untuk menjalin, melanjutkan, dan menghentikan suatu hubungan (Ratry & Helmi, 2023). Pada aspek ini remaja tinggi dalam mendapatkan balasan pesan dari teman serta tinggi juga berbincang santai dengan teman di media sosial.

Berdasarkan kategorisasi *need to belong* pada remaja komunitas *game online* sebanyak 100 orang memiliki proporsi 42% yang berada di posisi kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja komunitas *game online* memiliki kebutuhan yang tinggi untuk diterima dan menjalin relasi sosial. Hal ini konsisten dengan pernyataan Leary, Kelly, Cottrell, dan Schreindorfer (2013) bahwa individu dengan *need to belong* yang tinggi lebih menghargai apresiasi sosial dan lebih aktif menjaga hubungan interpersonal. Pada komunitas *game online*, hubungan sosial lebih banyak dibangun melalui aktivitas kolaboratif seperti bermain bersama, berdiskusi dalam grup, berbagi informasi, dan mencurahkan perasaan melalui obrolan. Aktivitas-aktivitas ini mencerminkan keterlibatan sosial yang intens dan berulang, yang menjadi ciri utama dari aspek *affiliate with others*. Sebaliknya, aspek *social acceptance* yang lebih pasif tidak terlalu berperan dominan karena bentuk penerimaan dalam dunia digital sering kali tidak diekspresikan secara eksplisit, melainkan melalui keterlibatan aktif dalam interaksi sosial.

Hasil ini sejalan dengan karakteristik perkembangan remaja, di mana mereka berada dalam fase pencarian identitas diri dan sangat bergantung pada koneksi dengan teman sebaya untuk membentuk harga diri dan makna sosial (Santrock, 2019). Oleh karena itu, remaja dengan *need to belong* yang tinggi cenderung mengekspresikan eksistensinya melalui interaksi yang aktif, alih-alih sekadar berharap diterima secara pasif oleh lingkungannya. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemenuhan kebutuhan sosial remaja melalui media sosial dan komunitas digital akan lebih efektif jika difokuskan pada penguatan peran sosial yang aktif dan dinamis. Dalam konteks ini, *game online* berperan sebagai wadah sosial yang memberikan ruang untuk mengekspresikan identitas, berbagi minat, dan merasakan kebersamaan, sehingga secara tidak langsung mendukung pemenuhan *need to belong* tersebut (Yin et al., 2021). Hal ini juga dapat berdampak pada perkembangan sosial-emosional remaja, di mana keterlibatan aktif dalam hubungan *online* dapat meningkatkan rasa percaya diri, perasaan dihargai, serta memperluas jaringan sosial mereka (Hasan & Wibowo, 2018). Dengan demikian, hasil

ini menekankan perlunya mendorong remaja untuk tidak hanya mencari penerimaan, tetapi juga mengembangkan keterampilan interpersonal dalam menjalin hubungan yang sehat di ranah digital.

Temuan ini mendukung penelitian terdahulu oleh Steers (2016) yang mengemukakan bahwa individu dengan *need to belong* tinggi lebih aktif membentuk relasi sosial di dunia maya, terutama melalui komunitas *online* seperti media sosial dan *game online*. Temuan ini sejalan dengan pendapat Monica et al. (2021) yang menyatakan bahwa *need to belong* berkaitan erat dengan kualitas hubungan sosial, termasuk pertemanan *online*. Beberapa faktor yang dapat menjelaskan rendahnya kontribusi ini antara lain adalah kemungkinan adanya faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk *online friendship*, seperti kesamaan minat, durasi interaksi, keterampilan komunikasi digital, kepercayaan, dan *self-disclosure* sebagaimana dijelaskan dalam teori Helmi et al. (2017).

Hasil analisis menunjukkan nilai konstanta sebesar 46,317 dan koefisien regresi untuk *need to belong* 0,231. Sehingga, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: “ $Y = 46,317 + 0,232X$ ”. Persamaan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam skor *need to belong* akan meningkatkan skor *online friendship* sebesar 0,232 poin. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kebutuhan individu untuk merasa diterima (*need to belong*), maka semakin tinggi pula kecenderungannya untuk membentuk hubungan pertemanan secara daring (*online friendship*). Begitu pula sebaliknya, jika *need to belong* rendah, maka kemungkinan individu untuk membentuk *online friendship* juga cenderung lebih rendah.

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *need to belong* memberikan kontribusi terhadap *online friendship* pada remaja komunitas *game online*, meskipun kontribusinya tergolong rendah. Meskipun begitu, temuan ini tetap relevan secara praktis, karena menunjukkan pentingnya keterhubungan sosial sebagai fondasi dalam menjalin pertemanan di dunia digital. Dukungan dari lingkungan sosial yang aman, terbuka, dan mendorong interaksi positif sangat diperlukan agar kebutuhan sosial remaja dapat terpenuhi dengan baik dan berdampak positif pada perkembangan emosional serta relasi interpersonal mereka di masa kini maupun mendatang.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, kesimpulan penelitian yaitu: hipotesis alternatif diterima, yaitu terdapat kontribusi yang signifikan antara *need to belong* terhadap *online friendship* pada remaja komunitas *game online*. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa mayoritas remaja berada pada kategori tinggi untuk *need to belong* dan *online friendship*. Aspek *affiliate with others* memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan *social acceptance*. Kemudian, adapun saran pada penelitian ini untuk penelitian selanjutnya yaitu disarankan untuk mengadaptasi alat ukur *online friendship* agar lebih rinci dan spesifik, sehingga jelas bahwa sasarannya adalah hubungan pertemanan yang terjadi secara daring. Hal ini bertujuan agar instrumen lebih tepat menggambarkan pengalaman remaja dalam interaksi dengan teman *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackrill, J. L. (1980). The structure of Aristotle's *Nicomachean ethics*. *Classical Quarterly*, 30(2), 421–437. <https://doi.org/10.1017/S0009838800042993>
- Ainiyah, N. (2018). Remaja milenial dan media sosial: Media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja milenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236.
- Allen, K. A., Gray, D. L., Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2022). The need to belong: A deep dive into the origins, implications, and future of a foundational construct. *Educational Psychology Review*, 34(2), 1133–1156. <https://doi.org/10.1007/s10648-021-09538-x>

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2024: Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. Retrieved from <https://apjii.or.id>
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Jurnal Channel*, 3(2), 1–16.
- Aziz, A. A. A. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal Development*, 57–89.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2024). *Profil statistik daerah provinsi Sumatera Barat 2023*. Retrieved from <https://sumbar.bps.go.id>
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36.
- Best, P., Taylor, B., & Manktelow, R. (2015). I've 500 friends, but who are my mates? Investigating the influence of online friend networks on adolescent wellbeing. *Journal of Public Mental Health*, 14(3), 135–148. <https://doi.org/10.1108/JPMH-05-2014-0022>
- Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationships: Online intimacies and networked friendship*. Springer.
- DataReportal. (2023). *Pengguna internet di Indonesia 2023*. Diakses dari JTV Community.
- Dianti, R., & Yudhakusuma, D. (2021). Komunikasi antarpribadi pertemanan virtual. *Dialog*, 6(2), 88–101.
- Doembana, I., Zaman, W., & Sibay, S. (2023). Pemanfaatan teknologi informasi di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Luwuk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 3725–3735.
- Fröding, B., & Peterson, M. (2012). Why virtual friendship is no genuine friendship. *Ethics and Information Technology*, 14, 201-207.
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. SAGE Publication.
- Griggs, A. C., Rickel, E. A., Lazzara, E. H., & Frederick, C. (2021). Add me as a friend: Face to face vs. online friendships and implications for happiness. *Academia Letters*, 1. Retrieved from <https://www.academia.edu>
- Haibanissa, S., Sulastris, T., & Ningsih, R. (2022). Dampak bermain game online terhadap kualitas tidur pada remaja SMA. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 7(2), 201–213.
- Hall, J. A. (2019). How many hours does it take to make a friend? *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(4), 1278–1296. <https://doi.org/10.1177/0265407518776900>
- Hasan, H., & Wibowo, N. F. S. (2018). The influence of the need to belong on self-presentation of teenage Instagram users in Bandung, Indonesia. In *Proceedings of ICES 2018* (pp. 67–70). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/ices-18.2019.17>
- Helmi, A. F., Widhiarso, W., & Husna, A. N. (2017). The development of online friendship scale. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology, and Learning*, 7(4), 12–25. <https://doi.org/10.4018/IJCBPL.2017100102>
- Helmi, A. F. (2020). Is the online friendship scale fit for high school students? *Gadiah Mada Journal of Psychology*, 6(2), 109–119. <https://doi.org/10.22146/gamajop.57605>
- Huynh, C., Dingemans, J., Zu Schwabedissen, H. E. M., & Sidharta, P. N. (2020). Relevance of the CXCR4/CXCR7-CXCL12 axis and its effect in pathophysiological

- conditions. *Pharmacological Research*, 161, 105092.
<https://doi.org/10.1016/j.phrs.2020.105092>
- IndonesiaBaik.id. (2024). Penggunaan gadget terlama di sejumlah negara. Diambil dari <https://indonesiabaik.id>
- Isgiyanto, A. (2022). Teknik pengambilan sampel pada penelitian non-eksperimental. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Jarrar, Y., Awobamise, A., Nweke, G. E., & Tamim, K. (2022). Motivations for social media use as mediators in the relationship between emotional intelligence and social media addiction. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(4), e202243. <https://doi.org/10.29333/ojcm/1224>
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the need to belong scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment*, 95(6), 610–624.
<https://doi.org/10.1080/00223891.2013.819511>
- Massing-Schaffer, M., Nesi, J., Telzer, E. H., Lindquist, K. A., & Prinstein, M. J. (2022). Adolescent peer experiences and prospective suicidal ideation: The protective role of online-only friendships. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 51(1), 49–60. <https://doi.org/10.1080/15374416.2021.1952694>
- Mertika, A., Mitskidou, P., & Stalikas, A. (2020). “Positive Relationships” and their impact on wellbeing: A review of current literature. *Psychology: The Journal of the Hellenic Psychological Society*, 25(1), 115–127. https://doi.org/10.12681/psy_hps.25340
- Monica, N., Herawati, I., Napitupulu, L., & Nugroho, S. (2021). Need to belong dan kualitas persahabatan. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*, 1(2), 111–116. <https://doi.org/10.21043/jicop.v1i2.11646>
- Monica, N. (2021). *Hubungan antara need to belong dengan kualitas persahabatan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Permana, A. (2023). Literature review: Tiga media sosial terbanyak diminati di Indonesia tahun 2023 dan pemanfaatannya di kalangan masyarakat. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(4), 1237–1242.
- Rahmayanti, A. F., & Ediati, A. (2022). Pertemanan online dan pengungkapan diri pada dewasa awal pengguna Instagram. *Jurnal Empati*, 11(5), 325–331.
<https://doi.org/10.15394/jempati.2022.34788>
- Ratri, A. P. P., & Helmi, A. F. (2023). Properti psikometri skala online friendship pada siswa sekolah menengah pertama. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 9(1), 38–54. <https://doi.org/10.22146/gamajop.76789>
- Remaja, A. H. P. (2023). Perkembangan Remaja. *Psikologi Perkembangan*, 155, 2024.
- Reza, A. (2024). The impact of social media on interpersonal relationships in the digital era. *Journal Social Civilecial*, 2(2), 64–77. Retrieved from <https://journal-civilecial.id>
- Santrock, J. W. (2019). *Life - Span Development : Seventeenth Edition*. Mc Grawhill.
- Shodiq, F., Kosasih, E., & Maslihah, S. (2020). Need to belong dan fear of missing out pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1), 53–62.
- Steers, M. L. N. (2016). ‘It’s complicated’: Facebook’s relationship with the need to belong and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 22–26.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.002>
- Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. ALFABETA.
- We Are Social & Meltwater. (2023). *Main reasons for using the internet (January 2023)*. Retrieved from <https://wearesocial.com>
- Wiederhold, B. K. (2020). Social media use during social distancing. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(5), 275–276.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29188.bkw>

- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2018). Are the qualities of adolescents' offline friendships present in digital interactions? *Adolescent Research Review*, 3, 339–355. <https://doi.org/10.1007/s40894-017-0063-7>
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., & Lei, L. (2021). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*, 40, 3879–3887. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00672-x>
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.