

Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Niat Melakukan *Chatting* di Internet

Ermida

Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya

Abstract. Internet users find internet chatting as a pleasure online activity because it allows them to interact with other people from all over the world regardless of time and space. This study was conducted to reveal the correlation of affiliation needs with the chatting intention of internet users. Affiliation needs in this study are needs to be a friend of someone, making relationship with other people, to be loved and being accepted by someone. Using accidental sampling, subjects are students in The Faculty of Electronic Engineering at ITS Surabaya ($N = 41$, 39 men and 2 women) who take practicum in the Laboratory of Power and Laboratory of System Controlling. Questionnaire was used to reveal the data and results were analyzed by Correlation Product Moment from Pearson. Results show significant positive correlation between affiliation needs and internet user intention to chat on the internet. Subjects feel they are more accepted in chatting interaction than in face-to-face interaction. This condition makes them express themselves more freely especially with their opposite sex.

Key words: internet chatting, affiliation needs, chatting intention, internet users

Abstrak. *Chatting* di internet merupakan salah satu aktivitas yang sangat digemari oleh para pengakses internet karena memungkinkan seseorang untuk menjalin hubungan tanpa adanya batasan tempat dan waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi yang dimiliki seseorang dengan niatan untuk melakukan *chatting* di internet. Kebutuhan afiliasi dalam hal ini adalah kebutuhan untuk berteman dengan orang lain, menjalin hubungan dengan orang lain maupun kebutuhan untuk dicintai dan diterima orang lain. Subjek yang diperoleh melalui accidental sampling adalah mahasiswa Teknik Elektro ITS yang sedang mengikuti praktikum di Laboratorium Sistem Tenaga dan Laboratorium Sistem Kontrol ($N = 41$), terdiri atas 39 pria dan 2 wanita. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan Korelasi *Product Moment* dari Pearson. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara tingkat kebutuhan afiliasi dengan niat seseorang untuk melakukan *chatting* di internet. Para pengakses internet kebanyakan merasa lebih mudah diterima dalam interaksi di ruang *chatting* dibandingkan dalam situasi nyata, sehingga mereka lebih ekspresif dalam mengungkapkan dirinya terutama dengan lawan jenis.

Kata kunci: *chatting* di internet, kebutuhan afiliasi, niat untuk *chatting*, pengakses internet

Bill Gates dalam pidatonya di depan para CEO perusahaan ternama di seluruh dunia menyatakan bahwa budaya yang mengharuskan seseorang melakukan pertemuan fisik dalam melakukan komunikasi mulai ditinggalkan berkat adanya internet (Jawa

Pos, 1999). Manfaat yang dapat dirasakan dari keberadaan internet adalah adanya komunikasi tanpa batasan wilayah dan waktu dengan biaya yang relatif terjangkau (Wijela, 1996). Internet telah menghasilkan suatu komunitas virtual sehingga muncul interaksi