

Hubungan kebutuhan untuk terhubung dengan penggunaan blackberry messenger = The relationship between need for relatedness and the blackberry messenger use

Imam Adhimulya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348196&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kebutuhan untuk terhubung (meliputi variabel kepuasan dan ketidakpuasan akan kebutuhan untuk terhubung) dengan penggunaan Blackberry Messenger (BBM). Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah alat ukur pemenuhan kebutuhan untuk terhubung yang merupakan adaptasi dari alat ukur yang dikembangkan oleh Sheldon dkk. (2011) dan Deci dan Ryan (2012).

Untuk mengukur frekuensi penggunaan Blackberry Messenger, penulis mengembangkan alat ukur berdasarkan seberapa sering subjek menggunakan BBM dengan tujuan-tujuan komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh Devito (2011). Partisipan pada penelitian ini berjumlah 154 orang yang merupakan mahasiswa Universitas Indonesia pengguna perangkat Blackberry.

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kepuasan akan kebutuhan untuk terhubung dengan penggunaan BBM. Temuan lainnya adalah tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara ketidakpuasan akan kebutuhan untuk terhubung dengan frekuensi penggunaan BBM.

.....This research aimed to find the correlation between need for relatedness (consist of relatedness-need satisfaction and relatedness-need dissatisfaction) and the Blackberry Messenger (BBM) use. Need for relatedness scale which developed by Sheldon et al. (2011) and Deci and Ryan (2012) was used in this research to measure satisfaction and dissatisfaction of relatedness need.

To measure the BBM use, the researcher developed the measurement instrument based on how often people use BBM for interpersonal communication aims that explained by Devito (2011). The participants are 154 college students of University of Indonesia who use Blackberry devices.

The result shows that there is significant positive correlation between the satisfaction of relatedness-need and the frequency of BBM use. The other result shows that there is no correlation between the relatedness-need dissatisfaction and the frequency BBM use.