

**HUBUNGAN *NEED TO BELONG* DAN *PARASOCIAL*  
*RELATIONSHIPS* PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA  
SOSIAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan  
Gelar Sarjana Psikologi**



**Siska Oktari, M.Psi., Psikolog**

**Diny Amenike, M.Psi., Psikolog**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2022**

***The Relationship Between Need to Belong and Parasocial Relationship on  
Adolescent Social Media Users***

Aulia Al Husna<sup>1)</sup>, Siska Oktari<sup>2)</sup>, Diny Amenike<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Student of Psychology Department, Medical Faculty, Andalas University

<sup>2)</sup> Lecturer of Psychology Department, Medical Faculty, Andalas University  
auliaalhusnaa@gmail.com

**ABSTRACT**

*Adolescent is the most active social media users. Social media allow them to form relationship with celebrity and other user. Adolescent activities on social media allow them to form parasocial relationships with celebrities and fulfilling their need to belong. The purpose of this study was to determine the relationship between need to belong and parasocial relationship in adolescent social media users. The method used in this study is a quantitative method with a total sample of 369 people. Sampling was done by non-probability sampling technique. Data was collected using Leary's Need to Belong Scale (NTB) (2013) and Bocarnea & Brown's Celebrity Persona Parasocial Relationship Scale (CPPI) (2007). Each scale has a reliability of 0.732 on the NTB Scale and 0.900 on the CPPI. The results showed that the need to belong had a significant relationship with parasocial relationships with a significance value of 0.000 ( $P < .05$ ) and an R-square coefficient of .002. This shows that the need to belong and parasocial relationships have a significant positive relationship on adolescent social media users.*

**Keywords:** *Need to Belong, Parasocial Relationship, Social Media.*



## HUBUNGAN *NEED TO BELONG* DAN *PARASOCIAL RELATIONSHIP* PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

Aulia Al Husna<sup>1)</sup>, Siska Oktari<sup>2)</sup>, Diny Amenike<sup>2)</sup>

1) Mahasiswa Psikologi, Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

2) Dosen Program Studi Psikologi Universitas Andalas

[auliaalhusnaa@gmail.com](mailto:auliaalhusnaa@gmail.com)

### ABSTRAK

Remaja merupakan pengguna media sosial paling aktif. Dengan menggunakan media sosial remaja dapat terhubung dengan banyak orang termasuk selebriti. Aktivitas remaja di media sosial memungkinkan remaja untuk membentuk hubungan parasosial dengan selebriti sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhannya untuk memiliki hubungan dan menjadi bagian dalam suatu kelompok sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *need to belong* dan *parasocial relationship* pada remaja pengguna media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan analisa statistik korelasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*. Pada penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 369 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala *Need to Belong Scale* (NTB) milik Leary (2013) dan *Celebrity Persona Parasocial Relationship Scale* (CPPI) milik Bocarnea & Brown (2007). Masing-masing skala memiliki reliabilitas sebesar 0,732 pada NTB Scale dan 0,900 pada CPPI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *need to belong* memiliki hubungan yang signifikan dengan *parasocial relationship* dengan nilai signifikansi sebesar .000 ( $p < .05$ ) dan nilai koefisien R-square sebesar .002. Hal ini menunjukkan bahwa *need to belong* dan *parasocial relationship* memiliki hubungan positif yang signifikan pada remaja pengguna media sosial.

**Kata Kunci:** *Need to Belong*, *Parasocial Relationship*, Media Sosial.