

## **PERSEPSI TERHADAP FENOMENA SELEBGRAM DAN ORIENTASI MASA DEPAN HUBUNGAN ROMANTIS**

Rizky Nurbaeti dan Inhastuti Sugiasih  
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Email : inhastuti@unissula.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis pada remaja akhir. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Islam Sultan Agung yang berusia 18-20 tahun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan 2 skala yaitu skala orientasi masa depan hubungan romantis memiliki reliabilitas sebesar 0,755 dan skala persepsi terhadap fenomena selebriti instagram memiliki reliabilitas sebesar 0,793. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis *product moment*. Hasil penelitian ini diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,061 dengan  $p = 0,593$  ( $p > 0,01$ ). Hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan antara persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis pada remaja akhir.

Kata kunci : persepsi fenomena selebriti instagram, orientasi masa depan hubungan romantic

## **PERCEPTION OF INSTAGRAM CELEBRITY PHENOMENA AND FUTURE ORIENTATION OF ROMANTIC RELATIONSHIP**

### **Abstract**

*This study aims to determine the relation between perceptions adolescent with the future orientation of their romantic relationship after the instagram celebrity phenomenon. This research used quantitative method. Subjects in this study are students at Sultan Agung Islamic University 18-20 years old. The sampling technique in this study used cluster random sampling technique. Data collection using 2 scales are The future orientation scale of romantic relationships has reliability 0.755 and the perceptual scale for the celebrity phenomena of instagram has reliability 0.793. Analysis of this research data using product moment analysis. The result of this research indicate that there is no significant correlation between perception of celebrity instagram phenomena with orientation of future romantic relationship with  $r_{xy}$  0,061 with  $p = 0,593$  ( $p > 0,01$ ). This shows no significant relationship between perceptions of instagram celebration phenomena with the future orientation of romantic relationships.*

*Keyword: perception of celebrity instagram phenomena, future orientation of romantic relationship*

## PENDAHULUAN

(Hurlock, 1999) menyatakan remaja memiliki tugas perkembangan yang harus dipenuhi salah satunya yaitu mulai menjalin hubungan dengan lawan jenis, untuk itu remaja harus mempersiapkan diri dalam mendapatkan pasangan. Santrock (1998) mengatakan hubungan romantis bagi remaja merupakan bentuk dari perkembangan aspek sosial yang penting. Pada tahap remaja, hubungan romantis dapat membantu dalam proses membangun hubungan yang harmonis untuk pernikahan di masa dewasa nanti. Menurut (Hidayanti & Mashum, 2002) hubungan romantis merupakan sebuah proses berkenalan, saling memahami dan menghargai perbedaan yang ada diantara dua individu. Hubungan seperti ini bisa memunculkan emosi kuat, baik yang positif maupun negatif dan hubungan ini memiliki peran dalam perkembangan kedekatan maupun pencarian identitas bagi remaja.

Di Indonesia sendiri fenomena remaja menjalin hubungan romantis sudah tidak menjadi hal yang tabu. Menurut Survey Kesehatan Reproduksi Remaja Indonesia yang dilaksanakan pada tahun 2007 dan bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), Kementerian Kesehatan dan Macro International USA menyatakan 10.830 remaja laki-laki dan 8.481 remaja perempuan usia 15-24 tahun, 77% remaja putri sudah menjalin hubungan romantis dan 72% remaja laki-laki pun sudah menjalin hubungan romantis.

Hubungan romantis cenderung lebih kuat sepanjang masa remaja (Bouchey & Furman, 2003). Perkembangan ini berdasarkan perubahan peran yang dimainkan kedua belah pihak. Pasangan romantis menjadi figur yang dapat memberikan kelekatan, tempat yang akan dicari ketika mendapat masalah, serta menjadi sumber kebutuhan seksual. Pasangan romantis mungkin bisa memenuhi satu atau semua peran tersebut, penting atau tidaknya peran ini bisa berubah seiring dengan bertambahnya usia pasangan dan perkembangan hubungan mereka (Furman & Wehner, 1997 dalam Papalia, 2007).

Pada masa remaja akhir atau dewasa awal, hubungan romantis mulai menjadi sumber kebutuhan emosional bagi satu sama lain. Orientasi mereka sudah memikirkan tentang hubungan jangka panjang (Furman & Wehner 1997 dalam Papalia, 2007). Menurut Erikson (dalam Papalia, 2007) hubungan yang intim merupakan tugas perkembangan yang penting bagi remaja akhir. Memiliki kebutuhan untuk menjalin hubungan yang kuat, stabil, dekat dan saling peduli menjadi alasan yang kuat bagi remaja untuk memulai hubungan romantis (dalam Putri, 2010).

Mempertahankan hubungan romantis dalam jangka waktu yang panjang merupakan sesuatu yang penting bagi tiap-tiap individu untuk mengekspresikan emosi, komitmen, dan keputusan dalam seksualitas. Hal ini merujuk pada kemampuan individu dalam menetapkan, merencanakan, dan mengambil keputusan mengenai hubungan yang sedang dijalani, sebagaimana penting bagi tingkah laku seksual untuk remaja akhir (McCabe & Barnett, 2000). Menetapkan, merencanakan, dan mengambil keputusan dalam hidup seseorang memiliki kaitan dengan orientasi masa depan (Seniger et al, dalam Seniger, 1992).

Penelitian lintas budaya mengenai orientasi masa depan banyak yang membandingkan domain orientasi masa depan pada remaja dan dewasa muda, dimana pada remaja lebih fokus pada memikirkan dan merasakan mengenai masa depan pendidikan dan pencapaian karir mereka, sementara dalam hal kelekatan lebih fokus pada dewasa muda (McCabe & Barnett, 2000). Orientasi masa depan berpusat di kepentingan seseorang tentang masa depannya. Orientasi masa depan dapat diartikan sebagai pemikiran dan perencanaan tentang masa depan (Malmberg & Norrgard

dalam Dorham, 2005 ; Putri, 2010) dan sebagai tempat untuk mengelola dan mengantisipasi kejadian di masa depan (Gjesma, dalam Öner, 2000; Kalkan, 2008, Putri 2010).

Orientasi masa depan dalam hubungan romantis memiliki perbedaan dari orientasi masa depan pada umumnya (Öner, 2000 dalam Putri, 2010). Orientasi masa depan dalam hubungan romantis adalah keinginan individu untuk mencari hubungan yang sementara atau permanen dengan lawan jenis. Individu dengan tingkat orientasi masa depan yang tinggi diperkirakan akan mencari hubungan yang relatif permanen, sebaliknya seseorang yang tingkat orientasi masa depan yang lebih rendah lebih senang menjalin hubungan yang sementara (Öner, 2000 dalam Putri, 2010)

Orientasi masa depan dapat diartikan sebagai pemikiran dan perencanaan tentang masa depan (Malmberg & Norrgard dalam Dorham, 2005 ; Putri, 2010) dan sebagai tempat untuk mengelola dan mengantisipasi kejadian di masa depan (Gjesma, dalam Öner, 2000; Kalkan, 2008, Putri 2010). Orientasi masa depan dalam hubungan romantis memiliki perbedaan dari orientasi masa depan pada umumnya (Öner, 2000 dalam Putri, 2010). Orientasi masa depan dalam hubungan romantis adalah keinginan individu untuk mencari hubungan yang sementara atau permanen dengan lawan jenis. Individu dengan tingkat orientasi masa depan yang tinggi diperkirakan akan mencari hubungan yang relatif permanen, sebaliknya seseorang yang tingkat orientasi masa depan yang lebih rendah lebih senang menjalin hubungan yang sementara (Öner, 2000 dalam Putri, 2010)

Orientasi masa depan dalam hubungan romantis memiliki perbedaan dari orientasi masa depan pada umumnya (Öner, 2000 dalam Putri, 2010). Orientasi masa depan dalam hubungan romantis adalah keinginan individu untuk mencari hubungan yang sementara atau permanen dengan lawan jenis. Individu dengan tingkat orientasi masa depan yang tinggi diperkirakan akan mencari hubungan yang relatif permanen, sebaliknya seseorang yang tingkat orientasi masa depan yang lebih rendah lebih senang menjalin hubungan yang sementara (Öner, 2000 dalam Putri, 2010)

Menurut Nurmi (dalam Triana, 2013) orientasi masa depan ini memiliki hubungan yang erat dengan keinginan, tujuan, standar yang ingin dipenuhi serta rencana dan strategi yang dapat dilakukan dalam mencapai tujuan tersebut. Remaja yang menjalin hubungan romantis bisa menjadi tidak realistis pemikirannya. Mereka menyadari bahwa percintaan dibangun berdasarkan khayalan atau ilusi positif mereka mengenai cinta yang mereka dambakan. Bahkan, khayalan seperti ini tampaknya membantu menciptakan hubungan yang lebih baik (Martz dkk., 1998; Murray & Holmes, 1997; Murray, Holmes & Griffin 1996, dalam Papalia, 2009).

Individu yang memiliki persepsi terhadap fenomena selebriti instagram cenderung untuk menginterpretasikan stimulus fenomena tersebut terhadap orientasi dalam hubungan romantisnya. Stimulus tersebut akan memberikan perubahan pada cara pandang individu dalam merencanakan hubungan romantisnya baik soal pencarian hubungan yang permanen atau sementara, maupun tentang seberapa fokus individu dalam hubungan tersebut.

Penelitiannya yang dilakukan Öner menemukan ada faktor-faktor yang dapat menjaidi pengaruh orientasi masa depan pada hubungan romantis yaitu perhatian terhadap komitmen masa depan, investasi masa depan, keterlibatan di masa depan, pencarian hubungan permanen, serta fokus pada hubungan di masa depan (Öner, 2000 dalam Putri, 2010). Pengaruh jenis kelamin, kepuasan dalam hubungan serta karakteristik individu, seperti kecemburuan dan self-monitoring memiliki pengaruh pada orientasi masa depan meskipun dalam batas tertentu (Öner, 2000 ; Kalkan, 2008 dalam Putri, 2010) Orientasi masa depan sering ditemukan pada individu di tahapan usia

remaja. Menurut Hurlock (dalam Desmita, 2013) ketika masa remaja, individu mulai berpikir tentang masa depannya secara serius.

Fenomena mengenai tujuan membina hubungan romantis sekarang ini sudah mengalami banyak pergeseran. Dahulu, remaja memandang tujuan dari sebuah hubungan romantis pasti akan berakhir di pelaminan pada usia yang cukup matang. Sekarang ini, banyak remaja usia 18-20 sudah mantap untuk menikah di usia dini bahkan untuk memiliki anak di usia muda. Usia tidak lagi menjadi acuan bahwa semakin dewasa usia seseorang, orientasi dalam merencanakan hubungan romantis akan lebih matang dibandingkan dengan individu yang lebih muda. Banyaknya pengaruh dari kelompok sosial di lingkungan mereka memberi dampak yang cukup signifikan dalam pergeseran orientasi remaja dalam membina hubungan romantis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 2 orang remaja (D 18 tahun, O 20 tahun) mengenai pandangan mereka tentang orientasi masa depan hubungan romantis.

*"Kalau nanti aku punya pacar, aku mau hubungan kita kaya Okin sama Rachel. Okin kan suka ngasih banyak barang-barang, romantis, suka ngajak jalan-jalan ke luar negeri biar sekalian piknik bareng kan romantis ya. Terus kan Okin lebih tua udh kerja jadi bisa cepet nikahin aku, hehe aku mau nikah muda".*

D berpikir bahwa dengan mendapatkan pasangan seperti idolanya, dia akan dengan mudah mewujudkan keinginannya di masa depan sesuai dengan rencananya. Lain dengan O, dia lebih menyukai berhubungan dengan yang lebih muda dengan dirinya.

*"Sama yang lebih muda itu enak, kita lebih punya kuasa, lebih populer. Tuh liat Awkarin sama Gaga aja lebih terkenal dia dibanding pacarnya. Sama brondong (usia laki-laki lebih muda dibanding pasangan perempuannya) lebih santai mikirnya, jadi ngga perlu rumit-rumit lah. Seneng aja ngelakuin apa yang kita suka bareng-bareng"*

Berdasarkan pernyataan mereka diatas remaja pertengahan seperti D menginginkan orientasi masa depan hubungan romantis yang permanen dengan pasangannya walaupun impiannya dalam membina hubungan romantis terpengaruh dengan fenomena dari media sosial sekarang ini. Lain dengan remaja akhir seperti O yang masih memikirkan orientasi masa depan hubungan romantis hanya seputar kepuasan dan mencari kepopuleran.

Perubahan persepsi remaja saat ini dalam memandang hubungan romantis banyak dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan media sosial saat ini. Media sosial saat ini menjadi populer di kalangan remaja lantaran mereka menjadikan hal itu sebagai pembuka jalan untuk para remaja mencari jati diri baru. Melalui media sosial remaja lebih mudah berkomunikasi virtual dengan sesama teman dalam lingkungannya maupun dalam lingkungan sosial mayanya.

Media sosial saat ini menjadi salah satu jalan bagi individu mengenal dunia luar lebih luas lagi. Dampak dari berkembang pesatnya media sosial berimbas pada berkembangnya idola-idola baru di mata masyarakat luas saat ini. Dahulu menjadi artis adalah orang yang bisa tampil di layar kaca televisi maupun layar lebar, namun sekarang ini semua orang bisa berkesempatan untuk menjadi artis semenjak media sosial berkembang pesat. Mulai dari menjadi selebriti twitter (selebtwit), selebriti instagram (selebgram), penulis cerita dunia maya (blogger), semua orang berkesempatan untuk menjadi terkenal melalui akun media sosial masing-masing.

Perkembangan pesat pada media sosial memiliki imbas bagi perkembangan hubungan romantis remaja terutama pada remaja akhir. Melalui media sosial, seseorang tidak hanya bisa dikenal oleh kelompoknya tetapi seluruh dunia bisa mengenal dirinya. Hal tersebut mendorong remaja melakukan

berbagai perilaku untuk menunjukkan ke-eksistensinya di dunia maya. Seperti halnya memamerkan kedekatannya dengan lawan jenis, memposting barang-barang pemberian dari orang lain, mengupdate kegiatan sehari-hari yang tujuannya mengundang simpati dari teman-teman dunia mayanya.

Perkembangan inilah yang membuat remaja menambah banyak informasi-informasi baru dari *role modelnya* dalam dunia maya. Setiap remaja pasti memiliki *role model* dunia mayanya yang bisa dijadikan panutan dalam hal bergaul, gaya berbusana maupun gaya berpacaran. Sesuai dengan tahapan dalam tugas perkembangan pada masa remaja, menjalin hubungan romantis saat ini bagi remaja bukan hanya sekedar untuk memenuhi tugas perkembangan, melainkan dapat pula meningkatkan harga diri dimata kelompok sebayanya. Perencanaan dalam menjalin hubungan romantis pada remaja bisa saja berbeda satu sama lain tergantung dari nilai-nilai yang selama ini remaja peroleh. Ditambah adanya fenomena selebriti instagram ini, remaja semakin bertambah sarana informasi untuk membangun rencana dalam membentuk hubungan romantis sesuai keinginannya.

Perkembangan pesat pada media sosial memiliki imbas bagi perkembangan hubungan romantis remaja. Ketika dahulu menjadi populer di kalangan teman kelompoknya adalah hal yang penting, sekarang menjadi populer di dunia maya menjadi hal yang lebih penting lagi di kalangan remaja. Melalui media sosial, seseorang tidak hanya bisa dikenal oleh kelompoknya tetapi seluruh dunia bisa mengenal dirinya. Hal tersebut mendorong remaja melakukan berbagai perilaku untuk menunjukkan ke-eksistensinya di dunia maya. Seperti halnya memamerkan kedekatannya dengan lawan jenis, memposting barang-barang pemberian dari orang lain, mengupdate kegiatan sehari-hari yang tujuannya mengundang simpati dari teman-teman dunia mayanya.

Sekarang ini remaja tidak lagi memandang sederhana ketika menjalin hubungan romantis dengan seseorang. Pada zaman dahulu ketika remaja laki-laki menyatakan cinta kepada perempuan, itu adalah tanda sang laki-laki menyukai dan meminta perempuan tersebut apakah mau menjadi pasangannya. Cinta dan kasih sayang menjadi alasan mengapa si laki-laki melakukan pernyataan tersebut kepada perempuan yang dia sukai. Lain lagi sekarang, fenomena menjalin hubungan hanya berdasarkan materi dan memenuhi hasrat seksual menjadi lumrah di kalangan sekarang.

Pengaruh globalisasi menyebabkan perubahan persepsi pada remaja. Hedonisme dan sikap konsumtif membuat remaja perempuan banyak memanfaatkan untuk menjalin hubungan romantis dengan laki-laki yang kaya dan loyal kepadanya untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Remaja perempuan melakukan hal tersebut untuk terlihat menarik dan diakui oleh lingkungannya. Remaja laki-laki pun akhirnya berubah persepsinya ketika ingin diakui di kelompoknya dia harus menjalin hubungan dengan perempuan yang cantik dan populer untuk menaikkan harga dirinya.

Dilansir dari Kompasiana yang ditulis oleh Budi Legono dipublikasikan pada tanggal 28 April 2016, salah satu dampak dari remaja yang menjalani hubungan berpacaran adalah berkurangnya materi secara signifikan. Individu yang menjalani hubungan akan lebih mengeluarkan banyak biaya untuk pasangannya sebagai upaya dalam menunjukkan perasaan. Pengaruh media sosial semakin membuat para remaja bersikap lebih konsumtif karena lingkungan memberikan peluang mereka untuk bersaing dalam mencari perhatian dalam media sosial. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan subjek O:

*“Zaman sekarang kalau punya pacar ngga bisa beliin ini itu atau kasih kejutan romantis, pasti kesel deh. Jadi kan ngga bisa di upload ke instagram, pamer ke semua orang kalau pacar kita*

*so sweet. Anak sekarang bukan butuh sekedar cinta-cintaan, pengakuan publik bahwa dia dan pacarnya keren atau romantis tuh perlu banget”.*

Subjek O mengatakan bahwa sosial media memberikan kemungkinan besar untuk merasakan kecemburuan sosial. Menurutnya apabila dalam menjalin hubungan romantis, salah satu dari pasangan tak bisa mewujudkan keinginan pasangannya seperti yang sedang tren di sosial media, potensi untuk berselisih paham semakin besar.

*Role model* di dunia maya sekarang ini menjadi panutan remaja dalam bertindak akibat pengaruh media sosial. Remaja dengan mudah mengikuti perkembangan idolanya dari hal umum sampai ke hal yang detail dan untuk beberapa hal mereka akan mengikutinya selagi masih sepandangan. Termasuk fenomena selebgram yang sekarang banyak disebut sebagai *relationship goals* oleh para remaja.

Remaja menganggap idola tersebut bisa dijadikan model baik untuk menunjang penampilan maupun pergaulan. Remaja mendapatkan referensi baru dalam memandang hal-hal yang selama ini diimpikannya dari idola-idolanya di dunia maya. Maka tak heran fenomena selebgram tersebut menjadi magnet untuk remaja, yang *notabene* masih mudah terbawa arus perkembangan zaman. Dari permasalahan di atas peneliti ingin mengetahui ada hubungan antara persepsi terhadap fenomena selebgram ini dengan orientasi masa depan hubungan romantis di kalangan remaja.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional yang melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi terhadap fenomena selebgram sedangkan orientasi masa depan hubungan romantis merupakan variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : remaja akhir, memiliki atau pernah menggunakan akun sosial media instagram dan belum menikah. Metode pengumpulan data menggunakan 2 skala yaitu : skala persepsi terhadap fenomena selebgram dan skala orientasi masa depan hubungan romantis. Persepsi terhadap fenomena selebgram diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan beberapa aspek persepsi menurut Walgito (2001) seperti: aspek kognisi, aspek afeksi, aspek konasi yang berjumlah 22 Aitem dengan reliabilitas  $\alpha$  0,783. Orientasi masa depan hubungan romantis diukur dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek dari Öner (2000) yaitu faktor *permanent relationship seeking* dan *future relationship focus* dan skala orientasi masa depan hubungan romantis dengan 18 aitem dengan reliabilitas  $\alpha$  0,755.

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis product moment. Perhitungan dibantu dengan menggunakan fasilitas program SPSS for windows release 16.0

## **HASIL**

Sebelum menguji hipotesis penulis melakukan uji asumsi. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat normal dan tidaknya distribusi data variable-variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa variable persepsi terhadap fenomena selebgram memiliki nilai  $KS-Z = 0,927$ ,  $p = 0,356$  ( $p > 0,05$ ). Variabel orientasi masa depan hubungan romantis nilai  $KS-Z = 0,957$ ,  $p = 0,319$  ( $p > 0,05$ ). Hal ini berarti kedua variable dalam penelitian ini datanya berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variable orientasi masa depan hubungan romantis dengan persepsi terhadap fenomena selebriti instagram memperoleh hasil koefisien  $F_{linear} = 0,288$  memiliki taraf signifikansi  $p = 0,593$  ( $p > 0,05$ ). Hal ini memberikan informasi bahwa variabel orientasi masa depan hubungan romantis dengan variabel persepsi terhadap fenomena selebriti instagram tidak saling berhubungan.

Berdasarkan rentang skor skala orientasi masa depan hubungan romantis dapat dijelaskan bahwa terdapat 9 subjek dengan kategori sangat tinggi, 46 subjek dengan kategori tinggi dan 25 subjek dengan kategori sedang. Rentang skor skala persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dapat dijelaskan bahwa terdapat 4 responden penelitian yang mendapat skor tinggi, 61 responden penelitian yang mendapat skor sedang, 15 responden penelitian yang mendapat skor rendah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan teknik product moment dihasilkan korelasi  $r_{xy} = 0,061$  memiliki taraf signifikansi  $0,593$  ( $p > 0,01$ ). Data tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel orientasi masa depan hubungan romantis dengan persepsi terhadap fenomena selebriti instagram.

## PEMBAHASAN

Hasil analisis yang dilakukan pada penelitian orientasi masa depan hubungan romantis dengan persepsi terhadap selebriti instagram diperoleh korelasi  $r_{xy} = 0,061$  dengan nilai signifikansi  $0,593$  ( $p > 0,01$ ). Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara orientasi masa depan hubungan romantis dengan persepsi terhadap fenomena selebriti instagram. Artinya, persepsi terhadap selebriti instagram tidak memengaruhi orientasi masa depan hubungan romantis. Hasil tersebut menunjukkan hipotesis penelitian tidak diterima.

Hasil hipotesis yang tidak terbukti dari pengajuan peneliti memiliki kemungkinan bahwa tidak signifikansinya suatu korelasi dapat diinterpretasi dari dua sebab (Hadi, 1995) yaitu:

1. Antara kriteria penelitian dengan aspek-aspeknya tidak terdapat korelasi yang signifikan.
2. Jumlah kasus yang diteliti tidak banyak dapat membuat keterkaitan kriteria penelitian dengan aspek-aspeknya tidak dapat menjadi perhitungan walaupun memiliki nilai korelasi yang signifikan.

Kerlinger (2004) mengatakan terdapat beberapa hal yang dapat menjadi penyebab tidak terbuktinya hipotesis, yaitu:

1. Teori dan hipotesis yang digunakan salah
2. Metode penelitian yang digunakan tidak tepat
3. Pengukuran yang tidak kuat atau pengukuran yang kurang sesuai
4. Analisis yang salah

Tidak adanya hubungan antara persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis disebabkan karena peneliti tidak menetapkan kriteria khusus terhadap subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan subjek yang terdiri dari individu yang berpacaran dan tidak berpacaran, seharusnya subjek penelitian ini adalah individu yang berpacaran saja.

Pemilihan subjek dan tema yang diteliti oleh peneliti bisa menjadi alasan lain tidak adanya hubungan antara persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis. Visi misi yang dimiliki Unissula yaitu membangun generasi khaira ummah dimana setiap mahasiswanya diharapkan untuk bisa mengamalkan nilai-nilai agama islam dalam

setiap pendidikan yang diterapkan, membuat subjek memiliki persepsi yang berubah seiring dengan adanya sistem pendidikan yang dimiliki oleh Unissula. Suasana pembelajaran yang islami di dalam Unissula bertolak belakang dengan tema yang diteliti oleh peneliti yang banyak membahas tentang fenomena selebriti instagram saat ini dan perencanaan dalam hubungan romantis.

Pengaruh sosial media instagram yang tidak terlalu signifikan bisa menjadi alasan lain tidak adanya hubungan persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis. Tidak semua subjek penelitian menjadi pengikut setiap aktivitas-aktivitas para selebriti instagram.

Orientasi masa depan hubungan romantis yang dimiliki oleh subjek penelitian tergolong tinggi. Artinya, subjek penelitian memiliki orientasi masa depan hubungan romantis yang matang. Subjek yang memiliki orientasi masa depan hubungan romantis yang matang, cenderung memilih untuk menjalani hubungan yang permanen dan memiliki fokus tujuan yang jelas dengan pasangannya. Faktor yang dapat memberikan pengaruh pada orientasi masa depan hubungan romantis antara lain, konsep diri, perkembangan kognitif, jenis kelamin, usia, teman sebaya, status sosial ekonomi, hubungan dengan orang tua (Arham, 2011).

Faktor lain yang memengaruhi orientasi masa depan hubungan romantis menurut Putri (2010) adalah kadar cinta dan lama berpacaran. Semakin lama individu menjalin hubungan, semakin berorientasi pada masa depan dan cenderung mencari hubungan yang permanen. Individu yang berorientasi masa depan lebih memilih tidak akan menghabiskan waktu pada hubungan yang bersifat sementara sehingga cenderung membina hubungan jangka panjang dan dalam waktu yang lama (Putri, 2010). Individu yang memiliki kadar cinta tinggi akan memiliki kecenderungan untuk mencari hubungan romantis jangka panjang, dan sebaliknya individu yang memiliki kadar cinta rendah akan cenderung mencari hubungan romantis jangka pendek (Putri, 2010).

Persepsi terhadap fenomena selebriti instagram yang dimiliki oleh subjek penelitian tergolong sedang. Artinya, subjek penelitian cenderung kurang memiliki minat untuk mengikuti gaya berpacaran selebriti instagram yang ramai dibicarakan saat ini. Faktor yang dapat memengaruhi antara lain, pelaku persepsi, target atau objek dan situasi (Robin, 2011).

## **KESIMPULAN**

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap fenomena selebriti instagram dengan orientasi masa depan hubungan romantis pada remaja akhir di Universitas Islam Sultan Agung. Artinya persepsi terhadap selebriti instagram tidak mempengaruhi orientasi masa depan hubungan romantis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah. (2016). Cinta remaja dan seks edukasi. *Psikovidya*, 20 (1), 26-30.
- Arham, A. B. (2010). Hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan orientasi masa depan remaja di bidang pekerjaan pada peserta didik kelas IX di SMK Negeri 11 Malang.
- Azwar, S. (2012). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chak, H. Y. (2007). Relationship of perceive instrumentality, future time orientation and student's motivation to learn. Hong Kong: City University.

- Ghufron, M.N & Risnawita, R. 2010. *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hadi, S. (1997). *Metodologi research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kalkan, M. (2008). Do psychological birth order positions predict future time orientation in romantic relationships? *Interpesona*, 4 (1), 89-101.
- Kerlinger, FN. (2004). *Asas-asas penelitian behavioral*. Yogyakarta: UGM Press.
- Legono, B. (2016). Dipetik 2017, dari kompasiana.com.
- Marliani, R. (2013). Hubungan antara religiusitas dengan orientasi masa depan bidang pekerjaan pada mahasiswa tingkat akhir. *Jurnal Psikologi*, 9 (2), 133-135.
- Milton, Charles R., 1981. *Human behavior in organizations*. Englewood Cliffs, New York: Prentice-Hall, Inc.
- Nurrohmatulloh, M. A. (2016). Hubungan orientasi masa depan dan dukungan orang tua dengan minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi (siswa-siswi SMK Negeri 1 Samarinda kelas XII). *Ejournal Psikologi*, 4 (4), 446-456.
- Oner, B. (2000). Future time orientation and relationships with the opposite sex. *The journal of psychology*, 134 (3), 306-314.
- Oner, B. (2002). Self monitoring and future time orientation in romantic relationships. *The journal of psychology*, 136 (4), 420-424.
- Oner, B. (2000). Relationship satisfaction and dating experience: factors affecting future time orientation in relationships with the opposite sex. *The journal of psychology*, 134 (5), 527-536.
- Putri, A. S. (2010). *Cinta dan orientasi masa depan hubungan romantis pada dewasa muda yang berpacaran*. Universitas Indonesia, Psikologi.
- Rahadjo, W., Nurshafitri, D., Atlanti, F., Karim, I., Afiatin, M., & Desima, N. (2015). Tak bisa pindah ke lain hati: peran orientasi perspektif waktu masa lalu negatif pada individu yang pernah terlibat hubungan romantis. 4 (6), 33-39.
- Rosalina, M., & Ekasari, A. (2015). Pengaruh kematangan emosi dan orientasi berkarir terhadap keputusan menikah pada mahasiswa psikologi di Universitas Islam 45 Bekasi. *Jurnal Soul*, 8 (23), 22-32.
- Soelaiman, R. 1993. Hubungan antara persepsi kualitas komunikasi orang tua-anak dalam keluarga dengan perilaku agresi pada remaja laki-laki dan perempuan. *Anima*, 8 (31), 11-33.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Triana, K. A. (2013). Hubungan antara orientasi masa depan dengan prokrastinasi dalam menyusun skripsi pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik (Fisipol) Universitas Mulawarman Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 1 (1), 284-285.
- Vamela, J., Hasyim, A., & Nurmalisa, Y. (2012). Persepsi siswa tentang proses pembelajaran oleh gurunon PKn di SMA Bina Mulya Kedaton Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 6 (1) 135-140.
- Robin, Patricia dan P. Triputra. 2011. Studi resepsi audiens terhadap lirik lagu bermuatan politik (studi pemaknaan individu terhadap lirik lagu “andai ku Gayus Tambunan”). *Jurnal Komunikasi*. Jakarta. Universitas Tarumanagara.
- Winardi, R. D. 2013. The influence of individual and situational factors on lower-level civil servants' whistle-blowing intention in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*. 28 (3), 361-376.
- Hurlock, Elizabeth, B. (2000). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock. (2003). *Adolescence*. Jakarta: Erlangga