



## Hubungan Antara Loneliness Dan Attention Seeking Behavior Pada Mahasiswa Generasi Z

Muhammad Hafiz<sup>1)</sup>, Rani Febrianti<sup>2)</sup>, Alya Rahmadhani<sup>3)</sup> Beny Rahim<sup>4)</sup>, Jelpa Periantalo<sup>5)</sup>, Muhammad Ilham<sup>6)</sup>, Dinda Agraiza<sup>7)</sup>

<sup>1-7</sup> Program Studi Psikologi, Universtas Jambi, Jambi, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [mhmd.hafiz637@gmail.com](mailto:mhmd.hafiz637@gmail.com), [ranifebrianti0207@gmail.com](mailto:ranifebrianti0207@gmail.com),  
[alyarahmadhani6@gmail.com](mailto:alyarahmadhani6@gmail.com)

**Abstract.** Generation Z college students have grown up in the digital era with unprecedented access to social connectivity, yet paradoxically they remain highly susceptible to loneliness. One psychological reaction to loneliness is attention seeking behavior, defined as an individual's tendency to seek recognition, approval, or social validation from their environment. This study aimed to examine the relationship between loneliness and attention seeking behavior among Generation Z college students. A quantitative correlational approach was employed using purposive sampling. A total of 125 active students born between 1997 and 2012 participated as respondents. Loneliness was measured using the UCLA Loneliness Scale Version 3 (Russell, 1996), while attention seeking behavior was assessed using the Attention Seeking Scale (Hawk et al., 2019). Data were analyzed using Pearson's Product Moment correlation through JASP. The results revealed a significant positive relationship between loneliness and attention seeking behavior ( $r = 0.188$ ;  $p = 0.035$ ), indicating that the higher the level of loneliness experienced by Generation Z students, the stronger their tendency to engage in attention seeking behavior.

**Keywords:** Loneliness, Attention Seeking Behavior, Generation Z, College Students

**Abstrak.** Mahasiswa Generasi Z tumbuh di era digital yang memungkinkan konektivitas sosial yang luas, namun paradoksnya mereka justru rentan mengalami *loneliness* (kesepian). Salah satu reaksi yang muncul akibat kesepian adalah *attention seeking behavior* (perilaku mencari perhatian), yaitu kecenderungan individu untuk mencari pengakuan, persetujuan, atau validasi sosial dari lingkungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *loneliness* dan *attention seeking behavior* pada mahasiswa Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 125 mahasiswa aktif yang lahir antara tahun 1997–2012 dilibatkan sebagai responden. Pengukuran *loneliness* menggunakan UCLA Loneliness Scale Version 3 (Russell, 1996), sedangkan *attention seeking behavior* diukur menggunakan Attention Seeking Scale (Hawk et al., 2019). Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson's Product Moment melalui JASP. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *loneliness* dan *attention seeking behavior* ( $r = 0,188$ ;  $p = 0,035$ ), yang berarti semakin tinggi tingkat kesepian mahasiswa Generasi Z, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menampilkan perilaku mencari perhatian.

**Kata kunci:** Loneliness, Attention Seeking Behavior, Generasi Z, Mahasiswa

## **1. LATAR BELAKANG**

Lahir antara tahun 1997 dan 2012, Generasi Z dibesarkan di era digital ketika media sosial dan teknologi komunikasi memungkinkan mereka untuk tetap terhubung. Dalam hal pola interaksi sosial dan kebutuhan akan konektivitas sosial, mahasiswa dari generasi ini berbeda dari generasi sebelumnya. Media sosial berfungsi sebagai platform untuk pengembangan identitas dan pengakuan sosial, selain sebagai sarana komunikasi.

Studi global menunjukkan bahwa Generasi Z cukup rentan terhadap *loneliness* (kesepian) meskipun meningkatnya keterlibatan sosial melalui media digital. Kesendirian fisik hanyalah satu aspek dari kesepian, aspek lainnya adalah pengalaman subjektif merasa bahwa hubungan sosial seseorang tidak memenuhi harapan atau kebutuhan emosionalnya. Individu yang kurang memiliki keintiman emosional dan koneksi yang mendalam dapat merasa kesepian bahkan ketika mereka dikelilingi oleh banyak orang.

Menurut (Branje et al., 2021), mahasiswa berada pada masa transisi antara remaja akhir dan dewasa awal dengan tugas perkembangan untuk memantapkan pendirian hidup, yang ditandai dengan kebutuhan akan identifikasi diri, pengembangan hubungan dekat, dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Kesepian dapat berkembang jika kebutuhan-kebutuhan ini tidak terpenuhi secara memadai. Pengalaman kesepian mahasiswa dapat memengaruhi sejumlah faktor psikologis, termasuk perilaku sosial.

*Attention seeking behavior* (Perilaku mencari perhatian) adalah salah satu kemungkinan reaksi terhadap kesepian. Kecenderungan seseorang untuk mencari persetujuan, pengakuan, atau perhatian dari lingkungan sosialnya dikenal sebagai perilaku mencari perhatian. Perilaku ini dapat mengambil banyak bentuk berbeda, termasuk sengaja mempublikasikan hal-hal pribadi di media sosial dalam upaya menarik perhatian, terlalu mengekspos diri, atau mencoba memancing reaksi emosional dari orang lain.

Menurut (O'Rourke et al., 2018), seseorang yang kesepian mungkin merasa terdorong untuk mencari perhatian dalam upaya untuk memenuhi keinginan mereka akan interaksi sosial. Orang mungkin menggunakan perilaku mencari perhatian sebagai taktik kompensasi untuk mendapatkan respons sosial yang diinginkan ketika mereka merasa

terasing secara emosional atau tidak didukung. Oleh karena itu, diyakini bahwa tingkat pencarian perhatian mahasiswa berkorelasi dengan perasaan kesepian mereka. Beberapa penelitian terdahulu menggambarkan *loneliness* (kesepian) sebagai dorongan untuk mencari koneksi sosial dan lebih memperhatikan informasi sosial (misalnya ekspresi wajah, kehangatan orang lain). Orang yang kesepian cenderung lebih peka terhadap isyarat sosial, terutama yang berkaitan dengan penerimaan/penolakan.

### *Loneliness*

Manusia merupakan makhluk sosial yang secara alamiah membutuhkan hubungan dengan orang lain untuk dapat memenuhi kebutuhan emosional dan psikologisnya. Dalam perspektif psikologi, kebutuhan akan hubungan sosial ini bukan sekadar keinginan, melainkan sebuah kebutuhan dasar yang apabila tidak terpenuhi akan menimbulkan berbagai dampak negatif bagi kesehatan mental individu. Salah satu kondisi yang muncul akibat tidak terpenuhinya kebutuhan tersebut adalah *loneliness* atau kesepian. (Weiss, 1973) menjadi salah satu tokoh pertama yang merumuskan *loneliness* secara ilmiah. Ia mendefinisikan *loneliness* sebagai suatu kondisi yang muncul bukan semata karena seseorang berada sendirian, melainkan karena adanya defisiensi atau ketidakcukupan dalam hubungan sosial yang dimiliki. Dengan kata lain, seseorang bisa saja dikelilingi banyak orang namun tetap merasa kesepian apabila hubungan-hubungan tersebut tidak memberikan rasa kedekatan, kebermaknaan, atau keterhubungan yang sesungguhnya. Weiss juga membedakan dua jenis *loneliness*, yaitu *loneliness* sosial yang terjadi akibat tidak adanya jaringan sosial yang memadai, dan *loneliness* emosional yang terjadi karena tidak adanya hubungan emosional yang intim dan bermakna dengan orang lain.

Seiring berkembangnya penelitian di bidang psikologi sosial, definisi *loneliness* semakin diperluas dan diperhalus oleh para ahli. (Stern, 1986) merumuskan *loneliness* sebagai pengalaman subjektif yang tidak menyenangkan yang timbul ketika seseorang mempersepsikan adanya kekurangan dalam hubungan sosialnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Definisi ini menekankan aspek persepsi individu, yang berarti bahwa *loneliness* tidak hanya diukur dari kondisi objektif hubungan sosial seseorang, melainkan dari bagaimana individu tersebut menghayati dan menilai kondisi hubungan sosialnya sendiri. Hal ini menjadikan *loneliness* sebagai fenomena yang bersifat personal dan sangat dipengaruhi oleh standar internal masing-masing individu mengenai hubungan

sosial yang ideal. (John T. Cacioppo &, 2008) kemudian memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa *loneliness* adalah sinyal biologis yang muncul ketika kebutuhan sosial seseorang tidak terpenuhi, serupa dengan rasa lapar atau haus yang mengisyaratkan kebutuhan fisik yang belum dipenuhi.

Dalam konteks penelitian ini, *loneliness* dipahami sebagai kondisi psikologis yang dialami oleh mahasiswa Generasi Z ketika mereka mempersepsikan hubungan sosial yang mereka miliki tidak memenuhi ekspektasi atau kebutuhan mereka akan kedekatan emosional dan keterhubungan sosial yang bermakna. (de Jong Gierveld & van Tilburg, 2010) mengembangkan konsep ini lebih lanjut dengan membedakan *loneliness* menjadi dua dimensi utama, yaitu *loneliness* emosional yang merujuk pada ketiadaan hubungan intim yang dekat dan menyentuh hati, serta *loneliness* sosial yang merujuk pada ketiadaan jaringan sosial yang lebih luas. Pada mahasiswa Generasi Z, kedua dimensi ini sangat relevan mengingat mereka hidup di era digital yang memungkinkan mereka terhubung secara virtual dengan banyak orang namun seringkali merasakan kekosongan dalam hubungan yang bersifat nyata dan mendalam. Penggunaan media sosial yang intensif justru kerap memperburuk perasaan *loneliness* karena mendorong perbandingan sosial yang tidak sehat dan menciptakan ilusi kedekatan tanpa kedalaman relasional yang sesungguhnya.

#### *Attention Seeking Behavior*

Perilaku manusia dalam konteks sosial tidak pernah sepenuhnya bebas dari pengaruh kebutuhan akan pengakuan dan perhatian dari orang lain. Sejak lahir, manusia telah belajar bahwa mendapatkan perhatian dari lingkungan sekitar merupakan cara untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan fisik hingga kebutuhan emosional dan psikologis. Dalam perkembangannya, kebutuhan akan perhatian ini dapat termanifestasi dalam berbagai bentuk perilaku yang dikenal secara ilmiah sebagai *attention seeking behavior* atau perilaku mencari perhatian. Secara umum, *attention seeking behavior* didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan seseorang dengan tujuan, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk menarik, mempertahankan, atau meningkatkan perhatian dari orang-orang di sekitarnya (Halston et al., 2019). Perilaku ini dapat bersifat adaptif ketika dilakukan dalam batas yang wajar dan dalam

konteks yang tepat, namun dapat menjadi maladaptif ketika dilakukan secara berlebihan dan mengganggu fungsi sosial individu.

Dalam perspektif psikologi klinis, attention seeking behavior seringkali dikaitkan dengan berbagai kondisi psikologis tertentu, salah satunya adalah *histrionic personality disorder* yang ditandai dengan pola perilaku mencari perhatian secara berlebihan dan dramatisasi emosi yang tidak proporsional. Meskipun demikian, penting untuk ditegaskan bahwa tidak semua *attention seeking behavior* bersifat patologis. (Baumeister & Leary, 2017) melalui teori *need to belong* menyatakan bahwa kebutuhan untuk diterima dan diperhatikan merupakan kebutuhan dasar manusia yang bersifat universal. Mereka berargumen bahwa dorongan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan sosial yang positif telah tertanam secara mendalam dalam diri manusia sebagai warisan evolusioner. Dengan demikian, perilaku mencari perhatian pada dasarnya merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan fundamental ini. Yang membedakan antara *attention seeking behavior* yang sehat dan yang bermasalah adalah intensitas, konteks, dan cara individu tersebut mengekspresikan kebutuhannya akan perhatian.

Dalam penelitian ini, attention seeking behavior difokuskan pada manifestasinya dalam konteks dunia digital, khususnya perilaku mahasiswa Generasi Z di media sosial. (Stapleton et al., 2017) dalam kajiannya tentang Generasi Z mencatat bahwa penggunaan media sosial yang intens oleh generasi ini telah menciptakan budaya baru dalam mencari validasi sosial, di mana jumlah likes, komentar, dan pengikut menjadi tolok ukur penerimaan sosial. *Attention seeking behavior* dalam konteks digital ini dapat berwujud dalam berbagai bentuk, seperti mengunggah konten yang bersifat provokatif atau dramatis demi mendapatkan respons dari orang lain, berbagi informasi pribadi yang berlebihan di ruang publik digital, hingga menciptakan kontroversi untuk mendapatkan sorotan. (Turel & Serenko, 2012) menambahkan bahwa kecenderungan ini diperkuat oleh mekanisme reward pada platform media sosial yang memberikan umpan balik instan berupa notifikasi dan interaksi, sehingga menciptakan siklus perilaku yang sulit untuk dihentikan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara *loneliness* dan *attention seeking behavior*, serta faktor-faktor yang melingkupinya, khususnya pada kelompok usia muda. Penelitian yang dilakukan oleh Twenge, Stapleton, dkk (2017)

menemukan bahwa individu yang mengalami tingkat loneliness yang tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari perhatian melalui media sosial, dan hal ini terutama tampak pada kelompok Generasi Z yang tumbuh besar bersama teknologi digital. Penelitian tersebut melibatkan lebih dari seribu responden mahasiswa di berbagai universitas di Amerika Serikat dan menemukan korelasi positif yang signifikan antara skor loneliness pada UCLA *Loneliness Scale* dengan frekuensi unggahan konten yang bersifat mencari perhatian di platform seperti Instagram dan TikTok. Studi lain yang dilakukan oleh (Andreassen et al., 2017) menemukan bahwa individu dengan kecenderungan narsistik dan attention seeking yang tinggi menunjukkan ketergantungan yang lebih besar pada media sosial, dan *loneliness* menjadi salah satu prediktor signifikan dari kecenderungan tersebut.

Studi-studi sebelumnya belum secara eksplisit meneliti hubungan antara kesepian dan perilaku mencari perhatian pada mahasiswa Generasi Z, melainkan lebih berfokus pada deskripsi umum perilaku tersebut. Untuk memastikan apakah kesepian dan perilaku mencari perhatian pada mahasiswa Generasi Z saling terkait, studi ini sangat penting. Diharapkan temuan studi ini akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang dinamika psikologis mahasiswa dalam kerangka interaksi sosial di era digital.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga menekankan analisis hasil pada data-data dalam bentuk angka yang dihimpun melalui prosedur pengukuran dan analisis oleh statistika (Saifuddin Azwar, 2018). Salah satu jenis penelitian kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan tujuan mengamati hubungan antarvariabel, arah hubungan, dan kekuatan hubungan antarvariabel (Periantalo, 2019).

Penelitian korelasional adalah penelitian yang mempelajari hubungan dua variabel atau lebih dan sejauh mana variasi dalam satu variabel dengan variasi dalam variabel lain (Ibrahim, 2007). Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *Loneliness* dengan *Attention Seeking Behavior* pada mahasiswa generasi Z.

Peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana teknik tersebut tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama pada seluruh anggota populasi

untuk menjadi sampel penelitian. Adapun teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan memperoleh kelompok yang mampu merepresentasikan karakteristik yang dikehendaki (Rahim, 2025). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang lahir antara tahun 1997-2012.

Penelitian ini mengadopsi dua instrument yaitu skala *UCLA Loneliness Scale Version 3* yang dikembangkan oleh (Russell, 1996) dan diadaptasi oleh Monica dan Suryadi (2024) kedalam Bahasa Indonesia. Alat ukur loneliness ini berjumlah 20 butir dengan menggunakan skala likert 1 (tidak pernah) - 4 (sering). Semakin tinggi skor yang diperoleh responden, maka semakin tinggi pula loneliness pada responden penelitian, begitu pun sebaliknya. Skala *UCLA Loneliness Scale* merupakan skala jenis Likert yang berisikan 20 item. Setelah dilakukan uji coba, maka ada 19 item yang bisa digunakan dalam penelitian ini. Dengan skor koefisien reliabilitas Alpha Cronbach's yaitu 0.884, maka skala ini bisa dikatakan reliable. Adapun instrumen yang mengukur *Attention Seeking Behavior* adalah *Attention Seeking Scale* yang dikembangkan oleh (Hawk et al., 2019). Skala ini mengukur kecenderungan individu untuk mencari perhatian, pengakuan, dan validasi sosial dari orang lain melalui berbagai bentuk perilaku. Dalam penelitian Hawk et al. (2019), *attention seeking* dioperasionalkan sebagai motivasi individu untuk memperoleh perhatian dari lingkungan sosial, terlihat dari keinginan untuk dikenal oleh orang lain, memperoleh komentar, memperoleh tanda suka (likes), mendapatkan perhatian sosial, serta menampilkan diri agar dipandang positif oleh kelompok sebayanya. Skala *Attention Seeking* terdiri dari 5 aitem dengan format respons skala Likert 4 poin, mulai dari 1 (sangat tidak sesuai) hingga 4 (sangat sesuai). Berdasarkan penelitian Hawk et al. (2019), skala ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik dengan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,84 pada pengukuran pertama dan 0,88 pada pengukuran kedua.

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan linearitas. Silalhi (2018) mengungkapkan bahwa kegunaan dari uji normalitas yakni untuk membuktikan apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan JASP. Kemudian uji linearitas berguna untuk mengetahui status linier atau tidaknya suatu distribusi data penelitian, serta

untuk membuktikan adanya hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji linieritas menggunakan teknik uji F, data dikatakan linear jika  $(p) > 0,05$ . Jika probabilitas  $(p) < 0,05$  maka yang terjadi adalah hubungan antara variabel independen dan dependen tidak searah. Selanjutnya uji hipotesis yang dilakukan adalah korelasi *Pearson's Product Moment* melalui JASP. Teknik analisis statistik ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### *Statistik Deskriptif*

#### *Descriptive Statistics*

	Total skor x	Total skor y
Valid	125	125
Missing	0	0
Mean (arithmetic)	47.11	11.70
Std. Deviation	3.499	2.694
Minimum	34.00	5.000
Maximum	56.00	18.00

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa secara hipotetis skala *Loneliness* pada Mahasiswa generasi Z memiliki skor tertinggi sebesar 56 ,skor terendah sebesar 34 , skor rata-rata sebesar 47,11, dan standar deviasi sebesar 3,5.Dan skala *Attention Seeking Behavior* pada Mahasiswa generasi Z memiliki skor tertinggi sebesar 18, skor terendah sebesar 5, skor rata-rata sebesar 11,70, dan standar deviasi sebesar 2,5. Data ini selanjutnya untuk mengategorikan subjek penelitian agar skor yang diperoleh subjek dapat diinterpretasi. Kategorisasi dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Tujuan kategorisasi adalah untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Banyaknya jenjang

kategorisasi yang akan dibuat biasanya tidak lebih dari lima jenjang tapi juga tidak kurang dari tiga. Perhitungan kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini berpedoman kepada kategorisasi menurut Azwar (2018) dengan norma dan hasil kategorisasi sebagai berikut:

*Variabel X*

<b>Norma Kategorisasi</b>	<b>Skor</b>	<b>Klasifikasi</b>
$X \leq Mean - 1.5 SD$	$X \leq 47 - 1.5 (3.5)$	Sangat Rendah
$Mean - 1.5 SD < X \leq Mean - 0.5 SD$	$47 - 1.5 (3.5) < X \leq 47 - 0.5 (3.5)$	Rendah
$Mean - 0.5 SD < X \leq Mean + 0.5 SD$	$47 - 0.5 (3.5) < X \leq 47 + 0.5 (3.5)$	Sedang
$Mean + 0.5 SD < X \leq Mean + 1.5 SD$	$47 + 0.5 (3.5) < X \leq 47 + 1.5 (3.5)$	Tinggi
$X > Mean + 1.5 SD$	$X > 47 + 1.5 (3.5)$	Sangat Tinggi

<b>Rentang Skor</b>	<b>Klasifikasi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
$X \leq 41,75$	Sangat Rendah	8	6,4%
$41,75 < X \leq 45,25$	Rendah	37	29,6%
$45,25 < X \leq 48,75$	Sedang	31	24,8%
$48,75 < X \leq 52,25$	Tinggi	42	33,6%
$X > 52,25$	Sangat Tinggi	7	5,6%
<b>Total</b>		<b>125</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 125 orang (100%). Distribusi *loneliness* responden diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Pada kategori sangat rendah ( $X \leq 41,75$ ) terdapat 8 responden (6,4%). Persentase yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki tingkat kesepian yang sangat rendah. Responden pada kategori ini cenderung memiliki hubungan sosial yang baik dan merasa cukup terhubung dengan lingkungan sosialnya. Kategori rendah ( $41,75 < X \leq 45,25$ ) mencakup 37 responden (29,6%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian responden memiliki tingkat *loneliness* yang rendah. Responden dalam kategori ini umumnya jarang merasakan kesepian dan masih memiliki dukungan sosial yang memadai dalam kehidupan sehari-hari. Kategori sedang ( $45,25 < X \leq 48,75$ ) terdiri dari 31 responden (24,8%). Hasil ini menunjukkan bahwa sejumlah responden mengalami tingkat kesepian pada taraf moderat. Individu dalam kategori ini terkadang merasakan kesepian, namun perasaan tersebut masih berada dalam batas yang wajar dan tidak terlalu mengganggu fungsi sosialnya. Selanjutnya, pada kategori tinggi ( $48,75 < X \leq 52,25$ ) terdapat 42 responden (33,6%), yang merupakan jumlah responden terbanyak dibandingkan kategori lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *loneliness* yang tinggi. Responden dalam kategori ini cenderung lebih sering merasakan keterasingan sosial, kurangnya kedekatan emosional, atau ketidakpuasan terhadap hubungan sosial yang dimiliki. Adapun kategori sangat tinggi ( $X > 52,25$ ) mencakup 7 responden (5,6%). Persentase ini menunjukkan bahwa terdapat sebagian kecil responden yang mengalami tingkat kesepian yang sangat tinggi. Kondisi tersebut dapat mengindikasikan adanya perasaan terisolasi secara sosial yang lebih intens dan berpotensi memengaruhi kesejahteraan psikologis individu. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi (33,6%), sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *loneliness* pada mahasiswa Generasi Z dalam penelitian ini cenderung berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa banyak responden masih merasakan kesepian atau kurangnya keterhubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari meskipun berada pada lingkungan akademik dan sosial yang relatif aktif.

*Variabel Y*

<b>Norma Kategorisasi</b>	<b>Skor</b>	<b>Klasifikasi</b>
$X \leq Mean - 1.5 SD$	$X \leq 12 - 1.5 (3)$	Sangat Rendah
$Mean - 1.5 SD < X \leq Mean - 0.5 SD$	$12 - 1.5 (3) < X \leq 12 - 0.5 (3)$	Rendah
$Mean - 0.5 SD < X \leq Mean + 0.5 SD$	$12 - 0.5 (3) < X \leq 12 + 0.5 (3)$	Sedang
$Mean + 0.5 SD < X \leq Mean + 1.5 SD$	$12 + 0.5 (3) < X \leq 12 + 1.5 (3)$	Tinggi
$X > Mean + 1.5 SD$	$X > 12 + 1.5 (3)$	Sangat Tinggi

<b>Rentang Skor</b>	<b>Klasifikasi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
$X \leq 7,5$	Sangat Rendah	6	4,8%
$7,5 < X \leq 10,5$	Rendah	36	28,8%
$10,5 < X \leq 13,5$	Sedang	54	43,2%
$13,5 < X \leq 16,5$	Tinggi	18	14,4%
$X > 16,5$	Sangat Tinggi	11	8,8%
<b>Total</b>		<b>125</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 125 orang (100%). Distribusi *Attention Seeking Behavior* responden diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Pada kategori sangat rendah ( $X \leq 7,5$ ) terdapat 6 responden (4,8%). Persentase yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki tingkat perilaku mencari perhatian yang sangat rendah. Responden pada kategori ini cenderung tidak menunjukkan kebutuhan yang signifikan terhadap perhatian atau pengakuan dari lingkungan sosialnya. Kategori rendah ( $7,5 < X \leq 10,5$ ) mencakup 36 responden (28,8%). Hal ini mengindikasikan bahwa sejumlah responden memiliki *Attention Seeking Behavior* yang rendah, namun masih berada dalam batas yang wajar

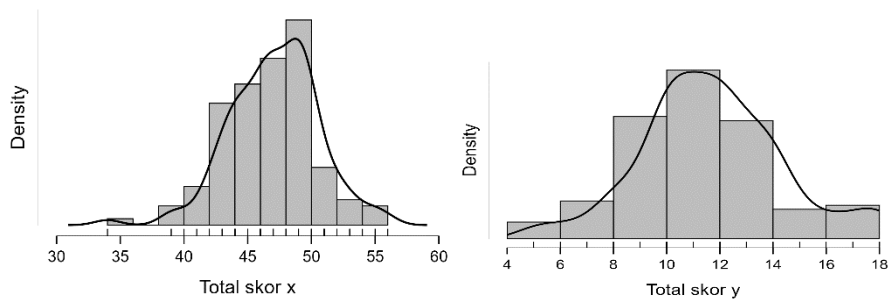
dan tidak menimbulkan kecenderungan perilaku berlebihan dalam mencari perhatian. Kategori sedang ( $10,5 < X \leq 13,5$ ) merupakan kategori dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 54 responden (43,2%). Dominasi kategori ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *Attention Seeking Behavior* yang berada pada taraf moderat. Kondisi ini mencerminkan bahwa kebutuhan akan perhatian pada umumnya masih berada dalam batas normal dan sesuai dengan tuntutan interaksi sosial sehari-hari. Selanjutnya, pada kategori tinggi ( $13,5 < X \leq 16,5$ ) terdapat 18 responden (14,4%). Responden dalam kategori ini menunjukkan kecenderungan perilaku mencari perhatian yang cukup kuat, sehingga berpotensi memengaruhi pola interaksi sosial apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengendalian diri yang baik. Adapun kategori sangat tinggi ( $X > 16,5$ ) mencakup 11 responden (8,8%). Persentase ini menunjukkan bahwa terdapat sebagian responden yang memiliki *Attention Seeking Behavior sangat tinggi*, yang dapat berdampak pada hubungan interpersonal dan memerlukan perhatian khusus, terutama dalam konteks bimbingan atau intervensi psikologis. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *Attention Seeking Behavior* responden secara umum berada pada taraf wajar.

#### *Uji Asumsi*

Uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji normalitas dan uji linearitas.

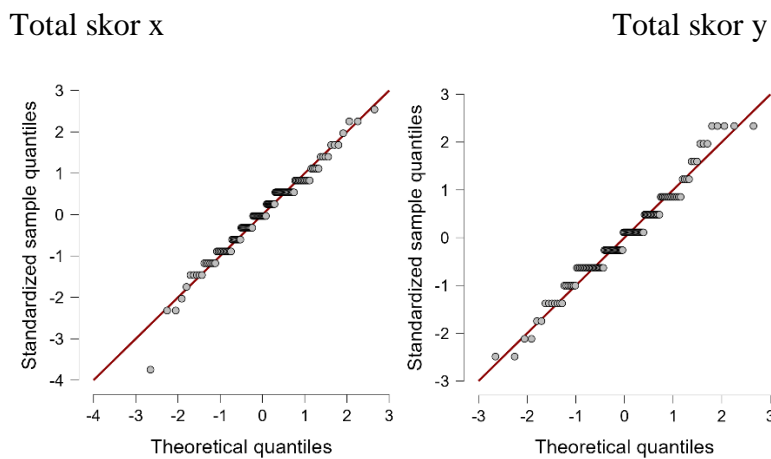
#### *Uji Normalitas Visual Histogram*

Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Distribusi normal adalah bentuk distribusi data yang memusat ditengah (mean, mode, dan median ada ditengah). Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui bahwa data penelitian yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan bantuan JASP yang kemudian ditarik kesimpulan dengan memeriksa sebaran aitem pada diagram.



Berdasarkan ketiga grafik histogram yang disajikan, terlihat bahwa distribusi data untuk variabel *Loneliness* (X) dan *Attention seeking behavior* (Y). Menunjukkan pola sebaran yang cenderung mengikuti kurva normal atau bentuk lonceng.

### QQ -PLOT



Hasil pemeriksaan Q-Q Plot menunjukkan bahwa titik-titik pada variabel *loneliness* dan *attention seeking behavior* cenderung mengikuti garis diagonal. Pola tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

### Uji Normalitas Statistik Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Nilai p-value	Status
Variabel X	0,264	Normal
Variabel Y	0,087	Normal

Berdasarkan Tabel diatas, hasil uji formal Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa variabel X (*loneliness*) memiliki nilai signifikansi (p) sebesar 0,264 ( $p > 0,05$ ), sedangkan variabel Y (*attention seeking behavior*) memiliki nilai signifikansi (p) sebesar

0,087 ( $p > 0,05$ ). Nilai signifikansi kedua variabel berada di atas ambang batas kritis 0,05, dapat disimpulkan bahwa sebaran data untuk variabel *loneliness* maupun *attention seeking behavior* berdistribusi secara normal.

#### Uji Linearitas

##### ANOVA

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	P
M <sub>1</sub>	Regression	31.92	1	31.92	4.522	.035
	Residual	868.1	123	7.058		
	Total	900.0	124			

*Note.* M<sub>1</sub> includes Total skor x

*Note.* The intercept model is omitted, as no meaningful information can be shown.

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ANOVA, diperoleh nilai  $F = 4,522$  dengan signifikansi  $p = 0,035$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,035 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y. Dengan demikian, asumsi linearitas telah terpenuhi sehingga analisis korelasi pearson's dapat dilanjutkan.

#### Uji Hipotesis Korelasional

##### Pearson's Correlations

		Pearson's r	P
Total skor x	- Total skor y	0.188	.035

Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson's Product Moment* pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,188 dengan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,035. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari taraf kepercayaan 0,05 ( $p = 0,035 < 0,05$ ), maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara *loneliness* (variabel X) dan *attention seeking behavior* (variabel Y) pada mahasiswa Generasi Z.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui hubungan antara *loneliness* dan *attention seeking behavior* pada mahasiswa Generasi Z. Hasil uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *Pearson's Product Moment* menunjukkan nilai  $r = 0,188$  dengan signifikansi  $p = 0,035$  ( $p < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yang berarti terdapat hubungan positif yang signifikan antara *loneliness* dan *attention seeking behavior* pada mahasiswa Generasi Z. Arah hubungan yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesepian yang dialami mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menampilkan perilaku mencari perhatian. Meskipun kekuatan korelasi tergolong lemah, temuan ini tetap bermakna secara psikologis dan konsisten dengan teori serta hasil penelitian sebelumnya.

Secara deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (33,6%) berada pada kategori *loneliness* tinggi, sementara hanya sebagian kecil (6,4%) yang berada pada kategori sangat rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Generasi Z rentan mengalami kesepian meskipun hidup di era digital yang memungkinkan konektivitas sosial yang luas. Ironisnya, kemudahan akses media sosial tidak serta-merta mampu memenuhi kebutuhan emosional dan relasional yang mendalam. Sebaliknya, intensitas penggunaan platform digital justru kerap memperburuk perasaan kesepian karena mendorong perbandingan sosial yang tidak sehat serta menciptakan ilusi kedekatan tanpa kedalaman relasional yang sesungguhnya. Sementara itu, distribusi *attention seeking behavior* menunjukkan bahwa mayoritas responden (43,2%) berada pada kategori sedang, yang mencerminkan bahwa kebutuhan akan perhatian secara umum

masih berada dalam batas yang wajar dan fungsional dalam konteks interaksi sosial sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan perspektif teoritis yang dikemukakan oleh (O'Rourke et al., 2018), yang menyatakan bahwa individu yang kesepian cenderung terdorong untuk mencari perhatian sebagai upaya kompensasi dalam memenuhi kebutuhan akan interaksi dan pengakuan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori *need to belong* dari Baumeister dan Leary (2017), yang menegaskan bahwa kebutuhan untuk diterima dan diperhatikan merupakan kebutuhan dasar manusia yang bersifat universal. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi melalui hubungan sosial yang berkualitas, individu khususnya mahasiswa Generasi Z cenderung mengalihkannya melalui perilaku mencari perhatian di ranah digital, seperti mengunggah konten yang bersifat provokatif, berbagi informasi pribadi secara berlebihan, atau menciptakan kontroversi demi mendapatkan respons sosial.

### **Saran**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah sampel sebanyak 125 responden dengan teknik *purposive sampling* membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap populasi mahasiswa Generasi Z secara keseluruhan. Kedua, desain penelitian yang bersifat korelasional tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausal, sehingga tidak dapat dipastikan secara langsung bahwa *loneliness* menyebabkan *attention seeking behavior* atau sebaliknya. Ketiga, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mungkin turut berperan sebagai mediator atau moderator dalam hubungan antara kedua variabel, seperti harga diri (*self-esteem*), pola penggunaan media sosial, atau dukungan sosial. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan desain longitudinal atau eksperimental, ukuran sampel yang lebih besar, dan metode pengambilan sampel probabilistik sangat dianjurkan untuk memperkuat temuan ini.

Implikasi praktis dari penelitian ini mengarah pada pentingnya program intervensi psikologis di lingkungan perguruan tinggi yang berfokus pada peningkatan kualitas hubungan sosial mahasiswa, penguatan kompetensi sosial-emosional, serta edukasi literasi digital yang sehat. Pihak institusi pendidikan dan konselor kampus diharapkan dapat merancang program yang membantu mahasiswa Generasi Z membangun koneksi

sosial yang bermakna, baik secara langsung maupun dalam ruang digital, sehingga kebutuhan akan keterhubungan sosial dapat terpenuhi secara adaptif tanpa bergantung pada perilaku mencari perhatian yang bersifat maladaptif.

## DAFTAR REFERENSI

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2017). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Interpersonal Development*, *117*(3), 57–89. <https://doi.org/10.4324/9781351153683-3>
- Branje, S., de Moor, E. L., Spitzer, J., & Becht, A. I. (2021). Dynamics of Identity Development in Adolescence: A Decade in Review. *Journal of Research on Adolescence*, *31*(4), 908–927. <https://doi.org/10.1111/jora.12678>
- de Jong Gierveld, J., & van Tilburg, T. (2010). The De Jong Gierveld short scales for emotional and social loneliness: Tested on data from 7 countries in the UN generations and gender surveys. *European Journal of Ageing*, *7*(2), 121–130. <https://doi.org/10.1007/s10433-010-0144-6>
- Halston, A., Iwamoto, D., Junker, M., & Chun, H. (2019). Social Media and Loneliness. *International Journal of Psychological Studies*, *11*(3), 27. <https://doi.org/10.5539/ijps.v11n3p27>
- Hawk, S. T., van den Eijnden, R. J. J. M., van Lissa, C. J., & ter Bogt, T. F. M. (2019). Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress. *Computers in Human Behavior*, *92*(June 2018), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.032>
- John T. Cacioppo & W. P. (2008). *Loneliness: Human Nature and the Need for Social Connection* (1st ed.). W. W. Norton & Company, Inc.
- O'Rourke, H. M., Collins, L., & Sidani, S. (2018). Interventions to address social connectedness and loneliness for older adults: A scoping review. *BMC Geriatrics*, *18*(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12877-018-0897-x>
- Rahim, B. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN UNTUK PSIKOLOGI* (A. Muthi'ah, Ed.; 1st ed.). Yayasan Putra Adi Dharma.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, *66*(1), 20–40. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2)
- Saifuddin Azwar. (2018). *Metode penelitian psikologi* (P. Belajar, Ed.; 2nd ed.). Pustaka belajar.

- Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram among Emerging Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142–149. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444>
- Stern, P. C. (1986). Toward a Social Psychology of Solidarity. *American Psychologist*, 41(2), 229–231. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.41.2.229>
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512–528. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.1>
- Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The Experience of Emotional and Social Isolation* (First MIT). Massachusetts Institute of Technology Press (MIT Press). <https://doi.org/10.2307/2062224>