

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah menjadikan internet sebagai bagian penting dari masyarakat global, salah satunya di Indonesia. Berdasarkan survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 229 juta jiwa dari total populasi sekitar 284 juta jiwa. Tingkat penetrasi internet di Indonesia juga mengalami peningkatan dari 79,50% menjadi 80,66% dengan pulau Jawa menduduki peringkat pertama sebesar 84,69%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet. Perkembangan tersebut mendorong munculnya berbagai media sosial yang digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, seperti WhatsApp, Instagram, X, dan TikTok. Kini, media sosial telah menjadi kebutuhan mendasar dalam bersosialisasi sehingga jarang ditemui individu yang tidak memiliki media sosial (Mussa & Situmorang, 2024).

Media sosial digunakan oleh individu dari berbagai kelompok usia. Survei APJII 2025 turut menunjukkan bahwa individu yang mengakses internet mayoritas adalah individu kelahiran 1997-2012 sebanyak 25,54% dan diikuti oleh generasi lainnya di urutan berikutnya. Sebagian besar individu kelahiran 1997-2012 berada di kelompok *emerging adulthood* dengan rentang usia 18-29 tahun (Arnett et al., 2014). *Emerging adulthood* adalah salah satu periode perkembangan yang memiliki kerentanan terhadap berbagai krisis perkembangan (Arini, 2021). Periode ini ditandai dengan ketidakstabilan akibat berbagai perubahan dalam relasi dan pekerjaan. Ketidakstabilan dapat menjadi masalah, khususnya ketika perubahan terjadi secara mendadak. Maka dari itu, individu di fase ini rentan mengalami kesepian, kecemasan, dan depresi (Arnett et al., 2014; Kirwan et al., 2024).

Proses pendalaman identitas seringkali membuat *emerging adulthood* berhadapan dengan realita yang tidak sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, individu pada fase ini memerlukan dukungan yang memadai mengingat banyak perubahan yang harus dihadapi (Wijaya & Saprowi, 2022). Kondisi tersebut mendorong sebagian individu untuk menggunakan media sosial sebagai sumber untuk mendapatkan dukungan (Arnett et al., 2014). Hal tersebut sejalan dengan hasil survei APJII 2025 yang menunjukkan bahwa tujuan penggunaan internet paling banyak adalah untuk mengakses media sosial. Selain itu, individu *emerging adulthood* cenderung belum stabil dalam mengelola kebutuhan hidup dan hubungan interpersonal sehingga media sosial seringkali dijadikan tempat pelarian ketika individu menemui kesulitan dalam proses perkembangannya (Savitri, 2019). Pada konteks media sosial, pengungkapan diri yang dilakukan *emerging adulthood* dapat didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan validasi atau dukungan (Yanti & Sahrani, 2025). Pengungkapan diri tersebut menjadi bentuk pelampiasan atas tekanan emosional yang sedang dialami.

Pengungkapan diri tersebut berkaitan dengan interaksi di media sosial yang lebih modern karena tidak memerlukan kontak langsung dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Ides et al., 2022; Mussa & Situmorang, 2024). Interaksi di media sosial dilakukan dengan cara mengunggah sesuatu, seperti video maupun foto yang disertai dengan *likes*, *share*, dan komentar dari pengguna lain sebagai bentuk penghargaan yang menjadikan suasananya berbeda dengan interaksi tatap muka (Pangayuninggalih & Helmi, 2023). Perbedaan tersebut mendorong individu untuk membagikan informasi pribadi yang berkaitan dengan diri sendiri dalam rangka membentuk identitas dan mengekspresikan diri di dunia maya atau dikenal dengan istilah *online self disclosure*. *Online self disclosure* adalah perilaku yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, mempertahankan komunikasi, atau memenuhi kebutuhan sosial di dunia maya melalui unggahan foto, mengekspresikan perasaan dan pikiran melalui fitur status, serta memberikan *likes* dan komentar (Chen et al., 2017; dalam Pangayuninggalih & Helmi, 2023). Awalnya, pengungkapan diri secara tatap muka merupakan pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial. Namun, kebiasaan tersebut bergeser seiring dengan meluasnya penggunaan berbagai *platform* media sosial. Pada konteks ini, media sosial

memberikan keleluasaan pada individu untuk mengekspresikan diri, termasuk mengungkapkan informasi personal dan pengalaman emosional secara terbuka.

Perilaku membagikan kesulitan emosional dan kesedihan di media sosial dikenal dengan istilah *sadvertising*. Istilah tersebut pertama kali diperkenalkan pada tahun 2019 oleh seorang jurnalis dan penulis bernama Rebecca Reid sebagai tindakan membagikan konten yang sensitif, emosional dan pribadi secara daring dengan tujuan mendapatkan perhatian dan simpati dari komunitas daring (Com et al., 2025). Shabahang et al. (2023) mendefinisikan *sadvertising* sebagai kecenderungan memposting detail tentang kesulitan emosional, perasaan tidak dipahami, dan tantangan interpersonal di media sosial dengan tujuan memicu simpati dan perhatian dari komunitas *online*. Selain itu, *sadvertising* juga dilakukan untuk mendapatkan respon yang cepat, mendapatkan perhatian dan dukungan dari orang lain, mendapatkan banyak *likes*, *share*, dan komentar agar orang lain di media sosial dapat bersimpati, serta kisahnya menjadi viral (Hamzah & Putri, 2022; Putri et al., 2020). Sebagian orang juga melakukan *sadvertising* dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mendapatkan dukungan berupa donasi dengan mengunggah cerita sedih (Calosa & Astari, 2024). Respon cepat tersebut merupakan validasi atas emosi atau pengalaman yang dirasakan individu (Suman & Daniel, 2025). Hal tersebut mampu meningkatkan harga diri dan menimbulkan *sense of belonging*.

Perbedaan utama antara *sadvertising* dengan pengungkapan diri negatif yang lain terletak pada tujuan untuk mendapatkan respon simpati dan perhatian karena adanya anggapan bahwa mengunggah masalah dan kesedihan pribadi dapat menarik perhatian banyak orang (Hamzah & Putri, 2022; Shabahang et al., 2023). Selain itu, mengacu pada karakteristik unggahan *sadvertising*, perbedaannya dengan unggahan negatif lainnya nampak pada isi unggahan yang personal, yaitu membuka masalah pribadi yang sedang dialami ke media sosial, seperti masalah keluarga, ungkapan kesepian, dan masalah pribadi lainnya yang seharusnya tidak diumbar ke ranah publik. Selain itu, individu juga cenderung melebih-lebihkan keadaan mereka dalam unggahannya (Com et al., 2025). Selain itu, *sadvertising* juga menjadi salah satu cara untuk meluapkan emosi di tengah tekanan psikologis yang dialami individu (Suman & Daniel, 2025). Fenomena *sadvertising* digambarkan melalui banyaknya konten di media sosial yang memuat kesulitan emosional penggunanya,

baik dalam bentuk foto, video, maupun tulisan beserta *caption* yang mencerminkan kondisi sulit.

Sebagai contoh, salah satu pengguna media sosial X mengunggah sebuah utas yang berisi kisah memilukan tentang kesulitan finansial orang tuanya setelah menjadi korban penipuan bisnis. Unggahan mampu menarik banyak dukungan, salah satunya bantuan materi berupa uang yang kemudian diketahui disalahgunakan. Di Instagram, baru-baru ini seorang *influencer* menceritakan bagaimana pencopotan dirinya sebagai petugas haji menimbulkan dampak emosional yang mendalam (Republika, 2026). Unggahan tersebut dipenuhi respon positif yang menunjukkan simpati dan respon negatif yang mempertanyakan niat dari diunggahnya video tersebut. Selanjutnya, Putri et al. (2020) mengkaji tagar #JusticeForAudrey yang memicu simpati luas dari masyarakat Sayangnya, fakta yang berbanding terbalik mengubah persepsi publik hingga muncul tagar baru, yaitu #AudreyJugaBersalah. Lebih lanjut, Ramadhani et al. (2022) turut menunjukkan fenomena mengunggah kesedihan yang terjadi di media sosial TikTok. Banyak pembuat konten yang berlomba-lomba untuk meningkatkan jumlah penonton sehingga mendorong penggunaannya untuk mengunggah berbagai jenis konten, salah satunya konten bermuatan emosional. Terbukti bahwa konten bernuansa sedih mampu menarik jutaan penonton dan meningkatkan jumlah pengikut pemilik akun.

Studi pendahuluan yang dilakukan pada 50 responden *emerging adulthood* usia 18-29 tahun melalui penyebaran survei memperkuat fenomena *sadfishing* yang terjadi di media sosial. Hampir seluruh responden pernah mengunggah postingan yang bermuatan emosional walaupun dengan intensitas yang berbeda, yaitu sangat sering (12%), sering (46%), kadang-kadang (14%), dan sisanya jarang. Responden paling banyak mengunggah postingan dalam bentuk tulisan (82%), foto (25%), dan video (30%). Mayoritas mengunggah postingan emosional tersebut di Instagram (76%), X (62%), dan TikTok (34%). Tujuannya untuk meluapkan emosi, ingin merasa lega, mendapatkan perhatian dari pengguna lain, serta mendapatkan validasi atas kesedihan yang sedang dialami, baik itu melalui *likes* maupun komentar dukungan. Mayoritas responden merasa lebih lega dan tervalidasi setelah mengunggah postingan bermuatan sedih, tetapi di sisi lain terdapat responden yang

merasa bersalah, takut dianggap dramatis, *oversharing*, dan was-was. Di sisi lain, ketika unggahan emosional tersebut tidak mendapatkan respon, beberapa responden merasa sedih, jengkel, dan menyesal karena sudah mengunggah postingan tersebut ke media sosial. Hampir seluruh responden secara sadar mengetahui risiko ketika mengunggah postingan emosional ke media sosial, seperti memberikan informasi yang seharusnya bersifat pribadi, dapat mengubah perspektif orang lain menjadi negatif, dan berpotensi menjadi bahan perbincangan.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa membagikan kesedihan dan kesulitan di media sosial sudah menjadi hal yang umum. Namun, dampak yang diterima tidak selalu positif, seperti komentar dukungan atau simpati. Dampak negatif yang terkadang tidak disadari adalah muncul kecanduan untuk mengunggah kesedihan dan masalah pribadi ke media sosial karena anggapan bahwa hal tersebut hanya sekadar curhat biasa (Hamzah & Putri, 2022). Komentar-komentar negatif yang mengarah pada *cyberbullying* juga dapat membuat individu tertekan dan kondisi psikologisnya memburuk (Putri et al., 2020). Selain itu, *sadvertising* dapat berpotensi pada eksploitasi, mengurangi persepsi keaslian dalam berinteraksi daring, hingga memicu sinisme dan ketidakpercayaan pada kalangan pengguna media sosial (Suman & Daniel, 2025). Pengungkapan yang berlebihan juga dapat menimbulkan rasa penyesalan, kecemasan, distress psikologis, risiko pencurian dan penyalahgunaan identitas (Yanti & Sahrani, 2025). Dari sisi pengguna lain, fenomena ini berpotensi menimbulkan misinformasi akibat berita bohong dan penipuan. Oleh karena itu, fenomena *sadvertising* di media sosial perlu dikaji lebih mendalam.

Kecenderungan individu yang terlibat dalam *sadvertising* kemungkinan didorong oleh keinginan untuk mencari perhatian akibat perasaan isolasi, kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi, keinginan untuk mendapatkan pengakuan, serta tingginya penggunaan media sosial (Calosa & Astari, 2024; Suman & Daniel, 2025). Selain itu, individu yang mengalami kesepian, harga diri yang rendah, dan kecemasan memandang validasi dari dunia maya sebagai mekanisme koping (Com et al., 2025). Perasaan isolasi berkaitan dengan kesepian. Kesepian adalah penilaian subjektif individu terhadap situasi yang dialami, ditandai oleh jumlah hubungan dengan orang lain yang lebih sedikit dari yang diharapkan,

maupun situasi di mana kedekatan dalam hubungan yang diinginkan belum terwujud (Gierveld & Tilburg, 2010). Manusia secara alami memiliki kebutuhan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan interpersonal yang positif (Ell et al., 2025). Pendekatan tersebut menekankan bahwa kesepian disebabkan oleh tidak adanya suatu hubungan yang dibutuhkan oleh individu. Ketika individu tidak memiliki hubungan yang memberikan rasa kedekatan, keamanan, dan keterikatan emosional, maka akan timbul rasa kesepian. Individu yang mengalami kondisi tersebut menganggap tidak ada orang yang benar-benar memahami, mendukung, atau memberikan kedekatan yang mendalam. Individu yang kesepian cenderung memiliki pandangan negatif terhadap diri sendiri dan orang lain serta merasa kesulitan untuk mencari relasi yang bermakna (Christina & Helsa, 2022). Selain itu, mereka cenderung menyalahkan diri sendiri karena kurangnya keterampilan sosial yang berakibat pada gagalnya interaksi sosial yang dilakukan (Krisnadi & Adhandayani, 2022).

Namun, kesepian dapat memiliki fungsi adaptif. Emosi negatif yang muncul berperan sebagai sinyal untuk mendorong individu merefleksikan hubungan sosial yang dimiliki, kemudian mengambil tindakan nyata untuk mengatasi kesepian dengan menjalin kembali hubungan tersebut atau memperluas relasi (Kirwan et al., 2023; Russell et al., 1984). Penelitian yang dilakukan oleh Andy (2021) menjelaskan bahwa banyak individu yang mengalami kesepian mencari dukungan di *platform* media sosial, seperti Reddit dan Twitter. Unggahan tersebut seringkali membahas masalah pribadi, hubungan sosial, serta menggunakan kata-kata yang berhubungan dengan kesedihan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ulfah & Aviani (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kesepian dengan *online self disclosure* pada remaja yang menggunakan Instagram di Bukittinggi.

Di sisi lain, penelitian Tagomori et al. (2022) pada individu *emerging adulthood* menunjukkan bahwa mereka mengatasi kesepian dengan cara mencari koneksi bersama banyak orang di komunitas daring dan luring. Komunitas luring yang dimaksud contohnya klub pemuda, komunitas keagamaan, serta komunitas lainnya yang menumbuhkan rasa kebersamaan, penerimaan, dan kepercayaan. Namun, pada beberapa kasus, interaksi daring berfungsi sebagai bentuk kompensasi ketika sebuah hubungan sulit dipertahankan secara luring. Oleh karena itu, individu

yang kesepian cenderung mencari alternatif hubungan di media sosial (Asari & Mukhoyyaroh, 2024). Media sosial dipilih karena dianggap lebih mudah digunakan dan memungkinkan individu untuk bebas mengontrol diri dan proses interaksi sosial.

Selain itu, penelitian oleh Hidayah et al., (2026) menunjukkan bahwa kesepian memiliki hubungan negatif dengan *self disclosure* pada mahasiswa yang menggunakan instagram. Penelitian oleh Anggraeni & Zulfiana, (2018) turut menjelaskan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kesepian dengan pengungkapan diri pada dewasa yang belum menikah di Instagram. Hal ini mengindikasikan bahwa kesepian tidak serta merta mendorong individu melakukan pengungkapan diri, termasuk kesedihan ke media sosial yang akhirnya mengarah pada kecenderungan *sadfishing* karena awalnya mereka memiliki pilihan untuk memilih sarana daring atau luring. Perlu adanya perantara yang dapat menjelaskan bagaimana kesepian akhirnya dapat mendorong individu untuk melakukan *sadfishing*. Sebelum melakukan pengungkapan diri secara daring, individu yang kesepian memiliki kebebasan untuk memilih sarana apa yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kesepian tersebut, salah satunya secara daring. Individu didorong oleh beberapa hal seperti kenyamanan, kemudahan, dan keamanan dalam berinteraksi secara daring. Oleh karena itu, preferensi interaksi sosial daring atau *preference for online social interaction* (POSI) diduga menjadi mekanisme yang menjelaskan bagaimana kesepian memengaruhi kecenderungan *sadfishing*.

Preferensi interaksi sosial daring adalah kecenderungan kognitif yang ditandai dengan keyakinan bahwa individu merasa lebih aman, lebih efektif, dan lebih percaya diri dalam menjalin hubungan interpersonal secara daring daripada interaksi secara tatap muka (Caplan, 2003). Kerangka teori *Problematic Internet Use* menjelaskan individu yang kesepian cenderung mengembangkan preferensi terhadap interaksi sosial daring karena menganggap hal tersebut minim ancaman dibanding interaksi tatap muka (Caplan, 2003; Leung, 2011; Ye & Lin, 2015). Seiring waktu, preferensi tersebut dapat mendorong individu untuk lebih aktif secara daring hingga mengarah pada perilaku maladaptif, seperti penggunaan media daring yang kompulsif dan berlebihan. *Social Compensation Hypothesis* memperkuat dugaan mekanisme tersebut karena individu dengan interaksi tatap

muka dan hubungan intim yang terbatas cenderung memperoleh manfaat dari komunikasi berbasis teknologi.

Preferensi ini juga berkaitan dengan meningkatnya pengungkapan diri secara daring karena individu merasa lebih nyaman dan aman untuk mengekspresikan diri di dunia maya. Hal ini didukung oleh penelitian Paranagari & Wisudawati (2024) yang menjelaskan bahwa *self disclosure* memiliki korelasi dengan interaksi sosial daring pada remaja pengguna Instagram. Interaksi sosial secara daring memungkinkan individu untuk mengungkapkan informasi pribadi di media sosial, termasuk hal sensitif seperti ungkapan emosional atau pengalaman negatif karena individu mempersepsikan media sosial sebagai sarana yang aman. Pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk mengedit, menambahkan, serta memodifikasi berbagai bentuk konten, seperti foto, video, maupun teks untuk dibagikan di jejaring sosial (Putri et al., 2020). Kondisi ini memungkinkan individu membagikan pengalaman pribadi yang berpotensi mengundang simpati banyak orang.

Ketika unggahan tersebut mendapatkan banyak respon, seperti *likes*, *share*, dan komentar, maka individu cenderung terdorong untuk memposting lebih banyak informasi tentang dirinya di media sosial (Paranagari & Wisudawati, 2024). Penelitian sebelumnya turut menunjukkan bahwa preferensi interaksi sosial daring memengaruhi kecenderungan *sadfishing* pada *emerging adulthood* (Salsabila, 2025). Artinya, ketika individu merasa lebih nyaman melakukan interaksi sosial secara daring, maka mereka akan lebih sering melakukan pengungkapan diri di media sosial. Pengungkapan diri tersebut salah satunya meliputi unggahan tentang kesedihan maupun kesulitan pribadi karena adanya keyakinan bahwa media sosial adalah ruang yang aman untuk membagikan hal tersebut sehingga peluang untuk melakukan *sadfishing* meningkat.

Oleh karena itu, kesepian diduga tidak langsung menjelaskan bagaimana kecenderungan *sadfishing* dapat terjadi pada individu, melainkan dijumpai oleh preferensi interaksi sosial daring sebagai mediator. Ketika individu merasa kesepian, mereka mungkin akan memilih media daring, yaitu media sosial untuk berinteraksi dan memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi secara langsung di

dunia nyata. Akhirnya, individu lebih memilih untuk menggunakan media sosial sebagai sebuah sarana membentuk identitas dan mengekspresikan diri. Hal tersebut didorong oleh kepercayaan bahwa interaksi yang dilakukan secara daring lebih memiliki keunggulan dibandingkan interaksi secara tatap muka. Individu bebas mengontrol unggahan dan hal apa saja yang ingin dibagikan di media sosial, salah satunya ungkapan tentang kesedihan dan kesulitan pribadi yang sedang dihadapi. Respon yang didapat dari unggahan tersebut dapat menjadi sebuah validasi atas perasaan sulit yang dirasakan oleh individu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa individu yang mengalami kesepian cenderung merasa terasing akibat tidak terpenuhinya kebutuhan relasinya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Kondisi tersebut mendorong munculnya preferensi untuk berinteraksi secara daring. Individu dengan preferensi interaksi sosial daring lebih sering melakukan pengungkapan diri, khususnya di media sosial. Pengungkapan diri tersebut dapat mendorong individu untuk mengunggah kesulitan emosional dan kesedihan yang sedang dialami karena adanya keyakinan bahwa media sosial merupakan ruang yang aman dan nyaman untuk membagikan berbagai pengalaman pribadi. Unggahan bermuatan kesedihan tersebut menunjukkan kecenderungan individu untuk melakukan *sadfishing*. Penelitian ini memposisikan preferensi interaksi sosial daring sebagai perantara yang menjelaskan bagaimana akhirnya kesepian dapat menimbulkan kecenderungan *sadfishing* pada *emerging adulthood*. Mengingat studi terkait *sadfishing* di Indonesia masih terbatas, khususnya pada *emerging adulthood*, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesepian terhadap kecenderungan *sadfishing* melalui preferensi interaksi sosial daring sebagai variabel mediator.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, berikut identifikasi masalah yang menjadi fokus dalam penelitian:

- a. Perkembangan internet disertai dengan munculnya berbagai media sosial. Hadirnya media sosial mengubah cara individu dalam berinteraksi dan mengekspresikan diri yang awalnya dilakukan secara tatap muka.

- b. Sebagai pengguna tertinggi, individu yang berada di rentang usia *emerging adulthood* turut memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan dukungan sosial dalam menghadapi berbagai perubahan. Hal ini memberikan keleluasaan pada individu untuk mengekspresikan diri, termasuk mengungkapkan kesulitan atau pengalaman emosional secara terbuka.
- c. Muncul fenomena *sadfishing* di media sosial, yaitu memposting kesulitan emosional guna menarik simpati dan perhatian dari orang lain. Perilaku ini bukan menjadi hal baru di kalangan *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial.
- d. *Sadfishing* memiliki dampak negatif, yaitu pemilik konten berisiko menjadi sasaran kejahatan akibat membagikan informasi pribadi yang sensitif. Selain itu, respon yang tidak selalu positif dapat memperburuk kondisi individu. Orang lain sebagai penonton juga turut memiliki risiko menjadi korban penipuan dan termakan berita bohong.
- e. *Sadfishing* disebabkan oleh individu yang memiliki preferensi interaksi sosial daring. Ketika individu memiliki preferensi tersebut, maka interaksi daring di media sosial dianggap sebagai tempat yang aman dan nyaman untuk membagikan informasi pribadi, termasuk kesulitan emosional yang sedang dialami.
- f. Preferensi interaksi sosial daring dipengaruhi oleh salah satu faktor psikologis, yaitu kesepian. Ketika individu yang mengalami kesepian tidak dapat mempertahankan hubungannya di dunia nyata, maka media sosial akan dipilih sebagai sarana untuk mencari koneksi baru. Media sosial dipilih karena kemudahan akses dan meningkatkan rasa percaya diri.

1.3 Pembatasan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kecenderungan *sadfishing* pada *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial secara aktif. Pembatasan ini bertujuan agar an berfokus pada pengaruh kesepian terhadap kecenderungan *sadfishing* dengan preferensi interaksi sosial daring sebagai mediator.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh kesepian terhadap kecenderungan *sadfishing* pada *emerging adulthood* yang dimediasi oleh preferensi interaksi sosial daring?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesepian terhadap kecenderungan *sadfishing* pada *emerging adulthood* yang dimediasi oleh preferensi interaksi sosial daring.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu di bidang psikologi, khususnya psikologi sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya mengingat masih terbatasnya penelitian terkait *sadfishing* di Indonesia, khususnya yang melibatkan kesepian dan preferensi interaksi sosial daring.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi *Emerging Adulthood*

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru bagi *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial secara aktif terkait pentingnya memahami fenomena *sadfishing*, memilih koping yang positif saat mengalami kesepian, dan risiko-risiko yang muncul jika tidak bijak dalam mengekspresikan diri di media sosial.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengeksplorasi fenomena *sadfishing* beserta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut di media sosial secara lebih mendalam.