

ABSTRAK

Salah satu penyebab pengaruhnya perilaku adiksi disebabkan oleh motivasi pengguna media sosial khususnya *Instagram* yang kini populer di kalangan anak muda. Motivasi pengguna media sosial terdiri dari beberapa dimensi, yaitu Sosialisasi, Presentasi diri, Hiburan, dan Pencarian Informasi. Sedangkan dimensi perilaku adiksi terdiri dari ciri khas, modifikasi suasana hati, toleransi, gejala penarikan, konflik, dan kambuh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi pengguna media sosial terhadap perilaku adiksi di lingkungan Telkom University khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 dengan menggunakan regresi linear berganda dan skala *Likert*. Metode dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian, dari keempat dimensi motivasi penggunaan media sosial memperoleh skor sebesar 77.91%, artinya motivasi penggunaan media sosial termasuk kedalam kategori tinggi. Motivasi dalam penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku adiksi bermedia sebesar 36.2% sementara sisanya (63.8%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Dimensi motivasi penggunaan media sosial yang paling signifikan mempengaruhi perilaku adiksi bermedia adalah dimensi hiburan (0.405) dan dimensi presentasi diri (0.426). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dimensi pengaruh motivasi pengguna media sosial dengan perilaku adiksi yang paling signifikan adalah dimensi kepercayaan diri dan hiburan.

Kata Kunci: Media sosial, penggunaan media, motivasi penggunaan media sosial, perilaku adiksi