

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan dimensi kepribadian *big-five* terhadap durasi penggunaan media sosial. Subjek penelitian ini adalah remaja hingga dewasa muda dengan rentan usia 11-25 tahun yang memiliki gadget dan memiliki setidaknya satu akun media sosial. Peneliti menggunakan skala adaptasi untuk mengambil data, yaitu skala adaptasi *Lima faktor Inventory* yang sudah diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia oleh Neila Rhamdhani (2012). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara dimensi kepribadian *conscientiousness* dan *neuroticism* dengan durasi penggunaan media sosial. Tipe kepribadian *conscientiousness* memiliki hubungan negatif dengan durasi penggunaan media sosial, sedangkan tipe kepribadian *neuroticism* memiliki hubungan positif dengan durasi penggunaan media sosial.

Kata kunci: Remaja, *big-five*, durasi, media sosial



CORELATION BETWEEN BIG-FIVE PERSONALITY TRAITS AND DURATIONS OF MEDIA SOCIAL USAGE

ABSTRACT

This study purpose is to determine whether there is a relationship between the big-five personality dimensions and the use of social media. The subjects of this study were adolescents to adults aged 11-25 years who have gadgets and have at least one social media account. Researchers used an adaptation scale to retrieve data, namely the adaptation scale of the Lima faktor Inventory which has been translated into Indonesian by Neila Rhamdhani (2012). The results showed that there was a relationship between personality dimensions conscientiousness and neuroticism with the use of social media. Conscientiousness personalities have a negative relationship with durations of social media use, while neuroticism personalities have a positive relationship with the duration of social media use.

Key words: Adolescents, Social Media, Durations, Big-Five

