

## ABSTRAK

### PENGARUH REGULASI EMOSI TERHADAP KEBUTUHAN UNTUK POPULER PADA REMAJA PENGGUNA *INSTAGRAM*

Alfian Azmar

Program Studi Psikologi

Reaksi berlebihan dalam menunjukkan diri untuk mendapatkan perhatian berkaitan dengan ketidakmampuan dalam meregulasi emosi yang berdampak pada ketidakmampuan mengontrol perilaku atas penggunaan *instagram*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari regulasi emosi terhadap kebutuhan untuk populer pada remaja pengguna *instagram*. Metode penelitian yang digunakan berjenis kuantitatif kausal dengan teknik *purposive sampling*, dengan alat ukur regulasi emosi (22 *items valid*) dan kebutuhan untuk populer (27 *items valid*) dalam bentuk skala *likert*. Koefisien reabilitas ( $\alpha$ ) 0,868 untuk regulasi emosi dan koefisien reabilitas ( $\alpha$ ) 0,908 pada kebutuhan populer. Hasil nilai sig. ( $p$ ) 0,006 ( $p < 0,05$ ) artinya hipotesis diterima dengan koefisien regresi ( $r$ ) yaitu -0,587, artinya terdapat pengaruh negatif dan signifikan dari regulasi emosi terhadap kebutuhan untuk populer pada remaja pengguna *instagram*. Semakin tinggi regulasi emosi maka semakin rendah kebutuhan untuk populer dan sebaliknya semakin rendah regulasi emosi maka semakin tinggi kebutuhan untuk populer. Temuan dari hasil penelitian juga menunjukkan tidak terdapat hubungan antara kebutuhan untuk populer dengan jenis kelamin dan lingkungan, dengan jenis kelamin hasil sig. ( $p$ ) 0,723 ( $p > 0,05$ ) dan lingkungan dengan hasil sig. ( $p$ ) 0,07 ( $p > 0,05$ ).

Kata Kunci: Regulasi Emosi, Kebutuhan untuk Populer, Remaja, *Instagram*

**ABSTRACT**

***THE EFFECT OF EMOTION REGULATION ON THE NEED FOR POPULARITY  
WITH ADOLESCENT INSTAGRAM USERS***

Alfian Azmar

*Psychology Study Program*

*Excessive reactions in showing themselves to get attention are related to the inability to regulate emotions which results in the inability to control behavior over the use of instagram. The purpose of this study was to determine the effect of emotional regulation on the need for popularity among adolescent users of the instagram. The research method used is a causal quantitative type with purposive sampling technique, with measuring instruments for emotional regulation (22 valid items) and the need for popularity (27 valid items) in the form of a Likert scale. The reliability coefficient ( $\alpha$ ) is 0.868 for emotion regulation and the reliability coefficient ( $\alpha$ ) is 0.908 for popular needs. The result of the significant value sig.( $p$ ) 0.006 ( $p < 0.05$ ) that means the hypothesis was accepted with the regression coefficient ( $r$ ) which is -0.587, meaning that there is a negative and significant effect of emotional regulation on the need for popularity with adolescent instagram users. The higher the emotional regulation, the low for popularity need and conversely, the lower the emotional regulation, the high for popularity need. The findings from the research results also show that there is no relationship between the need to be popular with gender and the environment, and the gender of the sig.( $p$ ) 0.723 ( $p > 0.05$ ) and the environment with the result sig. ( $p$ ) 0.07 ( $p > 0.05$ ).*

*Keywords: Emotion Regulation, Need for Popularity, Adolescent, Instagram*