



JURNAL PSIKOHUMANIKA

<http://ejournal.setiabudi.ac.id/ojs/index.php/psikohumanika>

PENGALAMAN VAGUEBOOKING PENGGUNA MEDIA SOSIAL DENGAN KEPERIBADIAN *HISTRIONIC* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KESEHATAN MENTAL

Yenny¹, Dearly², Christiany Suwartono³, Sri Wahyuning Astuti^{4*}

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana

³Fakultas Psikologi, Universitas Katholik Atmajaya

⁴Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

ARTICLE INFO

Article History

Be accepted:

July 2023

Approved:

May 2024

Published:

June 2024

Keywords :

vaguebooking;
histrionic; mental health;
social media.

ABSTRACT

The experience of using social media is very diverse, including Vaguebooking. Vaguebooking is a term that is often used to describe posts on social media that someone makes without clear information to attract the attention of their readers. This upload is a sign that someone is experiencing mental problems. The desire to attract attention is generally done by those who have a histrionic personality, which is always wanting to attract attention and attention. This study aims to determine the influence of Vaguebooking on the mental health of social media users with histrionic personality as a mediator variable. This research method uses a Correlational Quantitative approach. The respondents in this study were 200 people, which were taken using purposive random sampling using Google Forms. The scale used in this study was the Vaguebooking Scale ($\alpha = 0.854$), Histrionic Personality was measured using the Brief Histrionic Personality Scale ($\alpha = 0.722$), and mental health was measured using Well Being from the Organization for Economic Co-operation and Development ($\alpha = 0.655$). The results of the study show that there is a positive influence between the Vague Booking Experience and Mental Health. Histrionic personality as a variable mediator also contributed directly by 78%.

Alamat Korespondensi:

Jl. Meruya Ilir Jakarta Barat

Jl. Sudirman Jakarta

Jl. Telekomunikasi

E-mail:

yenny.puc@mercubuana.ac.id

dearly@mercubuana.ac.id

csuwartono@gmail.com

sriwahyuning@telkomuniversity.ac.id (correspondence)

p-ISSN: 1979-0341

e-ISSN : 2302-0660

INFO ARTIKEL**Sejarah Artikel****Diterima :**

Juli 2023

Disetujui:

Mei 2024

Dipublikasikan:

Juni 2024

Kata Kunci:*vaguebooking;*
histrionic; kesehatan
*mental; media sosial.***ABSTRAK**

Pengalaman menggunakan media sosial sangat beragam diantaranya *Vaguebooking*. *Vaguebooking* adalah istilah yang sering sekali digunakan untuk menggambarkan postingan di media sosial yang dilakukan seseorang tanpa informasi yang jelas dengan tujuan untuk menarik perhatian dari pembacanya. Unggahan ini menjadi penanda bahwa seseorang tengah mengalami masalah mental. Keinginan untuk menarik perhatian umumnya dilakukan oleh mereka yang memiliki kepribadian *histrionic* yaitu selalu ingin menarik perhatian dan diperhatikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Vaguebooking* terhadap Kesehatan mental pengguna media sosial dengan kepribadian *histrionic* sebagai variabel mediator. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif Korelasional. Responden dalam penelitian ini berjumlah 200 orang, yang diambil dengan menggunakan purposive random sampling dengan menggunakan *Gform*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Vaguebooking* ($\alpha = 0,854$), Kepribadian *Histrionic* diukur dengan menggunakan *the brief histrionic personality scale* ($\alpha = 0,722$) dan kesehatan mental diukur dengan menggunakan *Well Being* dari *the Organization for Economic Co-operation and Development* ($\alpha = 0,655$). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antara Pengalaman *Vague Booking* dengan Kesehatan Mental. Kepribadian *Histrionic* sebagai mediator variabel juga memberikan sumbangan langsung sebesar 78%.

PENDAHULUAN

Penggunaan Media Sosial menghasilkan pengalaman yang beragam bagi penggunanya. Inklusi dan eksklusi sosial adalah dua hal yang terkait dengan penggunaan media sosial. Baik inklusi maupun eksklusi keduanya terbukti berkontribusi besar terhadap pembangunan manusia khususnya terkait perkembangan mental mereka. Kesehatan mental adalah “keadaan kesejahteraan di mana individu menyadari dirinya kemampuannya sendiri, dapat mengatasi tekanan hidup yang normal, dapat bekerja secara produktif dan bermanfaat, dan mampu memberikan kontribusi untuk dirinya sendiri (Astleitner et al., 2023)

Sejumlah penelitian terkait efek penggunaan media sosial memiliki temuan yang sangat beragam terhadap Kesehatan mental. Beberapa hasil diantaranya terkait kecilnya pengaruh penggunaan media sosial dengan Kesehatan mental hingga tingginya pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental seseorang. Beberapa hasil penelitian tidak cukup mendukung kesimpulan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap perkembangan psikososial. Hasil penelitian longitudinal terkait penggunaan media sosial dan Kesehatan mental juga menunjukkan hasil yang negatif (Astuti et al., 2022)

Model seperti itu meningkatkan kekuatan penelitian yang lebih jelas dan membantu untuk mengidentifikasi faktor yang tidak diketahui atau untuk mengintegrasikan temuan penelitian yang tersebar. Beberapa model terkait penelitian efek media sosial terhadap Kesehatan mental telah membedakan antara faktor biologis dan sosial, proses psikologis dan indikator Kesehatan jiwa (Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, 2021). Sebagai contoh di tahun 2018 Glaser menfokuskan penelitiannya pada Kecanduan media sosial dan modal sosial. Kualitas tidur, harga diri yang rendah, citra tubuh, jenis kelamin intensitas penggunaan media sosial, kebutuhan media sosial, dan perbandingan sosial juga menjadi bahan kajian yang memediasi efek penggunaan media sosial dengan Kesehatan mental (Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, 2018). Ambiguitas ini tentu saja memberikan kesempatan kepada peneliti lain untuk mengeksplorasi fenomena ini. Peneliti kedepan harus lebih fokus pada pengujian model proses psikologis yang memediasi penggunaan media sosial dan kesehatan mental.

Pemesanan samar-samar adalah bentuk unik dari ambiguitas strategis ditemui di Facebook. Pemesanan samar-samar terjadi ketika sebuah posting atau komentar di Facebook sengaja tidak

jelas dan memungkinkan multitafsir. Individu dalam jaringan pengguna Facebook yang menghadapi pesan strategis ambigu tanpa konteks harus mengajukan pertanyaan untuk mengungkap maksud sebenarnya dari pesan tersebut. Karena Facebook adalah konteks di mana individu berinteraksi dengan beberapa jenis pengguna berbeda di situs mereka (Child & Starcher, 2016)

Seiring dengan perkembangan penggunaan media, *Vaguebooking* sekarang meluas ke media sosial yang lain mulai dari twitter, Tik Tok dan Twitter. Penelitian terkait penggunaan twitter dengan status *Vaguebooking* yang dilakukan penggunanya dilakukan di Korea Selatan. Hasil temuan penelitian menunjukkan isi tweet diantaranya ada yang menunjukkan pesan dan ekspresi bunuh diri yang akan dilakukan oleh pemilik twitter. Pesan ini dilakukan secara terus menerus atau *Vaguebooking* (Kim et al., 2022)

Pengalaman beragam dari penggunaan media sosial menjadi kajian serius para peneliti. Sejumlah penelitian telah dilakukan terkait dengan pengalaman menggunakan media sosial. Mulai dari *Vaguebooking*, *victim of ghosting* dan *fear of missing out*. Meski Ketiganya memiliki karakter dan ciri khusus yang mempengaruhi perkembangan Kesehatan mental penggunanya, namun *Vaguebooking* menjadi kebiasaan yang sering dilakukan pengguna media sosial karena terkait kepuasan diri dan ketagihan. *Vaguebooking* adalah istilah yang sering sekali digunakan untuk menggambarkan postingan di media sosial yang dilakukan seseorang. *Vaguebooking* adalah Unggahan pada media sosial yang tidak memberikan informasi yang jelas, yang bertujuan untuk menarik perhatian dari pembacanya. Umumnya unggahan ini menjadi penanda bahwa seseorang tengah mengalami masalah mental (Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, 2018)

Vaguebooking seringkali juga dianggap strategi komunikasi pengguna media sosial agar mendapatkan respon maupun perhatian dari pengguna media sosial yang lain. Pesan yang mereka sampaikan di media sosial yang mereka miliki sengaja dibuat kabur meski tidak melanggar aturan apapun. Tentu saja pesan yang kabur ini memungkinkan banyak atribusi makna dari *follower* atau pembaca mereka. Meski dianggap ambigu namun *Vaguebooking* dianggap sebagai salah satu cara untuk menghindari isu sensitif namun merasa perlu dikatakan. Secara strategis pesan ambigu juga dapat membantu menghindari perasaan terluka atau pengungkapan terlalu banyak informasi sensitif (Keohane et al., 2014)

Vaguebooking juga bisa berupa memposting gambar namun tanpa caption yang jelas, sehingga memunculkan multitafsir. Namun, apapun bentuknya, seringkali *Vaguebooking* ini dianggap sebagai salah satu upaya untuk menarik perhatian pengguna media sosial yang lain. Pengguna media sosial yang melakukan pesan *Vaguebooking* ini sejatinya ingin menginformasikan kepada pengguna media sosial lain ingin mendapatkan perhatian (Berryman et al., 2018)

Keinginan untuk menarik perhatian umumnya dilakukan oleh mereka yang memiliki kepribadian *histrionic*. *American Psychiatric Association* menjelaskan ciri utama gangguan kepribadian ini adalah kebutuhan yang kuat untuk menjadi pusat perhatian dan mendapatkan pengakuan. Kepribadian *histrionik* menggambarkan seseorang yang harga dirinya bergantung pada penilaian orang lain. Orang dengan type ini umumnya juga berbuat dramatis. Orang dengan Gangguan Kepribadian *Histrionik* sebenarnya memiliki keterampilan sosial yang baik, namun mereka cenderung menggunakan keterampilan ini untuk memanipulasi orang lain. Sehingga mereka bisa menjadi pusat perhatian. Individu dengan HPD senang menunjukkan emosi yang berlebihan, kecenderungan menganggap segala sesuatu secara emosional, dan merupakan pencari perhatian. Sehingga, jika seseorang senang meng-update status atau kondisinya di media sosial, mungkin saja ia mengidap HPD (Olson & Maio, 2003)

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ada hubungan positif antara kepribadian *histrionik* dan *Vaguebooking* pengguna media sosial. Mereka yang memiliki kepribadian *Histrionik* ini sering sekali memanipulasi media sosial mereka dalam rangka mendapatkan perhatian orang lain. Saat mendapatkan komentar atau pertanyaan dari apa yang diposting di media sosial, maka mereka akan merasa senang. Mereka bahkan tidak segan-segan untuk selalu

melihat berapa banyak yang melihat postingan yang dilakukan dan berapa banyak yang memberikan komentar (Astleitner et al., 2023)

Meskipun tidak melanggar aturan, namun *Vaguebooking* dianggap sebagai Perilaku yang mengganggu pengguna media sosial lainnya. Hal ini karena dalam satu kurun waktu mereka memposting informasi maupun status yang ambigu dalam satu waktu hingga berkali-kali sehingga memenuhi beranda orang lain. Orang dengan *Vaguebooking* bahkan sering kali meluapkan apapun yang dirasakan di media sosial, baik itu bermaksud untuk menyindir orang lain, kekesalan maupun kemarahan (Berryman et al., 2019)

Perilaku *Vaguebooking* pada mereka yang juga mengalami Gangguan kepribadian *Histrionic*, jika dilakukan terus menerus dikhawatirkan akan berpengaruh pada Kesehatan mental mereka. Secara mental, penggunaan media sosial berlebihan dapat menyebabkan depresi, kecemasan, dan OCD (*Obsessive Compulsive Disorder*) karena ada ketidakmampuan mengontrol perilaku berulang untuk mengakses medsos dan seterusnya. Meski masih menimbulkan banyak ambiguitas, namun sejumlah penelitian menemukan ada korelasi positif penggunaan media sosial dengan Kesehatan mental mereka. Perilaku mengakses media sosial yang terus menerus yang sudah pada taraf *heavy* menyebabkan gangguan kesehatan baik fisik maupun mental. Depresi, kesepian dan gangguan kepribadian diantaranya menjadi rangkaian symptom yang banyak muncul. Praktisnya, mereka yang menggunakan media sosial mulai dengan melakukan *scrolling* dengan jangka waktu yang lama dan terus menerus akan mempengaruhi pola pikir, perasaan dan perilaku. Paparan media sosial dalam hal ini membuat mereka memiliki keinginan untuk memperoleh capaian yang sama dengan apa yang disaksikan sehingga melakukan perbandingan sosial, lebih luas mereka akan menciptakan impression yang seolah olah dengan memposting maupun melakukan update status seolah-olah (Hofer & Hargittai, 2021). Fenomena ini menjadi semakin besar pengaruhnya pada individu yang memiliki gangguan kepribadian khususnya *histrionic* maupun *narsistic*. Kedua kepribadian ini menggunakan media sosial sebagai ajang untuk memuaskan kebutuhan tampil dan mencari perhatian (Savci et al., 2021)

Menerima *like* di media sosial menghasilkan perasaan senang secara fisiologis dengan memicu siklus penghargaan. Perasaan senang ini disebabkan oleh aliran dopamin di pusat penghargaan di otak. Manusia dikontrol oleh perasaan menyenangkan, sehingga cenderung mengejar hal-hal yang menyenangkan. Seseorang yang berusaha mengubah kebiasaan buruk tahu bagaimana berat untuk melakukannya (Grau, S., Kleiser, S., & Bright, 2019). Hal tersebut adalah karena *dopamine* mengantar manusia bertindak sesuatu yang menimbulkan penghargaan yaitu kepuasan. Kepuasan ketika menggunakan media sosial menimbulkan rasa ingin mengulang untuk mendapatkan kepuasan yang sama lagi, karena manusia disetir oleh perasaan senang dan kepuasan (Cunningham et al., 2021)

Kecanduan media sosial inilah yang menimbulkan masalah kesehatan mental diantaranya depresi, *fear of missing out*, kesepian dan perilaku merenung. Sejumlah perilaku lain juga dilaporkan muncul diantaranya peningkatan *narsistic* dan *histrionic*. Media sosial bagi sebagian orang menjadi alat untuk memuaskan kebutuhan mereka untuk selalu menjadi pusat perhatian (Zsila et al., 2018)

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman *Vaguebooking* pengguna media sosial dan pengaruhnya terhadap kesehatan mental dengan Kepribadian *histrionic* sebagai variabel mediator. Penelitian ini juga hendak mengetahui gambaran kepribadian *histrionic* dan pengaruhnya terhadap kesehatan mental pengguna media sosial. Hipotesis dalam penelitian ini adalah kepribadian *histrionic* memediasi *vaguebooking* dan Kesehatan Mental Pengguna media sosial.

METODE

Partisipan

Partisipan pada penelitian ini adalah mereka yang aktif menggunakan media sosial baik itu facebook, twitter maupun Instagram dengan tanpa batasan rentang usia. Subjek memiliki pengalaman *vaguebooking* Partisipan dalam penelitian ini diambil secara random atau menggunakan teknik random sampling, yakni dengan menggunakan bantuan Google Form yang disebar pada mahasiswa yang berkuliah di wilayah Jabodetabek dan Bandung. Hasil Google form setelah melalui proses *screening* mendapatkan jumlah responden sebanyak 200 orang.

Pengukuran

Skala *Vaguebooking* hasil adaptasi dari Hermann Astleitner (2023) , yang terdiri dari 11 item pertanyaan yang 3 diantaranya merupakan adaptasi ulang dari Berryman et al. (2019) ($\alpha = 0,854$), Variabel Kepribadian *Histrionic* diukur dengan menggunakan the brief *histrionic personality scale* (Ferguson & Negy, 2014) yang terdiri dari 4 item ($\alpha = 0,722$), Sementara itu untuk mengukur kesehatan mental menggunakan pendekatan alat ukur *Well Being* dari the *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD, 2020) yang terdiri dari 22 item (Astleitner et al., 2023) ($\alpha = 0,655$).

Analisis Data

Pengujian data penelitian menggunakan uji normalitas, linieritas, regresi berganda untuk hipotesis mayor, korelasi *product moment* dari Karl Pearson untuk hipotesis minor, dan uji deskriptif statistik untuk melihat gambaran kategorisasi serta sumbangan efektif dari masing masing variabel. Analisis data dilakukan dengan bantuan program komputer Jamovi.

HASIL

Berdasarkan hasil perhitungan dari kuesioner yang ada, jumlah responden terbanyak adalah wanita yakni sebesar 145 orang dan laki-laki sebanyak 55 orang. Karakteristik kepemilikan media responden sangat beragam, namun umumnya mereka memiliki media sosial lebih dari 3 yaitu sebanyak 105 orang, disusul 3 media sosial sebanyak 56 orang dan 2 media sosial sebanyak 27 orang, sedangkan sisanya mengaku hanya memiliki 1 media sosial yaitu sebanyak 12 orang.

Sementara itu berdasarkan sebaran media sosial yang dimiliki, umumnya responden memiliki media sosial yang memang tengah booming atau diminati oleh banyak orang. Hampir setiap responden memiliki Instagram dan TikTok sebagai alat interaksi sekaligus upload status, foto, dan video, sedangkan sisanya dengan sebaran variatif antara Facebook, Twitter, dan lainnya. Namun demikian, 8 responden tercatat memiliki hampir semua media sosial.

Sementara itu, hasil reliabilitas alat ukur setelah dilakukan perhitungan statistik adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Reliabilitas alat ukur

	Reliability
<i>Vaguebooking</i>	.854
Kepribadian <i>Histrionic</i>	.722
Kesehatan Mental	.655

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, nilai reliabilitas alat ukur untuk *Vaguebooking* sebesar ,8584, kepribadian *histrionic* ,722 dan kesehatan mental .655, dengan nilai seperti yang tertera di tabel yakni diatas 0,600 maka alat ukur bersifat *reliable* dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 2.
Vaguebooking Responden

Total Subjek	Mean	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Standar Deviasi
200	26,06	11	42	7.82705

Berdasarkan tabel diatas, skor mean *Vaguebooking* sebesar 26,06 (SD=7,82), dengan rentang skor terendah berada diangka 11 dan skor tinggi adalah 42.

Sementara itu hasil kategorisasi Intensitas penggunaan media responden dijelaskan dalam tabel dibawah ini

Tabel 3.
Kategorisasi *Vaguebooking*

Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 18,5$	rendah	41	21.5
$19 \leq x < 34$	sedang	121	63
$34,5 \leq X$	Tinggi	31	15,4
	Total	200	100.0

Responden yang berada dalam rentang Tinggi pernah mengalami *Vaguebooking* berjumlah 31 orang yaitu 15,4 %, sedangkan 121 orang berada pada rentang sedang atau sejumlah 63% dan 41 orang dalam kategori rendah atau sebesar 21,5%.

Tabel 4.
Gambaran *Histrionic* dan Kesehatan Mental Responden

Variabel	Total Subjek	Mean	Skor terendah	Skor Tertinggi	Standar Deviasi
<i>Histrionic</i>	200	8.08	4	16	3.108
Kesehatan Mental	200	50,64	33	80	8,375

Berdasarkan tabel diatas, skor mean *Histrionic* sebesar 8,08 (SD=3,108) dan Skor Mean Kesehatan Mental Sebesar 50.64 (SD=8,375)

Sementara itu hasil kategorisasi *Histrionic* dan Kesehatan Mental responden dijelaskan dalam tabel dibawah ini

Tabel 5.
Kategorisasi *Histrionic*

Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 5$	Rendah	50	25
$5.5 \leq x < 11$	Sedang	110	55
$11.5 \leq X$	Tinggi	40	20
	Total	200	100.0

Responden yang berada dalam rentang kepribadian *histrionic* tinggi berjumlah 40 orang dan rendah 50 orang, sementara responden dengan rentang *histrionic* berada pada level sedang berjumlah 110 orang atau sebesar 55%.

Tabel 6.
Kategorisasi Kesehatan Mental Responden

Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 42$	Rendah	27	13.5
$42,5 \leq x < 59$	Sedang	146	73.0
$59,5 \leq X$	Tinggi	27	13.5
	Total	200	100.0

Sementara itu pada tabel kesehatan mental, rata-rata responden berada pada rentang sedang yaitu sebanyak 146 orang atau 73,2% dan kategori rendah dan tinggi sama yakni sebanyak 27 atau sebanyak 13.5% orang.

Tabel 7.
Uji beda Kesehatan Mental berdasarkan jenis kelamin

Subjek	Mean	Standar Deviasi	F	Sig
Laki Laki	48.3519	9.00976	.062	.018
Perempuan	51.4863	7.99589		

Berdasarkan tabel diatas, terlihat nilai signifikansi 2 arah (t-tailed) $0.062 > 0.05$. Sehingga tidak terdapat perbedaan skor point yang berarti antara laki laki dan perempuan.

Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji normal atau tidaknya suatu sebaran data menggunakan uji *Shapiro-Wilk* dari Jamovi. Apabila nilai probabilitas uji *Shapiro-Wilk* dari lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal, dan sebaliknya apabila nilai probabilitas uji *Shapiro-Wilk* kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal

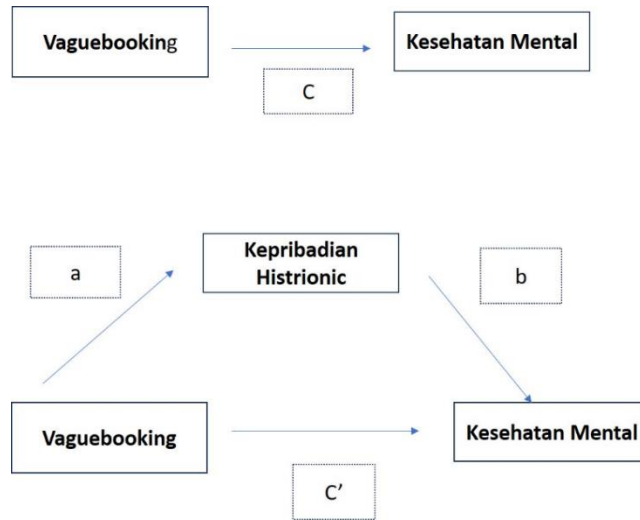
Tabel 8.
Uji Normalitas

	<i>Kolmogrov-smirnov</i>	Kesimpulan
	Sig	
Kesehatan Mental	0,972	Terdistribusi Normal
<i>Histrionic</i>	0.937	Terdistribusi Normal

Berdasarkan table diatas nilai probabilitas > 0.005 maka data terdistrusi dengan normal.

b. Uji Analisis Path

Analisis Jalur Persamaan Regresi dengan variabel mediator dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Analisis Path

Tabel 9.
Analisis Path

		Estimate	SE	Z	p
Vaguebooking	→ Histrionic (Jalur a)	0,245	0.0221	11,051	<.001
Histrionic	→ Kesehatan Mental (jalur b)	0,204	0,2359	0,865	0.387
Vaguebooking	→ Kesehatan Mental (jalur c)	0,177	0,0937	1,885	0,059

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan, karena jalur a dan b signifikan, maka ada peran mediasi dari variabel Kepribadian *Histrionic*. Variabel mediator dalam hal ini Kepribadian *Histrionic* memberikan efek langsung sebesar 78% dan efek tidak langsung 22%. Hasil tersebut sekaligus menggambarkan bahwa efek mediasi yang ditimbulkan adalah partial.

Tabel 10.
Mediasi Variabel

Effect	Estimate	SE	z	p	% mediation
Indirect	0.0499	0.0579	0.862	0.389	22.0
Direct	0,1766	0.0937	1.885	0.059	78.0
Total	0,2265	0.0740	3.063	0.002	100.0

Dengan hasil diatas, maka hipotesis yang menyebutkan bahwa kepribadiaon *histrionic* memediasi *Vaguebooking* dan Kesehatan Mental diterima.

PEMBAHASAN

Pengalaman maupun motivasi penggunaan media sosial bagi seseorang sangat beragam. Selain memenuhi kebutuhan untuk selalu terhubung, penggunaan media sosial memiliki tujuan yang lain. Bagi sebagian orang penggunaan media sosial untuk menarik perhatian orang lain. Banyak cara dilakukan untuk menarik perhatian orang lain di media sosial diantaranya dengan mengupdate status secara terus menerus atau *Vaguebooking*. *Vaguebooking* umumnya dilakukan untuk menyindir atau menarik perhatian orang lain. Selain status yang ditulis tidak jelas, mereka terus menerus menulis status secara impulsif (Child & Starcher, 2016).

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, responden berada dalam kategori sedang untuk *vaguebooking*, kesehatan mental maupun *histrionic*. Selain itu ada mediasi langsung dari kepribadian *histrionic* terhadap *vaguebooking* dan kesehatan mental dengan sumbangan langsung sebesar 78% dan tidak langsung sebesar 22%. Dalam sehari rata-rata responden membuka media sosial 1 kali sehari yaitu sebanyak 148 orang, sedangkan sisanya yakni sebanyak 39 orang memiliki kebiasaan yang merata yakni membuka media sosial 2-3 kali sehari, dan 4-5 kali sehari sebanyak 13 orang. Dari segi waktu, responden membuka media sosial paling banyak dikisaran 3-5 jam per hari buka yakni sebanyak 63 orang, disusul 5-8 jam sebanyak 57 orang, 1-3 jam sebanyak 45 orang, lebih dari 10 jam sebanyak 16 orang, 10 jam sebanyak 12 orang, dan sisanya 7 orang membuka kurang dari 1 jam.

Untuk aktifitas saat menggunakan media sosial, memang sangat beragam umumnya responden membuka media sosial untuk melakukan semua aktifitas yang bisa dilakukan di media sosial, mulai dari melihat beranda, *upload* status, melakukan komunikasi, bermain *game*, belanja online hingga *sharing* dan *update* berita. Responden yang masuk dalam kategori ini adalah sebanyak 43 orang, disusul mereka yang membuka media sosial hanya untuk melihat beranda sebanyak 83 orang, dan hanya melakukan satu aktifitas yakni *update* berita sebanyak 24 orang, melakukan komunikasi dengan *follower* sebanyak 18 orang, bermain *game* sebanyak 13 orang, *upload* status, foto, video sebanyak 11 orang, dan *sharing* status sebanyak 7 orang.

Banyak temuan yang menghubungkan kebiasaan *Vaguebooking* dengan kepribadian *histrionic*. Gangguan kepribadian *histrionic* adalah gangguan klinis yang diakui oleh Diagnostik dan Manual Statistik Gangguan Mental. Gangguan ini ditandai dengan kebutuhan menjadi pusat perhatian. Individu dengan gangguan kepribadian *histrionic* sering memenuhi kebutuhan akan perhatian ini melalui ekspresi emosi yang berlebihan. Individu dengan kepribadian *Histrionic* mungkin merasa frustrasi ketika orang tidak memperhatikan mereka (Parsafar & Davis, 2018). Individu *histrionic* juga kesulitan mengukur seberapa intim hubungan itu, dan mungkin mencari tahu dukungan emosional dari orang-orang yang tidak dekat dengan mereka (Sprock, 2000). Pesan yang disampaikan yang tidak jelas biasanya merupakan perilaku mencari perhatian dan terlalu mendramatisir. Pesan tersebut juga umumnya dilakukan untuk mencari dukungan emosi atau interaksi dengan pengguna lain. Seperti halnya perilaku *Vaguebooking* yang merupakan perilaku yang mencari perhatian dan terlalu mendramatisir dan sering digunakan untuk secara tidak langsung menawar dukungan emosional atau interaksi dari pengguna lain (Savci et al., 2021).

Kondisi tersebut, sejalan dengan temuan dari Chloe Berryman yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kepribadian *histrionic* dengan kecenderungan *Vaguebooking*. Umumnya mereka yang melakukan perilaku *Vaguebooking* memiliki kepribadian *histrionic*. Menulis pesan secara implisit dianggap sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian orang lain. Responden berharap dengan menulis pesan yang tidak lengkap atau implisit orang yang membaca pesan akan penasaran dan pada akhirnya akan menanyakan atau menyalin komunikasi lebih lanjut (Berryman et al., 2018).

Pesan yang tidak jelas dan dilakukan terus menerus menurut Chandler McClellan mengindikasikan adanya masalah yang serius. Hasil kajian terhadap 176 juta *tweet* selama tahun 2011 hingga 2014 menyebutkan, umumnya pesan yang disampaikan oleh pemilik media sosial mengindikasikan adanya masalah yang sangat serius. Chandler McClellan, seorang peneliti di Pusat Statistik dan Kualitas Kesehatan Perilaku, bagian dari Administrasi Layanan Penyalahgunaan Zat dan Kesehatan Mental AS menjelaskan bahwa isi pesan dalam media sosial dapat diperiksa untuk menentukan siapa yang beresiko tinggi mengalami depresi atau bunuh diri (McClellan et al., 2021).

Depresi adalah indikasi seseorang memiliki kondisi kesehatan mental tidak seimbang. Hermann Astleitner dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Vaguebooking* yang dilakukan pengguna media sosial dengan kondisi kesehatan mental mereka (Astleitner et al., 2023). Semakin sering seseorang melakukan *Vaguebooking*, maka kondisi kesehatan mental mereka semakin rendah. Hasil penelitian ini juga menghasilkan temuan ada pengaruh yang signifikan antara *Vaguebooking* yang dilakukan responden dengan kondisi kesehatan mental mereka (Berryman et al., 2019).

Menulis pesan bagi pengguna media sosial adalah hak masing-masing pengguna media sosial. Namun batasan bahwa hak penggunaan media sosial dibatasi oleh aturan tertentu juga harus diperhatikan oleh setiap pengguna media sosial. Menulis status dengan impulsif dan ambigu hanya akan membuat orang lain terganggu. Menulis status hanya untuk menarik perhatian orang lain juga memerlukan penanganan yang serius karena mengindikasikan adanya gangguan kesehatan mental (Shabahang et al., 2023).

Isu kesehatan mental menjadi hal yang perlu diperhatikan mengingat penggunaan media sosial yang sangat masif yang memberikan beragam efek. Efek penggunaan media sosial dengan sejumlah gejala kesehatan mental sellau menarik untuk mendapatkan bahan kajian. Karena itulah diperlukan intervensi yang serius terhadap penggunaan media sosial dan kaitannya dengan perilaku. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan detox media sosial, yakni hanya memilih media sosial yang benar benar dibutuhkan, dan memiliki batasan waktu atas penggunaan media sosial (Astuti & Subandiah, 2020).

SIMPULAN

Vaguebooking memiliki hubungan positif dengan kepribadian *Histrionic* dan Kesehatan mental penggunanya. Hal ini karena pengguna yang melakukan perilaku *Vaguebooking* memiliki ciri yang hampir sama dengan perilaku kepribadian *histrionic*. Perilaku *Vaguebooking* umumnya sering sekali memposting status secara random dan terus menerus dengan maksud mendapatkan perhatian dari pengguna media sosial yang lain. Sama halnya dengan *histrionic*, mereka cenderung mencari perhatian dengan melakukan Tindakan apapun. Media sosial dalam hal ini menjadi alat bagi individu yang memiliki kepribadian *histrionic* untuk mencari perhatian dengan mengupdate status secara terus menerus tanpa pesan yang jelas. Kedua perilaku tersebut memiliki pengaruh dengan kondisi kesehatan mental. Pengguna media sosial yang secara terus menerus memuaskan *histrionic* nya akan mengalami gangguan mental, diantaranya depresi dan *fear of missing out*. Pesan yang disampaikan dalam media sosial memiliki kaitan dengan depresi maupun bunuh diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Astleitner, H., Bains, A., & Hörmann, S. (2023). The effects of personality and social media experiences on mental health: Examining the mediating role of fear of missing out, ghosting, and vaguebooking. *Computers in Human Behavior*, 138(August 2022). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107436>
- Astuti, S. ., Nuraeni, R., & Rina, N. (2022). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa Pasca Pandemi Covid Post-Covid Pandemic Use of Sosial Media on Student Mental Health. *Universitas*, 8(2), 220–240.
- Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2020). *Detox Media Digital (Sikap Millennial terhadap Detox Media Digital) Digital Media Detox (Millenial Behaviour towards Digital Media Detox)*. 6(2), 335–364.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatric Quarterly*, 89(2), 307–314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Berryman, C., McHugh, B., Wisniewski, P., Ferguson, C., & Negy, C. (2019). User Characteristics of Vaguebookers versus General Social Media Users. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11578 LNCS, 169–181. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_13
- Child, J. T., & Starcher, S. C. (2016). Fuzzy Facebook privacy boundaries: Exploring mediated lurking, vague-booking, and Facebook privacy management. *Computers in Human Behavior*, 54(January), 483–490. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.035>
- Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, K. (2021). Social media and depression symptoms: A meta-analysis. *Research on Child and Adolescent Psychopathology*, 49(2), 241–253. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10802-020-00715-7>
- Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, K. (2021). Social Media and Depression Symptoms: a Meta-Analysis. *Research on Child and Adolescent Psychopathology*, 49(2), 241–253. <https://doi.org/10.1007/s10802-020-00715-7>
- Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, R. (2018). Is social media use for networking positive or negative? Offline social capital and internet addiction as mediators for the relationship between social media use and mental health. *New Zealand Journal of Psychology*, 47(3), 12–18.
- Grau, S., Kleiser, S., & Bright, L. . (2019). Exploring social media addiction among student millennials. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18(3), 298–319.
- Hofer, M., & Hargittai, E. (2021). Online social engagement, depression, and anxiety among older adults. *New Media and Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/14614448211054377>
- Keohane, R. O., Lane, M., & Oppenheimer, M. (2014). The ethics of scientific communication under uncertainty. *Politics, Philosophy and Economics*, 13(4), 343–368. <https://doi.org/10.1177/1470594X14538570>
- Kim, D., Jung, W., Nam, S., Jeon, H., Baek, J., & Zhu, Y. (2022). Understanding information behavior of South Korean Twitter users who express suicidality on Twitter. *Digital Health*, 8. <https://doi.org/10.1177/20552076221086339>
- McClellan, C., Ali, M. M., & Mutter, R. (2021). Impact of Mental Health Treatment on Suicide Attempts. *Journal of Behavioral Health Services and Research*, 48(1), 4–14. <https://doi.org/10.1007/s11414-020-09714-4>
- Olson, J. M., & Maio, G. R. (2003). Attitudes in Social Behavior. In *Handbook of Psychology* (Vol. 5). <https://doi.org/10.1002/0471264385.wei0513>
- Parsafar, P., & Davis, E. L. (2018). Fear and anxiety. In *The Function of Emotions: When and Why Emotions Help Us*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77619-4_2
- Savci, M., Turan, M. E., & Griffiths, M. D. (2021). *Histrionic Personality , Narcissistic Personality , and Problematic Social Media Use : Testing of a New Hypothetical Model Content courtesy of Springer Nature , terms of use apply . Rights reserved . Content courtesy of Springer Nature , terms of use appl.* 986–1004.
- Shabahang, R., Shim, H., Aruguete, M. S., & Zsila, Á. (2023). Adolescent sadfishing on social media: anxiety, depression, attention seeking, and lack of perceived social support as potential contributors. *BMC Psychology*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01420-y>
- Sprock, J. G. (2000). Typed Behavioral Examples of Histrionic Personality Disorder. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 22, 107–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1007514522708>
- Zsila, Á., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of celebrity worship with

problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 654–664. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>