

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi yang telah memasuki aspek kehidupan manusia. Dengan adanya media sosial, manusia dapat lebih mudah berkomunikasi dengan kerabat maupun keluarga melalui lingkungan virtual. Media sosial pun dapat mempermudah individu berkomunikasi tanpa memedulikan hambatan jarak dan waktu.

Dampak positif yang kita dapatkan dari media sosial yaitu, memudahkan individu untuk berkomunikasi dan lebih dekat satu dengan lainnya. Adapun dampak negatif yang membuat individu terpisah satu dengan lainnya dikarenakan penggunaan yang berlebihan. Menghabiskan waktu menggunakan media sosial dapat menggantikan waktu untuk berinteraksi dengan orang lain disekitar kita, seperti orang tua, guru, saudara, dan teman (Brunborg & Burdzovic Andreas, 2019).

Hasil survei yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We are social* (2021) data waktu rata-rata per Januari 2021 yang digunakan untuk menggunakan media sosial adalah 3 jam 14 menit per harinya. Di Indonesia pengguna media sosial mencapai 170 juta pengguna, data ini bertambah 10 juta pengguna dari data tahun lalu (*Hootsuite & We are social*, 2021). Media sosial saat ini memiliki banyak jenis, berbeda media sosial maka akan beda fitur yang disajikan. Selain fitur *chat* untuk berkomunikasi antar individu, ada fitur mengunggah foto ataupun video untuk membagikan momen kehidupan masing-masing individu kepada orang lain, lalu orang lain dapat meninggalkan kesan suka dengan adanya pilihan 'like' atau 'love' dan dapat meninggalkan komentar. Adapun yang memanfaatkan fitur ini untuk mengunggah konten hiburan seperti video lucu atau menunjukkan kebolehannya seperti menari ataupun menyanyi yang bertujuan untuk menghibur individu lain yang melihat konten tersebut. Hal ini menjadikan media sosial bukan hanya sebagai tempat berkomunikasi tetapi juga sebagai tempat untuk menghibur diri.

Pada tahun 2006 *Facebook* diluncurkan untuk masyarakat umum lalu menjadi media sosial paling besar di dunia, Indonesia berada di peringkat ketiga

pengguna terbanyak dengan 160 juta pengguna (Sumartiningtyas, 2020). *Facebook* menjadi wadah menyebarkan segala informasi dan konten yang sedang viral pada masanya. Terdapat media sosial lain yang juga diluncurkan pada tahun 2006 yaitu *Twitter*, tidak memiliki pengguna sebanyak *Facebook* tapi *Twitter* sampai sekarang masih menjadi media sosial yang banyak digunakan untuk menyebarkan sumber berita dan informasi (Nadira, 2020). Lalu pada tahun 2012 *Instagram* menjadi media sosial yang populer, dengan tujuan yang fokus untuk berbagi foto dan video sang pengguna (Stephanie, 2020), menjadikan media sosial berikutnya yang menjadi tempat segala konten-konten viral disebar dan dibuat untuk menghibur pengguna lainnya.

Salah satu media sosial yang menjadi tempat untuk menghibur pengguna, tempat menyebarkan dan membuat konten-konten viral lainnya yang sedang populer saat ini adalah *TikTok*. *TikTok* sendiri merupakan aplikasi media sosial hasil gabungan dari aplikasi *Musical.ly* yang diluncurkan pada tahun 2014 oleh perusahaan asal Amerika Serikat dan teknologi *ByteDance* asal China yang disebut *Douyin* diluncurkan pada tahun 2016 (Tidy & Galer, 2020). Pada Februari 2021 *TikTok* menjadi situs paling populer di dunia menggeser situs *Google* yang telah menjadi situs terpopuler selama bertahun-tahun (Inn, 2021). *TikTok* telah diunduh sebanyak 1 miliar pengguna di seluruh dunia per September 2021, menjadikan *TikTok* sebagai media sosial yang tercepat memiliki 1 miliar pengguna (Javier, 2021). Di Indonesia sendiri *TikTok* berada di posisi ke-empat untuk *social media and streaming video apps* dengan rata-rata penggunaan 13.8 jam/bulan, menggeser posisi *Twitter* yang tahun lalu berada di posisi ke-empat (Hootsuite & We are social, 2021).

Koetsier (2020) mencoba menggunakan *TikTok* untuk penelitiannya, pertama ia disuguhkan dengan video pendek berdurasi 15 detik, lalu tanpa sadar ia telah melewatkan waktu satu jam dalam *TikTok*. Salah satu pengguna *TikTok* yang telah peneliti observasi dan wawancara pun mengatakan bahwa sekalinya seseorang membuka *TikTok*, mereka dapat melewatkan waktu dua jam tanpa mereka sadari, dan dalam satu hari mereka dapat membua *TikTok* berkali-kali. Di dalam *TikTok* terdapat laman ‘*For You*’, di laman inilah pengguna menghabiskan waktunya, laman ini akan menawarkan berbagai konten bagi pengguna, memberikan konten apa yang akan pengguna nikmati, berdasarkan konten yang telah pengguna saksikan (Tidy & Galer, 2020). Hal ini yang

menjadi alasan banyak orang yang menyukai, mulai mengunduh, dan tanpa sadar menghabiskan waktu lama dalam menggunakan *TikTok*.

Menghabiskan banyak waktu pengguna yang tidak dapat dikontrol, *TikTok* juga dapat membuat seseorang menjadi narsisme. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprilian, Elita dan Afriyati (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan *TikTok* maka akan semakin tinggi perilaku narsisme. Penggunaan *TikTok* juga memengaruhi prestasi belajar siswa, menurut penelitian yang dilakukan oleh Marini (2019) terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *TikTok* dan prestasi belajar siswa SMP. Adapun seorang remaja berusia 18 tahun mengaku setelah menggunakan aplikasi tiktok yang cukup lama, ia merasa tubuhnya mendadak suka bergerak sendiri tanpa dikontrol (Aulia & Marianti, 2020). Hal tersebut juga peneliti temukan ketika melakukan observasi pada salah satu pengguna *TikTok*, pengguna sering kali tanpa sadar melakukan tarian kecil yang ia lihat dari *TikTok* dimanapun dan kapanpun ia berada. Selain itu, pengguna *TikTok* yang peneliti wawancara mengaku bahwa, jam tidurnya berantakan karena tidak dapat berenti dan tidak sadar akan waktu ketika menggunakan *TikTok*.

Secara umum, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengganggu kesehatan fisik maupun mental. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Galica, Vanucci, Flannery, dan Ohannessian (2017), terdapat hubungan positif antara penggunaan media sosial dan gejala dari *antisocial personality disorder*. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Brunborg & Burdzovic Andreas (2019) di Amerika, menyatakan bahwa semakin meningkatnya waktu penggunaan media sosial dapat membuat seseorang depresi, membuat masalah, dan tanpa disadari menjadi peminum alkohol berat.

Terdapat perbedaan yang aktual antara penggunaan yang berlebihan dan adiksi, yaitu pada kriteria klinis (Kuss, Van Rooij, Shorter, Griffiths, & Van de Mheen, 2013). Ketika seseorang yang menggunakan sesuatu secara berlebihan dan mulai menampilkan gejala-gejala gangguan secara mental maka bisa dikatakan orang tersebut memiliki adiksi. Adiksi merupakan keadaan dimana seseorang tidak dapat meninggalkan kebiasaan tersebut meskipun sudah mencoba untuk berhenti (Dilci, 2019). Adiksi yang dulu hanya digunakan untuk mendefinisikan seseorang yang kecanduan menggunakan obat-obatan terlarang dan zat penyalahgunaan, sekarang dapat mendefinisikan kecanduan yang berisi

berbagai macam perilaku yang tidak melibatkan zat kimia (Young, 2004). Adiksi yang tidak melibatkan zat kimia tersebut bisa disebut dengan *nonsubstance addiction*.

Menurut DSM-V, *nonsubstance addiction(s)* merupakan gangguan perilaku (juga bisa disebut dengan kecanduan perilaku), kecanduan yang tidak terkait dengan zat penyalahgunaan atau obat-obat terlarang. Adiksi perilaku memiliki banyak kategori, salah satunya yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *social media addiction*, adiksi terhadap *TikTok* ini dapat masuk dalam kategori *social media addiction* atau adiksi terhadap media sosial karena *TikTok* merupakan salah satu aplikasi media sosial. Definisi dari adiksi media sosial adalah gangguan perilaku yang dicirikan dengan terlalu terikat dengan media sosial, tidak dapat mengendalikan diri untuk menggunakan media sosial, dan menghabiskan banyak waktu dan upaya untuk media sosial hingga mengganggu hal penting dalam kehidupannya (Hilliard, 2020).

Alat ukur mengenai adiksi media sosial telah dipublikasikan oleh para peneliti, seperti alat ukur *Social Media Addiction Test (SMAT17)* (Esgi, 2016), *Social Media Disorder Scale* (Van den Eijnden, Lemmens, & Valkenburg, 2016), dan *Social Media Addiction Scale* (Sahin, 2018). Adapun alat ukur yang dibuat sesuai dengan media sosial tertentu, seperti alat ukur *Facebook Addiction Scale* (Hong, Huang, Lin & Chin, 2014) yang merupakan hasil modifikasi dari alat ukur *Internet Addiction Test* (Young, 1998) dan *Facebook Addiction Scale* (Andreassen, Torsheim, Brunborg, Pallesen, 2012). Penelitian mengenai adiksi media sosial lain banyak yang memanfaatkan bentuk-bentuk penggunaan media sosial yang kompulsif, seperti penelitian tentang *Facebook Addiction* (Ryan, Chester, Reece, & Xenos, 2014) mengenai kegunaan dan penyalahgunaan *facebook*, penelitian tentang *Twitter Addiction* (Saaid, Al-Rashid, & Abdullah, 2014) mengenai dampak dari adiksi penggunaan *twitter*, dan penelitian tentang peningkatan waktu penggunaan media sosial (Brunborg & Burdzovic Andreas, 2019) menggunakan alat ukur *symptoms of depression, conduct problems, episodic heavy drinking, sports practice, unsupervised leisure activities*, dan *peer relationship problem* yang disandingkan dengan peningkatan waktu penggunaan media sosial.

Di Indonesia sendiri peneliti belum terlalu banyak penelitian tentang pembuatan alat ukur untuk adiksi media sosial *TikTok*. Menurut Brunborg &

Burdzovic Andreas (2019) media sosial memiliki tipe dan aktivitas yang berbeda-beda, sehingga penelitian harus mencoba untuk menambahkan detail dan pengertian yang sesuai dengan media sosial lainnya. Atas dasar tersebut, penggunaan TikTok yang berlebihan dapat mengganggu aktivitas sehari-hari dan memengaruhi kesehatan mental maupun fisik sebagaimana peneliti juga jelaskan diatas, maka alat ukur adiksi media sosial *TikTok* perlu dikembangkan. Pengembangan alat ukur adiksi media sosial *TikTok* dapat membantu para peneliti untuk mengukur adiksi seseorang terhadap media sosial *TikTok* secara lebih akurat. Oleh karena itu, peneliti berencana melakukan studi pendahuluan mengenai pengembangan alat ukur adiksi media sosial *TikTok*.

Penelitian mengenai adiksi membahas adanya gejala kecanduan spesifik diluar dari konsekuensi negatif yang diterima oleh pengguna (Griffiths, Kuss, Demetrovics, 2014). Pada pembahasannya Griffiths, Kuss, Demetrovics (2014) menyatakan bahwa perilaku yang memenuhi enam kriteria ini dapat dinyatakan sebagai adiksi yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal symptoms*, *conflict*, dan *relapse*. Sementara menurut Van den Eijnden, Lemmens, dan Valkenburg (2016), kebanyakan instrumen pengembangan alat ukur untuk *internet addiction* memasukan sembilan dari DSM-V kriteria untuk *internet game addiction* yaitu *preoccupation*, *tolerance*, *withdrawal*, *persistence*, *escape*, *problems*, *deception*, *displacement*, dan *conflict*. Tapi terdapat keraguan dari peneliti (Van den Eijnden, Lemmens, dan Valkenburg, 2016) yang menyatakan bahwa apakah *problems* dan *conflict* merupakan fitur inti dari alat ukur SMD (*social media disorder*). Adapun kriteria dari alat ukur SMD yang memiliki kesamaan dengan kriteria yang dinyatakan oleh Griffiths, dkk. (2014) yaitu *tolerance*, *withdrawal*, *salience* yang didalamnya terdapat *preoccupation* (sangat terikat secara mental), *mood modification* yang didalamnya terdapat *escape* dan *displacement*, *conflict* yang didalamnya terdapat *problems* dan *deception*, dan *relapse* yang didalamnya terdapat *persistence* (melanjutkan pemakaian walaupun sudah mencoba berhenti).

Berdasarkan paparan diatas penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan dan menguji validitas serta reliabilitas alat ukur *TikTok Addiction* yang didasari dari penelitian yang dilakukan oleh Griffiths, Kuss, & Demetrovics (2014) mengenai *Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings*.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Bagaimana validitas alat ukur *TikTok Addiction* yang sudah dirancang oleh peneliti?
2. Bagaimana reliabilitas alat ukur *TikTok Addiction* yang sudah dirancang oleh peneliti?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Menguji validitas alat ukur *TikTok Addiction*.
2. Menguji reliabilitas alat ukur *TikTok Addiction*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi kecanduan media sosial *TikTok*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai pengembangan alat ukur psikologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu instrumen penelitian mengenai kecanduan media sosial *TikTok* yang tervalidasi dengan baik.