

Leisure Boredom dan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial TikTok pada Gen Z

Sofi Pappa

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Herlan Pratikto

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Akta Ririn Aristawati

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: soffipappa009@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the relationship between Leisure boredom and the Tendency of Addiction to Social Media Tik Tok in Generation Z. This research is quantitative research using correlational quantitative methods. The sampling technique in this study used purposive sampling with a sample of 120 generation Z using Social Media Tik Tok scale and Leisure boredom scale. The results of the analysis using product moment correlation showed that leisure boredom with a tendency to be addicted to social media Tik Tok in generation Z obtained a correlation there is significant positive relationship between leisure boredom and the tendency to be addicted to social media Tik Tok in generation Z. This can be interpreted as the higher the leisure boredom, the higher the tendency to be addicted to social media Tik Tok in generation Z

Keywords : *Leisure boredom; Social Media Addiction; Tik Tok Adiction; Generation Z*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Hubungan antara Leisure boredom dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tik Tok pada Anak Muda Generasi Z. penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan sampel 120 anak muda generasi Z menggunakan skala kecanduan media sosial Tik Tok dan skala Leisure boredom. Hasil analisis menggunakan korelasi product moment menunjukkan bahwa leisure boredom dengan kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z memperoleh hasil terdapat hubungan positif yang signifikan antara leisure boredom dengan kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi leisure boredom maka semakin tinggi juga kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z.

Kata kunci: *Leisure boredom; Kecanduan Media Sosial; Kecanduan Tik Tok; Generasi Z*

Pendahuluan

Teknologi digital pada masa sekarang telah merubah cara individu berinteraksi dengan dunia, termasuk dalam hal mencari hiburan dalam waktu sengang. Banyak sekali terdapat aplikasi media sosial yang sedang digandrungi oleh anak muda zaman sekarang. Media sosial adalah sebuah media berbasis online yang penggunaannya dapat dengan mudah melakukan komunikasi, mendapatkan informasi dan hiburan, berupa tulisan, foto maupun video dari berbagai sumber dimanapun dan kapanpun. Seperti contohnya yang sedang marak digunakan seperti Instagram, Facebook, X, dan yang sedang populer sekarang adalah Tik Tok.

Tik Tok adalah sebuah media sosial yang diciptakan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012, aplikasi Tik Tok berisikan kumpulan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen lainnya yang dimiliki oleh perusahaan teknologi internet yang berada di Beijing, China yaitu ByteDance (Firamadhina & Krisnani, 2021). Berdasarkan penggunaan waktu seseorang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk berbagai hal seperti berjualan atau live streaming dan juga hanya sekedar scroll untuk mencari hiburan di waktu luang, menurut Agistiani et al. (2023) seseorang yang berjualan atau live streaming dapat menggunakan waktunya 1-2 jam untuk berjualan setiap sesi perharinya, mereka melakukan setidaknya tiga sesi perhari. Sedangkan berdasarkan penelitian oleh Fitrah Budiarti, dkk (2022) yang menyebutkan bahwa pengguna media sosial Tik Tok menghabiskan waktu sebanyak kurang lebih 6 jam perharinya untuk mencari hiburan atau hanya sekedar scrolling. Aplikasi Tik Tok mengalami perkembangan pesat pada masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020 (Alifia, 2021). Hal yang membuat aplikasi ini menjadi menarik untuk digunakan terutama pada anak muda generasi Z dikarenakan terdapat beberapa fitur didalamnya seperti pembuatan video pendek yang unik disertai dengan musik yang sedang trend dan juga beberapa filter lucu yang membuat seseorang terhibur melihatnya (Zaputri, 2021). Generasi Z sendiri yaitu kelompok individu yang lahir pada pertengahan tahun 1995-2010. Generasi Z juga merupakan kelompok individu yang paling mudah mendapatkan pengaruh digital, hal ini dikarenakan generasi ini merupakan generasi yang pertama kali bertumbuh seiring dengan berkembangnya teknologi seperti hand phone, internet, sampai media sosial. Generasi Z merupakan generasi yang memiliki salah satu karakteristik yang cukup menarik yaitu selalu ingin terhubung dengan orang lain melalui media sosial namun dampaknya dapat menimbulkan perilaku FOMO (Fear of Missing Out) yang artinya adanya ketakutan untuk tertinggal berita atau trend yang sedang digandrungi kalangan seusianya. Sehingga sulit bagi mereka untuk lepas dari media sosial (Neli, 2019).

Fenomena perilaku kecanduan aplikasi Tik Tok dibuktikan dengan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh (Puspitasari & Fikry, 2023) pada 349 anak muda di Kabupaten Bekasi menunjukkan bahwa 183 orang (52,4%) mengalami kecanduan aplikasi Tik Tok. Penulis juga melakukan survey kepada 8 anak muda Generasi Z berusia 18-24 tahun mengenai jam pemakaian aplikasi Tik Tok per-harinya berdasarkan riwayat penggunaan didalam aplikasi Tik Tok, 87,5% menunjukkan bahwa responden menggunakan aplikasi Tik Tok lebih dari 5 jam. Perilaku ini dapat

dikatakan sebagai kecenderungan perilaku kecanduan didukung oleh pernyataan Pakar Psikologi sekaligus dosen di Universitas Airlangga yaitu Atika Diana Ariana MSc MPsi, yang mengatakan “Penggunaan suatu platform yang lebih dari 5 jam sehari dapat dianggap sebuah perilaku problematic” (News, 2024). Menurut survei CNCB Indonesia (2024) Masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mengisi waktu luang dengan presentase 58,9%. Menurut Iso-Ahola & Weissinger (1990) *Leisure boredom* adalah kebosanan pada waktu luang yang persepsi subjektif atau suasana hati yang negative disebabkan oleh ketidakcocokan antara ketersediaan waktu luang dan kebutuhan akan pengalaman yang optimal. Sedangkan menurut (Kara, F. M., & Özdedeoğlu, 2017) *Leisure boredom* adalah suatu hal yang berkaitan dengan waktu, misalnya terlalu banyak memiliki waktu luang, atau waktu yang terlalu sedikit untuk melakukan kegiatan sehingga tidak adanya kegiatan untuk mengisi waktu luang.

Ditunjukkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Kosasih et al., 2021) pada mahasiswa sebanyak 265 orang menunjukkan bahwa *Leisure boredom* memiliki pengaruh signifikan terhadap adiksi (kecanduan) internet dengan hasil survei sebanyak 5,3% dan 94,7% perilaku adiksi (kecanduan) internet dipengaruhi faktor lain. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa rekan yang menggunakan aplikasi Tik Tok menunjukkan bahwa narasumber menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai sarana untuk mencari hiburan disaat bosan di waktu senggang, namun seiring berjalannya waktu narasumber menungkapkan sulit berhenti bermain Tik Tok ketika sudah membuka aplikasi tersebut, bahkan narasumber juga mengatakan bahwa saat hendak tidur ataupun bangun tidur hal yang dilakukan saat membuka handphone adalah membuka aplikasi Tik Tok. Berdasarkan referensi penelitian dan hasil wawancara yang penulis lakukan diatas menjadi dasar penelitian ini maka penulis tertarik untuk mengetahui hubungan *Leisure boredom* dengan Perilaku Kecanduan Aplikasi Tik Tok, oleh karena itu penulis memberi judul penelitian “Hubungan *Leisure boredom* dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tik Tok pada Anak Muda Generasi Z”

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif jenis koersional, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih. Sehingga didalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara *leisure boredom* dengan kecenderungan perilaku kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda Generasi Z. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Generasi Z berusia 18-24, penghitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow yang menghasilkan sampel pada penelitian ini sebanyak 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 orang. Kemudian teknik yang digunakan untuk menetapkan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan menetapkan ketentuan tertentu dengan beberapa kriteria tertentu yaitu, Generasi Z usia 18-24 tahun, menggunakan aplikasi Tik Tok.

Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian ini yang telah dilakukan dengan uji Kolmogorof-smirnov, yang bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dikatakan normal dan memenuhi syarat apabila nilai signifikan $> 0,05$.

Tabel 1

Uji Normalitas

Variable	Kolmogorof-Smirnov			
	Statistic	Df	Sig	keterangan
Kecanduan media sosial Tik Tok	0.055	120	0.200	Normal

Sumber : *Output SPSS Seri 24.0*

Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variable independent dengan variable dependen linier atau tidak. Adanya hubungan linier antara hubungan variable independent dengan variable independent apabila nilai signifikannya $>0,05$.

Tabel 2

Uji Linieritas

Variable	F	Sig	Keterangan
<i>Leisure boredom</i> – Kecanduan Tik Tok	1.316	0.161	Linier

Sumber : *Output SPSS Seri 24.0*

Uji Korelasi Product Moment

Pada analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Parametric Product Moment. Hal tersebut dikarenakan data yang dihasilkan dari uji normalitas dan uji linieritas menunjukkan data berdistribusi normal dan linier.

Tabel 3

<i>Pearson Correlation</i>	P	Keterangan
0.753	0.000	Hubungan Kuat

Sumber : *Output SPSS Seri 24.0*

Pembahasan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sejalan dengan teori (Iso-Ahola & Weissinger, 1990) yang menyebutkan bahwa *Leisure boredom* adalah kebosanan pada waktu luang yang persepsi subjektifnya atau suasana hati yang nagetif

disebabkan oleh ketidakcocokan antara ketersediaan waktu luang dan kebutuhan akan pengalaman yang optimal. Iso-Ahola (1990) juga menyebutkan hanya terdapat satu dimensi dalam *leisure boredom* yang memiliki karakteristik yaitu perasaan bosan seseorang dalam menggunakan waktu luang yang dimiliki, frekuensi mengenai seberapa sering seseorang berpartisipasi dalam sebuah kegiatan yang dilakukan saat waktu luangnya, dan adanya perasaan mengenai keinginan dalam bersosial untuk mengisi pengalaman dalam waktu luang yang dimilikinya.

Salah satu karakteristik dari dimensi *leisure boredom* yakni perasaan bosan seseorang dalam menggunakan waktu luang yang dimiliki berpotensi untuk menyebabkan seseorang mengalami kecanduan terhadap media sosial termasuk Tik Tok. Disebutkan oleh Fisher (1993) bahwa salah faktor dari boredom yakni qualitative underload, yaitu seseorang akan mudah terserang rasa bosan saat tidak memiliki kegiatan diwaktu luangnya. Sehingga seseorang yang mengalami kebosanan karena tidak ada kegiatan yang akan dilakukan akan mulai mencari kesibukan untuk mengisinya, seperti menggunakan media sosial Tik Tok. Namun kegiatan menggunakan media sosial Tik Tok yang secara terus menerus juga akan menghasilkan dampak buruk seperti kecanduan. Menurut Al-Menayes (2016) terdapat salah satu aspek yang mempengaruhi penggunaan media sosial yaitu, time displacement (pengalihan waktu) Pengalihan Waktu merupakan sebuah gambaran pengguna secara terus menerus megulur waktu untuk bermain media sosial dari pada mengerjakan pekerjaannya. Didukung juga oleh pernyataan (Young, K. S., & De Abreu, 2017) yang menyebutkan salah satu faktor dari kecanduan media sosial adalah tujuan dan waktu penggunaan internet, bahwasanya tujuan menggunakan internet seperti media sosial Tik Tok akan menentukan sejauh mana seseorang akan mengalami kecanduan, dan juga hal ini berakitan dengan waktu yang dihabiskan untuk bermain sosial media Tik Tok. Sehingga saat seseorang yang bertujuan menggunakan media sosial untuk mengisi waktu bosannya disaat waktu luang secara terus menerus dan tanpa sadar waktu yang digunakan untuk bermain media sosial Tik Tok cukup banyak maka dapat disimpulkan bahwa seseorang itu mengalami kecanduan media sosial. Penelitian ini mengangkat topik hubungan *leisure boredom* dengan kecanduan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penjelasan dari penelitian terdahulu yang mengemukakan adanya hubungan *leisure boredom* dengan kecanduan media sosial, penelitian yang dilakukan oleh (Kosasih et al., 2021) dengan judul *Leisure boredom* dan Religiusitas: Pengaruhnya terhadap Kecenderungan Adiksi Internet. Penelitian ini dilakukan kepada 265 mahasiswa di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, menggunakan metode accidental sampling dan menggunakan tiga skala sebagai alat ukur yaitu *Leisure boredom Scale*, *The Centrality of Religiosity Scale* dan *Internet Addiction Test*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Leisure boredom* dan Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku adiksi internet, dengan hasil 5,3% dan 94,7% perilaku adiksi internet dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nur Khimas pada tahun 2019 dengan judul *Pengaruh Self Control, Leisure boredom dan Smartphone Usage terhadap Kecanduan Smartphone pada Remaja*. Penelitian ini dilakukan kepada 214 remaja

pengguna smartphone di beberapa SMA/ sederajat di wilayah Tangerang Selatan, penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variable *self control*, *leisure boredom* dan *smartphone usage* terhadap kecanduan smartphone.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Leisure boredom* dengan kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi *leisure boredom* maka semakin tinggi juga kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z, dan juga sebaliknya bahwa semakin rendah *leisure boredom* maka semakin rendah juga kecenderungan kecanduan media sosial Tik Tok pada anak muda generasi Z.

Berdasarkan penelitian ini, dapat diharapkan diharapkan untuk anak muda Generasi Z lebih mampu menggunakan waktu seperti membersihkan rumah, bersosialisasi dengan kerabat, atau juga rekreasi bersama keluarga dari pada menghabiskan waktu untuk bermain media sosial terutama Tik Tok.

Referensi

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v3i1.607>
- Alifia, M. (2021). Menjaga harkat dan martabat manusia. *Journal of Business Theory and Practice*, 7(7), 6. <http://www.theseus.fi/handle/10024/341553%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958%0Ahttp://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4816%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23790/17211077>
Tarita Syavira Alicia.pdf?
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fitrah Budiarti, N., Riandhita, A., Audra, N., & Tally, S. (2022). Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi Pada Aplikasi TikTok dan Youtube. *Universitas Negeri Surabaya 2022 |*, 501, 501–508.
- Iso-Ahola, S. E., & Weissinger, E. (1990). Perceptions of Boredom in Leisure: Conceptualization, Reliability and Validity of the *Leisure boredom Scale*. *Journal of Leisure Research*, 22(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969811>
- Kara, F. M., & Özdedeoğlu, B. (2017). (2017). EXAMINATION OF RELATIONSHIP BETWEEN *LEISURE BOREDOM* AND *LEISURE CONSTRAINTS*. *Sport Sciences*, 12(3), 24-36. *Экономика Региона*, 7266(November 2016), 32. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2017.12.3.2B0109.Kara>

- Kosasih, A. V. N. A., Sarbini, S., & Mulyana, A. (2021). *Leisure boredom dan Religiusitas: Pengaruhnya terhadap Kecenderungan Adiksi Internet. Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 47–56. <https://doi.org/10.15575/psy.v8i1.12352>
- Neli, A. (2019). *HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA*. 11(1), 1–14. <https://core.ac.uk/download/pdf/300877961.pdf>
- News, U. (2024). *Kecanduan Media Sosial Termasuk Gangguan Mental? Simak Faktanya*.
- Puspitasari, W., & Fikry, Z. (2023). Kontribusi Kontrol Diri terhadap Kecanduan Media Sosial Tiktok pada Remaja di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13958–13964. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.8611>
- Young, K. S., & De Abreu, C. N. (2017). Internet addiction in children and adolescents: Risk factors, assessment, and treatment. In *Springer publishing company*. (pp. 95–111).
- Zaputri, M. (2021). Dampak kecanduan media sosial tik tok terhadap perilaku belajar mahasiswa bimbingan dan konseling IAIN Batusangkar SKRIPSI Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1). *Jurnal Komunikasi*, 1–59.