

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia masuk kedalam negara yang menempati urutan ke-lima untuk negara yang paling banyak menghabiskan waktu sehari-harinya menggunakan sosial media (Kemp, 2020).

Pandemi *covid-19* memberikan dampak pada semakin tingginya tingkat penggunaan media sosial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2020) menyatakan penggunaan internet di Indonesia bertambah hingga 73,7% atau sama dengan 196,7 juta pengguna pada tahun 2020. Data dari *wearesocial.com* menunjukkan bahwa dalam penggunaan media sosial, sebanyak 47% orang menggunakan dengan durasi waktu yang lebih lama daripada sebelum pandemi *covid-19* ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembatasan sosial atau aktivitas yang serba dilakukan dari rumah membuat masyarakat menggunakan media sosialnya lebih sering (Massie, 2020). APJII juga memperhatikan bahwa banyak pengguna mengakses internet lebih dari 8 jam/hari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Menurut Wiederhold (2020), alasan individu menggunakan media sosial saat masa pandemi atau sedang dalam penerapan *social distancing* adalah untuk mencari informasi (*information seeking*) dan sebagai sarana hiburan (*entertainment*). Media sosial yang menawarkan kedua fungsi tersebut salah satunya adalah Tiktok. Saat ini, tiktok yang merupakan aplikasi gratis dalam *google play store* masuk kedalam urutan 10 besar sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, termasuk di Indonesia (Damayanti & Gemiharto, 2019). *The Straits Time* mengungkapkan sebanyak 42% pengguna media sosial tiktok di Asia berasal dari Indonesia. Angka tersebut setara dengan 81 juta orang, dimana tingkat pengunduhannya naik sebanyak 20% dari biasanya (Massie, 2020).

Individu menggunakan media sosial ini memiliki berbagai macam alasan, diantaranya adalah mereka merasakan kesenangan jika mendapatkan *like* dan perhatian dari pengguna lain terhadap video yang dibuatnya (Sabir, Nasim, Majid, Sadad bin Mahmud, & Sabir, 2020). Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian Wardah, Prasetia, & Akbar (Wardah, Prasetia, & Akbar, 2020) juga mengungkapkan alasan individu menggunakan media sosial tersebut adalah rasa ingin populer atau viral agar menjadi terkenal, mendapatkan hiburan di waktu luang atau saat bosan, serta dipengaruhi oleh orang-orang terdekat mereka yang juga menggunakan media sosial tiktok tersebut. Media sosial tiktok dapat dijadikan sebagai ajang eksistensi diri yang membuat individu merasa bangga untuk menunjukkan sesuatu yang dibuatnya kepada orang lain (Chusna, Zakiyah, & Noviani, 2020).

Selain itu, alasan lain individu mengakses media sosial tiktok adalah agar dapat memenuhi salah satu tugas perkembangannya, yaitu untuk meningkatkan kepercayaan diri (Doni, Okisaputri, Lara, Wea, & Papahang, 2021). Dengan kata lain, individu yang memiliki kepercayaan diri yang rendah akan lebih banyak mengakses media sosial tiktok dan besar tendensinya untuk dapat menyebabkan adiksi atau kecanduan daripada individu yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Individu dengan kepercayaan diri yang rendah merasa tidak puas dengan kehidupannya sehingga mencarinya dalam media sosial tersebut (Annisa, Yuliadi, & Nugroho, 2020).

Sebagian besar individu yang menggunakan media sosial tiktok di Indonesia merupakan kaum milenial yang masih berada pada usia sekolah yang biasa disebut dengan anak generasi Z (Aji, 2018). Generasi sekarang dapat menggunakan aplikasi ini kurang lebih sekitar 8 sampai dengan 10 jam per harinya untuk membuat konten apapun atau hanya menonton konten yang dibuat oleh pengguna media sosial tiktok lainnya. Mahasiswa sebagai kelompok yang rentan terkena adiksi media sosial ini, seringkali tersita waktunya antara

bermain tiktok dengan mengerjakan tugas (Sari, Wafa, & Humaidi, 2020).

Berdasarkan riset yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Nursikuwagus, dkk (2020) mengenai adiksi media sosial tiktok di Indonesia, hasilnya menunjukkan bahwa sebesar 38,37% responden memiliki adiksi media sosial ringan. Usia, profesi, tingkat pendidikan, domisili, rata-rata penggunaan media sosial (jam/hari) sangat berpengaruh bagi adiksi media sosial. Usia 17-25 tahun profesi pelajar/mahasiswa, dan berada pada tingkat pendidikan S1/D4 merupakan orang-orang yang paling dominan serta rentan untuk mengalami adiksi media sosial.

Dengan instrumen penelitian yang sama, peneliti juga melakukan studi pendahuluan terkait dengan adiksi media sosial yang dialami oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Sebanyak 80 mahasiswa yang menjadi subjek studi pendahuluan didapatkan secara *random* dari berbagai program studi dan angkatan. Mahasiswa yang mengisi kuesioner diantaranya berasal dari program studi Bimbingan dan Konseling (BK), tata boga, tata busana, pendidikan ekonomi, psikologi, pendidikan bisnis, PPKN, pendidikan kimia, pendidikan masyarakat, PGPAUD, administrasi perkantoran, pendidikan vokasional teknik bangunan, akuntansi, dan manajemen. Sebanyak 52 mahasiswa berasal dari angkatan 2017, 13 mahasiswa angkatan 2018, 14 mahasiswa angkatan 2019, dan 1 mahasiswa dari angkatan 2020.

Hasilnya menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta masuk kedalam tingkat adiksi/kecanduan normal sebesar 23,73%, tingkat kecanduan ringan sebesar 33,75%, tingkat kecanduan sedang sebesar 35%, dan tingkat kecanduan berat sebesar 7,5%. Item yang paling tinggi tingkatnya adalah pada pernyataan bahwa mahasiswa sering memeriksa media sosial sebelum mengerjakan hal lain.

Jika responden dikategorikan berdasarkan angkatan, mahasiswa

pada angkatan tahun 2019 lah yang sebagian besar masuk kedalam tingkat adiksi/kecanduan media sosial pada kategori sedang. Akan tetapi, mahasiswa yang masuk kedalam kategori adiksi/kecanduan berat mayoritas berasal dari angkatan 2017.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dan terjadi saat ini yaitu sebagai berikut:

1. Mayoritas mahasiswa mengalami adiksi media sosial pada kategori sedang dan sebagian lainnya masuk kedalam kategori ringan dan bahkan ada yang berat
2. Mayoritas mahasiswa memiliki kepercayaan diri yang rendah
3. Mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah akan menggunakan media sosial sebagai pelarian hingga dapat menyebabkan adiksi atau kecanduan terhadap media sosial tiktok

C. Pembatasan Masalah

Peneliti akan membatasi masalah hanya pada “Hubungan Adiksi Media Sosial Tiktok dengan Kepercayaan Diri (*Self Confidence*) Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta di Masa Pandemi *Covid-19*”. Penelitian ditujukan kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dari berbagai jurusan dan angkatan.

D. Perumusan Masalah

Dengan batasan akan masalah yang sudah diuraikan tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan yang ada dan akan dijawab dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Bagaimana gambaran tingkat adiksi media sosial mahasiswa Universitas Negeri Jakarta di masa pandemi *covid-19*?
2. Bagaimana gambaran tingkat kepercayaan diri mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

3. Apakah terdapat hubungan antara adiksi media sosial tiktok dengan kepercayaan diri mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penulis mendapatkan gambaran mengenai tingkat adiksi media sosial, khususnya media sosial tiktok pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta di masa pandemi *covid-19* sekarang ini
- b. Penulis mendapatkan gambaran mengenai tingkat kepercayaan diri mahasiswa Universitas Negeri Jakarta
- c. Penulis dapat melihat hubungan antara adiksi media sosial tiktok dengan kepercayaan diri mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan dapat dijadikan sebagai referensi penulis untuk dilakukan penelitian lebih lanjut

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Guru atau Dosen Bimbingan dan Konseling
Memberikan wawasan lebih mengenai pentingnya melihat tanda-tanda dan menyembuhkannya secara dini terkait dengan adiksi yang dialami oleh siswa ataupun mahasiswa agar tidak mengganggu kehidupan akademik, pribadi, dan sosialnya dengan program layanan konseling. Guru atau Dosen juga dapat memberikan bimbingan mengenai cara agar siswa/mahasiswa dapat menumbuhkan rasa kepercayaan diri agar intensitas penggunaan media sosial mereka tidak meningkat hingga menjadi adiktif atau kecanduan.
- b. Bagi Orang Tua
Memberikan pemahaman mengenai pentingnya membentuk kebiasaan bijak, menyikapi anak-anaknya dalam menggunakan media sosial tiktok, dan mengawasi

penggunaannya untuk mengakses hal-hal yang dibutuhkan saja. Serta memberikan pemahaman kepada orangtua mengenai betapa pentingnya membangun kepercayaan diri anak dari lingkungan keluarga dan lingkungan sekitarnya.

c. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Lain

Mahasiswa dapat menjadikan penelitian ini sebagai pembelajaran dan bahan refleksi diri untuk mengontrol dirinya dalam menggunakan media sosial tiktok serta berusaha untuk lebih percaya terhadap diri sendiri. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai intervensi dalam *preventif* maupun *development* mengenai permasalahan adiksi media sosial di kalangan mahasiswa.

