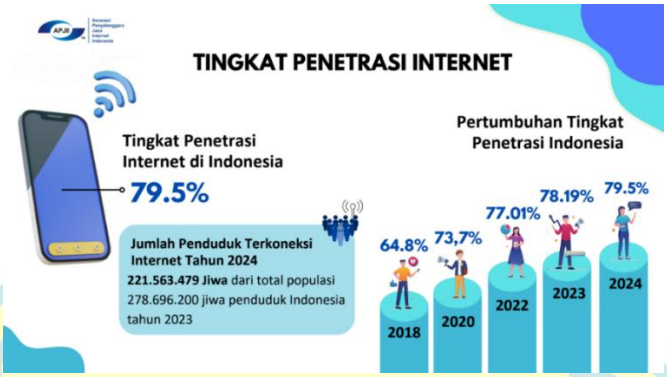
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman yang cepat, internet telah membawa transformasi dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah meningkatnya popularitas *platform* media sosial. Media sosial kini menjadi sarana di mana pengguna dapat berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan khalayak luas maupun terbatas melalui konten yang dihasilkan oleh pengguna itu sendiri (Taufiqurahman & Rahmawati, 2024). *Platform* ini juga menjadi ruang yang nyaman bagi individu untuk menampilkan identitas pribadi, berinteraksi secara virtual dengan teman-teman dari dunia nyata, hingga menjalin hubungan dengan orang-orang baru yang memiliki minat serupa (Kuss & Griffiths, 2011; dalam Rahardjo dkk., 2020). Kehadiran media sosial pun telah menjadi bagian integral dari kehidupan masa kini, khususnya di kalangan generasi muda. Meski demikian, perkembangan media sosial turut memunculkan pola perilaku yang mengkhawatirkan, seperti kecenderungan penggunaan berlebihan atau kecanduan terhadap media sosial (AlMenayes, 2016; dalam Jannah & Rosyiidiani, 2022).

Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Meltwater*—dua lembaga yang dikenal dalam bidang riset digital dan analisis media sosial—tercatat bahwa Indonesia memiliki sekitar 167 juta pengguna media sosial aktif, yang setara dengan 60,4% dari total populasi. Data ini mencerminkan pesatnya pertumbuhan penggunaan media sosial di Indonesia (Khaerunnisa & Syarif, 2024). Terdapat berbagai alasan yang melatarbelakangi penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia, dan salah satu yang paling dominan adalah untuk mencari informasi, yang dilakukan oleh sekitar 83,1% dari populasi. Selain itu, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,6 juta orang, atau sekitar 79,5% dari total

penduduk tahun 2023. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,31% dibandingkan dengan jumlah pengguna pada tahun sebelumnya.



Gambar 1.1

Perkembangan Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJIII) (2024)

Peningkatan jumlah pengguna ini tidak terlepas dari kemudahan akses internet dan semakin terjangkaunya perangkat pintar. Media sosial telah menjelma menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, di mana interaksi sosial, pertukaran informasi, dan aktivitas lainnya melalui *platform-platform* ini.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial turut memunculkan berbagai pola perilaku yang mencerminkan perubahan dalam cara individu memproses serta mempertahankan fokus perhatian. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah kecenderungan pengguna untuk dengan cepat berpindah dari satu konten ke konten lainnya, sebagai respons terhadap arus informasi yang cepat dan beragam. Opara et al (2025), penyajian konten yang singkat, menarik secara visual, dan terus berganti membuat pengguna terbiasa menerima rangsangan secara instan dan terus-menerus. Kondisi ini memengaruhi berbagai fungsi kognitif, khususnya rentang perhatian (*attention span*).

Attention span atau rentang perhatian mengacu pada lamanya seseorang mampu mempertahankan fokus pada suatu tugas atau rangsangan tanpa mengalami gangguan. Levin dan Barnier (2019; dalam Ramadhan et al., 2024) menyebutkan

bahwa *attention span* merupakan kemampuan individu untuk berkonsentrasi secara mendalam terhadap suatu stimulus dalam jangka waktu tertentu. Kemampuan ini sangat penting dalam menjalankan berbagai fungsi kognitif seperti belajar, menyelesaikan pekerjaan, dan memecahkan masalah, khususnya pada fase akhir remaja hingga fase dewasa awal. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi rentang perhatian individu, yaitu faktor internal seperti usia, tingkat kelelahan, minat, dan motivasi dapat memengaruhi penurunan fokus, sementara gangguan eksternal seperti lingkungan yang berisik juga dapat menghambat konsentrasi sehari-hari (Parasuraman & Davies, 1984; dalam Opara et al., 2025). Selain itu, faktor eksternal lain yang berasal dari media digital, seperti aplikasi TikTok, juga berpotensi memperpendek rentang perhatian terhadap tugas-tugas yang memerlukan proses lebih lambat (Opara, Adalikwu, & Tolorunleke, 2025).

Paparan berulang terhadap konten-konten berformat pendek di media sosial yang berganti dengan cepat dapat menghambat kemampuan otak untuk berpikir secara mendalam dan fokus, sehingga individu lebih cenderung terlibat dalam pemrosesan informasi yang dangkal dan cepat (Smith & Anderson, 2020; dalam Christian & Budiarto, 2024). Akibatnya, otak menjadi terbiasa beralih perhatian secara cepat, sehingga sulit untuk mempertahankan konsentrasi pada satu tugas dalam jangka waktu yang lama. Fenomena ini yang dikenal sebagai kelebihan beban kognitif yang dapat menurunkan efisiensi individu dalam memproses informasi serta melemahkan daya ingat (Marathe dan Kanage, 2024). Konten-konten berformat pendek di media sosial yang semakin dikenal karena kemudahan konsumsinya dan kemampuannya menarik perhatian dengan cepat ini mendorong pergeseran fokus yang cepat dan secara tidak langsung melatih otak untuk terus mengharapkan rangsangan baru. Hal tersebut akan menjadi masalah dalam jangka panjang karena individu mengalami kesulitan untuk tetap terlibat dalam tugas yang tidak menawarkan kepuasan segera. Dampak ini menjadi semakin mengkhawatirkan dalam lingkungan yang membutuhkan fokus intelektual berkelanjutan (Ronsen, 2012; dalam Marathe dan Kanage, 2024).

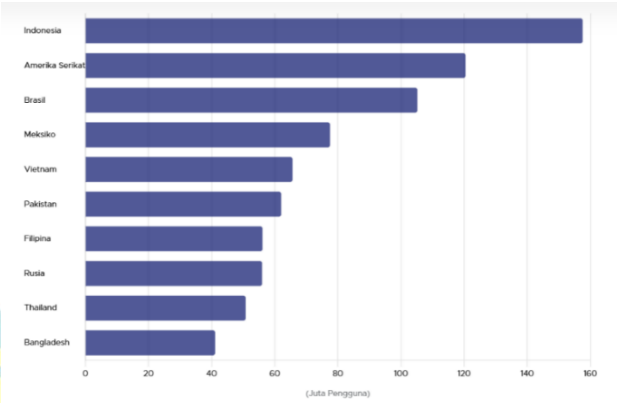
Berdasarkan penelitian Microsoft tahun 2015, ditemukan bahwa rata-rata rentang perhatian manusia mengalami penurunan, dari yang semula 12 detik pada tahun 2000 menjadi hanya 8 detik pada tahun 2013. Durasi ini bahkan lebih singkat

dibandingkan dengan rentang perhatian ikan mas yang mencapai sekitar 9 detik. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Dr. Gloria Mark dari University of California, yang mengungkapkan bahwa saat menggunakan perangkat digital, seseorang hanya mampu mempertahankan perhatiannya selama sekitar 47 detik sebelum teralihkan ke aktivitas lain, sementara pada awal tahun 2000-an, durasi tersebut masih mencapai 2,5 menit (Santa Maria College, 2023). Studi lanjutan yang dilakukan oleh Weinreich et al. (2008) mengungkapkan bahwa sebanyak 52% kunjungan ke halaman web berlangsung kurang dari 10 detik, dan sekitar 25% bahkan hanya berlangsung kurang dari 4 detik. Temuan ini menunjukkan adanya pola perilaku pengguna yang sering berpindah antar halaman tanpa benar-benar memproses informasi secara mendalam, yang menjadi indikasi menurunnya rentang perhatian dalam aktivitas online sehari-hari. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap kondisi ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial, yang cenderung menyajikan konten secara cepat dan ringkas.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan serta menyajikan konten yang cepat yaitu TikTok. Aplikasi ini pertama kali diperkenalkan oleh perusahaan asal Tiongkok, *ByteDance*, dengan nama *Douyin* yang memiliki format video berdurasi pendek. Menurut data dari Sensor Tower, sepanjang tahun 2019 aplikasi ini telah diunduh sebanyak 700 juta kali. Kusuma (2020; dalam Adawiyah, 2020) menyatakan bahwa pencapaian tersebut menjadikan TikTok mampu melampaui sejumlah aplikasi milik Facebook Inc., dan menempatkannya di posisi kedua setelah WhatsApp yang mencapai 1,5 miliar unduhan. TikTok menarik perhatian melalui format video pendek yang kreatif, musik yang mudah diingat, serta efek visual yang menarik, sehingga memberikan hiburan cepat dan akses interaksi sosial yang mudah. Durasi video yang hanya 15 hingga 60 detik juga memudahkan pengguna untuk menonton serta mendorong mereka terus menjelajahi konten lainnya.

Di Indonesia sendiri, aplikasi TikTok termasuk aplikasi yang sangat *tren* dan banyak digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan data yang dilansir dari *GoodStats*, per bulan Juli tahun 2024, Indonesia berada di peringkat pertama dalam jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia sebesar 157,6 juta pengguna, bahkan hingga

mengalahkan jumlah pengguna TikTok Amerika yang sebesar 120,5 juta pengguna.



Gambar 1.2

Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak per-Juli 2024

Sumber: Statista.com

Adapun, mayoritas pengguna TikTok di Indonesia berada di kalangan remaja akhir menuju dewasa awal yang berada dalam rentang usia 18-24 tahun. Berdasarkan data yang dilansir dari *kalodata.com*, persentase jumlah pengguna yang mendominasi penggunaan TikTok berusia 18-24 tahun sebesar 35%.

Gambar 1.3

Demografi Pengguna TikTok di Indonesia

Sumber: Ginee (2021)

Tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencerminkan pesatnya pertumbuhan platform ini sebagai salah satu media sosial yang paling digemari, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan laporan Data Reportal (2024), Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak secara global, dengan lebih dari 100 juta pengguna aktif. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Meltwater*, rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna TikTok di Indonesia mencapai 38 jam 20 menit per bulan, menjadikan negara ini sebagai pemuncak dalam hal durasi penggunaan TikTok di seluruh dunia. Hal ini mencerminkan kuatnya daya tarik TikTok sebagai *platform* hiburan sekaligus media untuk mengekspresikan diri. Namun, di balik popularitas tersebut, muncul kekhawatiran akan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan, yakni potensi terjadinya adiksi terhadap media sosial.

Adiksi adalah kondisi di mana individu terus-menerus memikirkan suatu perilaku tertentu, disertai dengan keinginan yang sangat kuat untuk melakukannya, serta menghabiskan waktu secara berlebihan untuk merencanakan, menjalankan, dan memulihkan diri setelah melakukan aktivitas tersebut (Campbell, 2003; dalam Setiawan & Palupi, 2024). Ketidakmampuan individu dalam mengendalikan penggunaan media sosial secara berlebihan berdampak pada masalah sosial dan psikologis (Kootesh, et al, 2016; dalam Praditha & Wulanyani, 2024). Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Griffiths (2000; dalam Hou et al., 2019) kecanduan media sosial dapat dilihat sebagai salah satu bentuk kecanduan internet, di mana individu menunjukkan dorongan untuk menggunakan media sosial secara berlebihan. Kecanduan media sosial sering kali terlalu khawatir tentang media sosial dan didorong oleh dorongan yang tidak terkendali untuk masuk dan menggunakan media sosial (Andreassen & Pallesen, 2014; dalam Hou et al., 2019. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah (2017; dalam Deriyanto & Qorib, 2018) bahwa media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Hal ini mendorong pengguna untuk terus menerus menggunakan media sosial.

Penggunaan TikTok secara berlebihan dapat menyebabkan individu mengalami kecanduan atau adiksi. Kondisi ini ditandai dengan ketergantungan yang membuat seseorang sulit mengendalikan perilakunya dalam menggunakan aplikasi (Cahyono, 2016; dalam Fahruni et al., 2022). TikTok dianggap sangat membuat ketagihan karena memanfaatkan algoritma yang menyesuaikan konten video dengan preferensi pengguna. Setiap interaksi seperti menyukai video akan memicu sistem untuk menampilkan konten serupa, sehingga pengguna terus tertarik dan terdorong untuk menonton lebih banyak. Pola ini menyerupai proses kecanduan, di mana pengguna mencari kepuasan instan melalui video TikTok, yang memicu pelepasan dopamin dalam otak (Yang, 2023). Salah satu fitur utama, *For You Page (FYP),* menawarkan rekomendasi konten yang sangat dipersonalisasi, membuat pengguna terus terlibat karena merasa konten yang ditampilkan relevan dan menarik. Selain itu, fitur yang memberikan penghargaan langsung, seperti jumlah penonton, *likes*, dan komentar, turut mendorong kreator untuk terus menghasilkan konten. Montag & Hegelich (2020) menemukan bahwa elemen-elemen seperti *infinite scroll*, notifikasi, dan personalisasi konten mengaktifkan sistem penghargaan di otak khususnya dopamin sehingga memperkuat efek adiktif dan meningkatkan intensitas penggunaan. Beragamnya konten yang menghibur, lucu, dan sesuai dengan pengalaman pribadi pengguna juga memberikan kepuasan emosional, yang semakin memperkuat daya tarik adiktif TikTok (Opara, Adalikwu, & Tolorunleke, 2025).

Adanya algoritma TikTok yang dirancang untuk terus menyajikan konten baru yang menarik perhatian pengguna, menciptakan siklus tanpa henti dapat menyulitkan pengguna untuk melepaskan diri dari aplikasi. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Alfatih et al., 2024) bahwa penggunaan platform video pendek TikTok yang berlebihan dapat berdampak negatif terhadap rentang perhatian dan kebiasaan belajar siswa. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Tian et al., 2023) menunjukkan bahwa video berdurasi pendek pada platform TikTok dengan kontennya yang cepat dan mudah dicerna, dapat berkontribusi terhadap *attention span* atau rentang perhatian yang lebih pendek. Yao Qin, et al (2022), kecanduan TikTok disebabkan oleh informasi dan sistemnya yang berkualitas tinggi. Algoritma TikTok menunjukkan kepada pengguna video yang

relevan dengan minat mereka, dan video-video tersebut umumnya akurat dan terbaru.

Berdasarkan kajian pustaka dan hasil-hasil penelitian terdahulu, ditemukan bahwa penggunaan media sosial, khususnya yang berbasis video pendek seperti TikTok, berpotensi memberikan dampak terhadap fungsi kognitif individu, termasuk kemampuan mempertahankan perhatian atau *attention span* (Christian & Budiarto, 2024; Montag et al., 2021; Zhao et al., 2022). Sejumlah penelitian mengindikasikan adanya hubungan negatif antara durasi penggunaan TikTok dan rentang perhatian, yang turut berdampak pada performa akademik serta tingkat konsentrasi individu. Kendati demikian, sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada aspek durasi penggunaan atau efek media sosial secara umum, tanpa secara spesifik menelaah adiksi TikTok sebagai variabel psikologis yang terukur dan berdiri sendiri.

Lebih lanjut, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan dalam konteks luar negeri atau pada populasi remaja, sehingga kajian yang menyoroti populasi dewasa awal di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek yang memiliki intensitas penggunaan TikTok tinggi, masih sangat terbatas. Padahal, kelompok dewasa awal berada pada tahap perkembangan yang penting, di mana kapasitas atensi sangat dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam aspek akademik, pekerjaan, maupun relasi sosial.

Selain itu, hingga saat ini belum banyak ditemukan penelitian yang secara empiris menguji pengaruh adiksi TikTok terhadap *attention span* dengan menggunakan instrumen yang telah tervalidasi secara psikometris, seperti *TikTok Addiction Scale (TAS)* dan *Attentional Control Scale (ACS)*, dalam konteks budaya Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan yang ada dengan menyelidiki secara kuantitatif hubungan antara adiksi TikTok dan *attention span* pada individu dewasa awal di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur psikologi media serta kontribusi praktis dalam upaya edukasi dan regulasi penggunaan media sosial di kalangan generasi muda.

Peneliti juga melakukan *preliminary study* atau studi pendahuluan dengan menyebar kuesioner secara *online*. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 30

responden dewasa awal di wilayah Jabodetabek, diperoleh beberapa temuan penting yang menjadi dasar urgensi penelitian ini. Mayoritas responden dalam survei merupakan perempuan berusia antara 18 hingga 25 tahun, dengan rentang usia terbanyak berada di usia 21–22 tahun. Seluruh responden menyatakan bahwa mereka adalah pengguna aktif TikTok, dengan lebih dari 70% responden menggunakan aplikasi ini lebih dari 5 kali dalam sehari, dan sekitar 50% di antaranya menghabiskan waktu lebih dari 2 jam per hari untuk menonton konten di TikTok. Adapun, temuan dari hasil survei terkait dengan dampak dari penggunaan TikTok terhadap kemampuan untuk mempertahankan perhatian *(attention span)* ditemukan bahwa hampir seluruh responden yakni sekitar 90% menyatakan pernah merasakan kesulitan untuk fokus setelah penggunaan TikTok dalam waktu yang lama, lebih dari 90% responden menyatakan bahwa mereka sering atau kadang-kadang merasa mudah terdistraksi saat sedang belajar atau bekerja setelah menggunakan TikTok, dan sebanyak 85% responden mengakui bahwa mereka pernah menunda pekerjaan penting karena asyik menonton TikTok.

Penjelasan subjektif dari para responden pun menguatkan temuan ini. Banyak responden mengaku terbiasa dengan konten singkat yang cepat berganti, sehingga mengalami kesulitan dalam mempertahankan perhatian untuk kegiatan yang membutuhkan konsentrasi mendalam seperti membaca, belajar, atau menyelesaikan tugas. Beberapa di antaranya menyebut efek “scrolling tanpa henti” sebagai penyebab utama penurunan produktivitas harian. Temuan ini menunjukkan adanya indikasi keterkaitan antara penggunaan TikTok secara intensif dengan penurunan *attention span* pada dewasa awal. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut guna menguji secara empiris pengaruh adiksi terhadap aplikasi TikTok terhadap kemampuan kontrol atensi, terutama pada populasi dewasa awal di Jabodetabek yang sedang berada dalam fase kritis produktivitas akademik maupun profesional.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasikan masalah-masalah yang ada dan terjadi saat ini, yaitu sebagai berikut:

- Tingginya tingkat penggunaan TikTok yang memicu adiksi pada kalangan dewasa awal di Jabodetabek.
- Menurunnya kemampuan mempertahankan perhatian *(attention span)* pada kalangan dewasa awal yang sesuai dengan penelitian terdahulu.
- Adanya indikasi hubungan negatif antara adiksi TikTok dengan *attention span* pada dewasa awal di Jabodetabek.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Penelitian hanya mengkaji pengaruh adiksi aplikasi TikTok terhadap *attention span* pada dewasa awal berusia 18–25 tahun di wilayah Jabodetabek.
- Responden merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok yang berusia dalam rentang 18-25 tahun di wilayah Jabodetabek.
- Alat ukur adiksi TikTok menggunakan *TikTok Addiction Scale* (TAS), sedangkan alat ukur *attention span* menggunakan *Attentional Control Scale* (ACS) yang diadaptasi ke Bahasa Indonesia.
- Data dikumpulkan melalui kuesioner online *(Google Form)* selama periode dari 26 Mei 2025 sampai dengan 10 Juni 2025.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran tingkat adiksi aplikasi TikTok pada dewasa awal di Jabodetabek?
2. Bagaimana gambaran tingkat *attention span* pada dewasa awal di Jabodetabek?
3. Apakah adiksi aplikasi TikTok mempengaruhi tingkat *attention span* pada dewasa awal di Jabodetabek?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran tingkat *attention span* pada dewasa awal di Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui gambaran tingkat adiksi aplikasi TikTok pada dewasa awal di Jabodetabek
3. Untuk mengetahui gambaran tingkat pengaruh adiksi aplikasi TikTok terhadap *attention span* pada dewasa awal di Jabodetabek.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

- Menambah wawasan dalam bidang psikologi kognitif dan komunikasi digital mengenai dampak penggunaan media sosial terhadap *attention span*.
- Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori adiksi media sosial, khususnya dalam konteks aplikasi TikTok.
- Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara penggunaan media sosial dengan kemampuan kognitif dan fokus.

1.6.2 Manfaat Praktis

- **Bagi Penulis:**
  Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi terkait dampak penggunaan media sosial terhadap fungsi kognitif.
- **Bagi Pembaca:**
  Memberikan wawasan dan pemahaman, khususnya dewasa awal mengenai dampak adiksi TikTok terhadap kemampuan fokus. Pembaca diharapkan lebih sadar akan pentingnya mengelola waktu penggunaan media sosial demi menjaga perhatian dan produktivitas yang penting di kehidupan sehari-hari.
- **Bagi Peneliti Selanjutnya:**
  Sebagai referensi dan landasan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan adiksi media sosial dan *attention span*.