**LEISURE BOREDOM DAN KECENDERUNGAN KECANDUAN MEDIA
SOSIAL TIK TOK PADA GEN Z**

Oleh :

Sofi Pappa¹

Herlan Pratikto²

Akta Ririn Aristawati³

*Corresponding author: soffipappa009@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between leisure boredom and the tendency of social media addiction to TikTok among Generation Z. This research employs a quantitative approach using a correlational method. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 120 participants from Generation Z. Measurements were conducted using the TikTok social media addiction scale and the leisure boredom scale. The data analysis results using Product Moment correlation indicate a significant and strong relationship between leisure boredom and the tendency for TikTok social media addiction among Generation Z. These findings suggest that the higher the level of leisure boredom, the greater the tendency for individuals to develop social media addiction to TikTok. Based on these findings, it is recommended that Generation Z engage in more diverse and meaningful activities during their leisure time to reduce the risk of social media addiction. Additionally, parents, educators, and relevant stakeholders should provide education on time management and healthy social media usage. Future research can explore other contributing factors to social media addiction, such as self-regulation and social support, to gain a more comprehensive understanding of the issue.
Keywords: *Leisure Boredom; Social Media Addiction; Tik Tok Addiction; Gen Z*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara leisure boredom dengan kecenderungan kecanduan media sosial TikTok pada generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah partisipan sebanyak 120 individu dari generasi Z. Pengukuran dilakukan menggunakan skala kecanduan media sosial TikTok dan skala leisure boredom. Hasil analisis data menggunakan uji korelasi Product Moment menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara leisure boredom dan kecenderungan kecanduan media sosial TikTok pada generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat leisure boredom, semakin besar pula kecenderungan seseorang mengalami kecanduan terhadap media sosial TikTok. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar individu dari generasi Z mengembangkan aktivitas yang lebih beragam dan bermakna dalam waktu luang mereka guna mengurangi risiko kecanduan media sosial. Selain itu, penting bagi orang tua, pendidik, serta pihak terkait untuk memberikan edukasi mengenai manajemen waktu dan penggunaan media sosial yang sehat. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap kecanduan media sosial, seperti regulasi diri dan dukungan sosial, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *Leisure Boredom; Kecanduan Media Sosial; Kecanduan Tik Tok; Gen Z*

¹ Sofi Pappa, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, soffipappa009@gmail.com

² Herlan Pratikto, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, pratiktoherlan75@gmail.com

³ Akta Ririn Aristawati, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, akta_ririn@untag-sby.ac.id

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 disukai oleh generasi muda saat ini. 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 sedang marak digunakan seperti Instagram, Facebook, X, dan yang sedang populer sekarang adalah Tik Tok.

Tik Tok adalah platform media sosial yang didirikan oleh Zhang Yiming pada 2012. Aplikasi ini terdiri dari kumpulan video berdurasi pendek yang digunakan sebagai media untuk mengumpulkan dan menampilkan inovasi, pengetahuan, dan momen lainnya dari perusahaan teknologi internet ByteDance yang berbasis di Beijing, China (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 et al., (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 yang cepat terutama pada saat pandemi Covid-19 2020 silam (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. Salah satu ciri khas generasi Z adalah keinginan mereka untuk terhubung dengan orang lain melalui media sosial. Namun, hal ini dapat menyebabkan perilaku FOMO, atau ketakutan untuk tertinggal dari berita atau tren yang populer di kalangan seusianya. karena itu sulit bagi mereka untuk meninggalkan media sosial (Neli, 2019).

Fenomena perilaku kecanduan aplikasi Tik Tok ditunjukkan oleh temuan studi sebelumnya 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) kebosanan pada waktu luang didefinisikan

sebagai kebosanan yang disebabkan oleh ketidakcocokan antara ketersediaan waktu luang dan kebutuhan akan pengalaman optimal. Sedangkan menurut (Kara, F. M., & Özdedeoglu, 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 leisure boredom memiliki dampak yang signifikan terhadap kecanduan internet dengan hasil survei sebanyak 5,3% dan 94,7% perilaku adiksi (kecanduan) internet dipengaruhi faktor lain. Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis melalui beberapa rekan yang menggunakan aplikasi Tik Tok menunjukkan bahwa narasumber menggunakannya sebagai cara untuk mencari hiburan saat mereka bosan, 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 di atas 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 PENELITIAN

Penelitian Kuantitatif

Pada Penelitian kuantitatif koersional ini mencari kekuatan dan arah hubungan dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan rumus Lemeshow, populasi penelitian ini terdiri dari anggota Gen Z yang berusia antara 18 dan 24 tahun, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara leisure boredom dan kecenderungan anak-anak Gen Z untuk kecanduan media sosial, khususnya Tik Tok. Penelitian ini mengambil sampel 96,04 individu, yang dibulatkan menjadi 100 individu. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode purposive sampling; kriteria pengambilan sampel termasuk penggunaan TikTok dan Gen Z, yang berusia 18 hingga 24 tahun.

HASIL

Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorof-Smirnov digunakan untuk menentukan apakah nilai residual dalam penelitian ini normal atau tidak. Nilai signifikan di atas 0,05 dianggap normal dan memenuhi syarat untuk uji normalitas.

Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorof-Smirnov			
	Statistic	Df	SIg	Keterangan
Kecanduan Media Sosial Tik Tok	0.055	120	0.200	Normal

Uji Linieritas

Jika nilai signifikan dari variable independen lebih besar dari 0,05, uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variable dependen linier dan variable independen.

Tabel 2. Uji Linieritas

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

Uji Korelasi Product Moment

Karena data yang dihasilkan dari uji normalitas dan linieritas menunjukkan distribusi normal dan linier, maka teknik analisis Parametric Product Moment digunakan untuk menganalisis data penelitian ini.

Tabel 3. Hasil pearson correlation

Pearson Correlation	P	Keterangan
0.753	0.000	Hubungan Kuat

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Iso-Ahola & Weissinger (1990) yang menyatakan bahwa *leisure boredom* yang persepsi subjektifnya atau suasana hati yang negatif adalah akibat dari ketidakcocokan antara ketersediaan waktu luang dan kebutuhan akan pengalaman 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 di waktu 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) yakni 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 jumlah waktu yang dihabiskan untuk internet, karena tujuan untuk menggunakan internet, seperti media sosial Tik Tok, akan menentukan sejauh mana seseorang akan mengalami kecanduan, dan jumlah waktu yang dihabiskan untuk bermain media sosial Tik Tok juga akan menentukan. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara *leisure boredom* dan kecanduan media sosial Tik Tok karena fakta bahwa ketika seseorang menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang secara terus menerus dan tanpa disadari menghabiskan waktu yang cukup banyak untuk bermain di sana.

Penelitian sebelumnya, yang ditulis oleh Kosasih et al.(2021) yaitu "Leisure Boredom and Religiusitas: Pengaruhnya terhadap Kecenderungan Adiksi Internet," menunjukkan hubungan antara leisure boredom dan kecanduan media sosial, yang melibatkan 265 mahasiswa di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Menggunakan accidental sampling sebagai metodenya, dan tiga skala digunakan yaitu Skala kecanduan internet, Skala leisure boredom, dan Skala religiusitas. Hasil penelitian menunjukkan leisure boredom dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku adiksi internet; faktor lain dipengaruhi sebesar 5,3% dan 94,7% dari perilaku adiksi internet. Studi lain yang dilakukan oleh (Viviyanti, 2019) berjudul Pengaruh Kontrol Diri, leisure boredom, dan Penggunaan Smartphone terhadap Kecanduan Smartphone pada Remaja. Penelitian ini melibatkan 214 remaja yang menggunakan smartphone di beberapa SMA/ sederajat di wilayah Tangerang Selatan. Metode sampling nonprobability digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor seperti pengendalian diri sendiri, leisure boredom, dan penggunaan smartphone memengaruhi kecanduan smartphone

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara kebosanan waktu luang dan kecenderungan Gen Z untuk kecanduan media sosial Tik Tok. Dengan kata lain, semakin tinggi kebosanan waktu luang, semakin tinggi juga kecenderungan Gen Z untuk kecanduan media sosial Tik Tok. Sebaliknya, semakin rendah kebosanan waktu luang, semakin rendah juga kecenderungan Gen Z untuk kecanduan media sosial Tik Tok.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar generasi Z memanfaatkan waktu luang mereka dengan melakukan aktivitas yang lebih bervariasi dan memiliki nilai positif untuk mengurangi potensi kecanduan media sosial. Selain itu, peran orang tua, pendidik, dan pihak terkait sangat penting dalam memberikan pemahaman tentang pengelolaan waktu yang efektif serta penggunaan media sosial yang bijak. Penelitian selanjutnya dapat meneliti faktor lain yang memengaruhi kecanduan media sosial, seperti kemampuan dalam mengatur diri sendiri dan dukungan sosial, guna memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena ini.

Daftar Pustaka

- 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>
- Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: Validation of the arabic version and correlation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41–46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- 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). Examination of relationship between leisure boredom and leisure constraints. *Sport Sciences*, 12(3), 24-36. <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>
- Viviyanti, N. K. (2019). Pengaruh self control, leisure boredom dan smartphone usage terhadap kecanduan smartphone pada remaja. *UIN Jakarta*, 1–81.
- 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.