

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sudiyatmoko (2015) menjelaskan media sosial merupakan sebuah media online melalui aplikasi berbasis internet, dapat digunakan untuk berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa *blog*, *wiki*, *forum*, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih dan hebat. Sedangkan menurut Phua et al (2017) merupakan *platform* berbasis *web* di mana penggunaanya dapat menciptakan profil, menjalin hubungan pertemanan, dan menjalin interaksi sosial melalui *upload* gambar, pesan, dan video yang dibagikan. Selain itu Ting et al (2015) juga menjelaskan media sosial secara umum didefinisikan sebagai *platform* komunikasi berbasis *web* sebagai alat komunikasi dengan individu lainnya dan mengembangkan interaksi sosial. *Platform* media sosial kini beragam diantaranya adalah *facebook*, *twitter*, *instagram*, *youtube*, *path*, *snapchat*, *kaskus*, *line*, *whatsapp* dan *tiktok*.

Susilowati (2018) mengatakan bahwa TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Sebuah lembaga riset aplikasi yang bernama *Sensor Tower Providers Industry Leading App Store Optimization* (ASO) pada tahun 2020 menuliskan bahwa Indonesia merupakan negara terbanyak yang mengunduh TikTok, karena menyumbang 11% dari total 63,3 juta unduhan TikTok di dunia. TikTok juga menjadi aplikasi *non-gaming* yang paling populer pada Juni 2020, bahkan mengalahkan aplikasi *Zoom* yang sering digunakan selama masa pandemi COVID-19. Nugroho (2019) menyebutkan bahwa sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Dan pada bulan Agustus 2020 TikTok diunduh lebih dari 300 juta kali pada kuartal pertama dan kedua tahun 2020.

Berbeda dengan platform media sosial lain yang memiliki banyak fitur, menurut Bulele & Wibowo (2020) mengatakan bahwa media sosial TikTok hanya memiliki satu fitur, yaitu video pendek yang didukung dengan musik dan hanya berdurasi 15 detik. Prianbodo (2018) mengatakan bahwa video yang dibuat di TikTok memiliki macam-macam *genre*, mulai dari *lipsync*, menirukan gerakan, video joget, dan video parodi lucu lainnya. Hal inilah yang membuat remaja tertarik menggunakannya. Selain itu, dikutip dari laman Statista yang ditulis oleh Clement (2020) terdapat beberapa kategori konten di aplikasi TikTok yaitu meliputi konten *dance*, *pranks*, hiburan, kebugaran/ olahraga, kecantikan, *fashion*, *recipes*, *life hacks*, *pets*, dan *outdoor*. Hal menarik lain dari media sosial TikTok menurut Marini (2019) adalah karena aplikasi TikTok juga memungkinkan penggunanya untuk bisa menggunakan beragam *special effect*, dan juga *music background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga *special effect* lainnya yang dapat digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi di video tersebut.

Greenfield (2010) mengatakan bahwa konten sangat berpengaruh pada minat dan ketertarikan seseorang untuk mengakses sosial media, umumnya orang akan menggunakan sosial media lebih lama ketika menemukan konten yang menarik dan menghibur. Sedangkan Sari (2021) menjelaskan bahwa aplikasi TikTok yang dibuat oleh perusahaan *ByteDance* tersebut tidak hanya menyediakan banyak konten-konten video yang bisa dibuat dengan mudah, tetapi dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Selain itu aplikasi tersebut bisa membuat para penggunannya ikut tantangan-tantangan yang dibuat oleh pengguna lain.

Doyle (2020) menemukan bahwa pengguna media sosial TikTok generasi Z adalah sebesar 60%. Generasi Z menurut Gazali (2019) adalah generasi yang lahir mulai dari 1995 hingga 2010 yang memiliki kedekatan, ketergantungan dan tidak dapat terpisahkan dari teknologi dan media sosial. Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z lebih tertarik dengan konten yang bertebaran di media sosial terutama pada media sosial TikTok saat ini. Media sosial TikTok bisa

mendapatkan daya tarik bagi generasi Z lainnya yang memiliki keinginan untuk menggunakannya.

Data yang disebutkan Doyle di atas juga selaras dengan laporan *South China Morning Post* (SCMP) (dalam Annisa, 2018) yang menyebutkan bahwa pengguna media sosial TikTok merupakan anak-anak yang berada di bawah umur 16 tahun. Dapat dilihat dari data tersebut bahwa pengguna aplikasi TikTok adalah seseorang yang berada dalam fase remaja, meskipun ada orang dewasa yang menggunakannya juga. Data lain ditunjukkan oleh Fromm (2020) bahwa media sosial TikTok memiliki pengguna berusia 16 hingga 24 tahun lebih dari 40% dan sebesar 90% pengguna tersebut membuka aplikasi lebih dari sekali setiap hari. Selanjutnya dilansir dari laman SindoNews.com (2020), Donny Eryastha, *Head of Public Policy* TikTok Indonesia menjelaskan bahwa pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh generasi Y dan Z dengan rentang usia 14-24 tahun. Hal ini senada dengan pendapat Supriyanto, (2020) yang mengatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial TikTok berusia 14-24 tahun, karena TikTok menerapkan aturan bahwa seseorang yang berusia di bawah 14 tahun belum boleh menggunakan TikTok.

Alasan banyak remaja menggunakan media sosial TikTok menurut Sari (2021) adalah untuk hiburan, menunjukkan bakat, eksistensi diri, memperbanyak teman, mengikuti *trend*, dan ingin menjadi artis TikTok. Seperti yang dijelaskan di atas, media sosial TikTok memiliki berbagai konten video yang menarik dan hanya berdurasi singkat membuat pengaksesnya tidak mudah bosan. Hanya dalam waktu satu menit seseorang sudah dapat melihat empat video yang menarik. Jika dibandingkan dengan *platform* media sosial lain yang durasi tiap videonya bisa mencapai lebih dari satu jam. Alasan tersebut membuat pengguna TikTok betah berlama-lama berselancar di media sosial ini, seperti dilansir dari laman Medcom.id (2019) Donny Eryastha, *Head of Public Policy Indonesia*, mengatakan bahwa dari lamanya durasi pemakaian internet, orang Indonesia khususnya pengguna media sosial TikTok, bisa menonton 100 video di TikTok dalam sehari dengan total 21 miliar *viewers*. Sementara pengguna TikTok dari kalangan milenial pada umumnya bisa mengonsumsi 65 konten per hari.

Penggunaan media sosial TikTok yang berlebih menurut Ismail, Rustham & Ibrahim (2022) dapat menyebabkan dampak buruk salah satunya akan mengarahkan seseorang untuk kecanduan media sosial. Andreassen & Pallesen, (2014) mengatakan bahwa media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari saat ini menjadi suatu kebiasaan atau kebutuhan yang semakin lumrah dan tanpa disadari membawa efek negatif di kehidupan seperti kecanduan.

Kecanduan menurut Yuwanto (2010) adalah suatu kondisi yang dapat mengakibatkan individu tidak mampu mengendalikan dirinya dan dampak negatif yang disebabkan oleh kebiasaannya. Sedangkan Cooper (dalam Dyah, 2009) menjelaskan bahwa kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi.

Sahin (2018) menjelaskan bahwa kecanduan media sosial adalah individu yang menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial dan memiliki keinginan untuk mengetahui tentang apa pun dengan segera, yang dapat menyebabkan toleransi virtual, komunikasi virtual, dan masalah virtual pada dirinya. Hal ini senada dengan pendapat Grau, Kleiser & Bright (2019) bahwa kecanduan media sosial adalah frasa yang kadang-kadang digunakan untuk merujuk pada seseorang yang menghabiskan terlalu banyak waktu menggunakan *facebook*, *twitter*, *instagram*, atau *platform* media sosial lainnya mengganggu aspek lain dari kehidupan sehari-hari. Kecanduan media sosial menurut Griffiths, Kuss & Demetrovic (2014) merupakan suatu perilaku kompulsif terhadap penggunaan media sosial yang memberikan dampak pada penggunanya, di mana pengguna cenderung sulit untuk mengontrol penggunaan dan merasakan ketidaknyamanan ketika tidak dapat menggunakan media sosial tersebut. Hal ini senada dengan pendapat Longstreet & Brooks (2017), bahwa kecanduan sosial media didefinisikan sebagai ketergantungan seseorang terhadap sosial media dan munculnya perasaan tidak menyenangkan apabila tidak bisa menggunakan sosial media tersebut. Kecanduan media sosial menurut Kootesh, Raisi, & Ziapour, (2016) adalah ketidakmampuan individu untuk mengontrol penggunaan media sosial yang sangat intensif dan berlebihan sehingga menyebabkan masalah psikologis dan sosial.

Sahin (2018) menyebutkan terdapat empat aspek dalam kecanduan media sosial yaitu: *Virtual Tolerance*, *Virtual Communication*, *Virtual Problem*, dan *Virtual Information*. Definisi *Virtual Tolerance* adalah kecanduan media sosial terjadi dikarenakan adanya kebutuhan untuk seseorang terhubung terus menerus secara online di media sosial. *Virtual Communication* adalah kecanduan media sosial dikarenakan seseorang kurang memiliki keterampilan mempresentasikan diri sehingga lebih memilih komunikasi secara virtual dari pada interaksi tatap muka secara langsung. *Virtual Problem* adalah kecanduan media sosial yang terjadi merupakan pelarian dari dunia nyata yang berbeda dengan apa yang diinginkan untuk memunculkan rasa bahagia maupun senang. *Virtual Information* adalah kebutuhan seseorang untuk mendapatkan informasi yang dibagikan secara *online* di media sosial.

Syamsoedin, Bidjuni & Wowiling, (2015) mengatakan bahwa seseorang dapat berada pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial berkisar 5-6 jam sehari. Dalam penelitian Surya (2002) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat digolongkan ke dalam tiga tahapan. Tahapan tersebut adalah *light users* yaitu penggunaan media sosial kurang dari 3 jam perhari, *medium users* yaitu penggunaan media sosial 3 jam hingga 6 jam perhari, dan *heavy users* yaitu penggunaan media sosial lebih dari 6 jam perhari. Ismail, Rustham, & Ibrahim (2022) mengatakan bahwa dikatakan kecanduan media sosial tiktok ketika penggunaan akses media sosial tik tok dilakukan selama 4-8 jam sehari.

Rini (2011) menyatakan bahwa terdapat empat dampak kecanduan media sosial yaitu: 1. Dampak terhadap kesehatan, 2. Dampak terhadap kepribadian, 3. Dampak terhadap pendidikan, dan 4. Dampak terhadap keluarga dan masyarakat. 1. Dampak terhadap kesehatan ini didukung oleh pernyataan Triastuti, Prabowo, & Nurul, (2017) yang mengatakan bahwa secara signifikan penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan berkurangnya penglihatan pada remaja, 2. Dampak terhadap kepribadian menurut Koc & Gulyagci (dalam Hou et al 2019) dalam studi yang meneliti kecanduan media sosial memperlihatkan bahwa terdapat dampak negatif dari kecanduan media sosial, yaitu depresi,

kecemasan, dan insomnia. 3. Dampak terhadap pendidikan, menurut penelitian Leung & Lee (2012) menyatakan bahwa mahasiswa yang mengalami gejala kecanduan media sosial tingkat tinggi seringkali mengalami penurunan prestasi akademik dibandingkan mahasiswa yang tidak mengalami gejala kecanduan media sosial. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Subathra, Nimisha & Hakeem (2013) yang menyatakan ketergantungan dan kecanduan akan membuat seseorang merasa terdorong untuk melakukan kegiatan tertentu berulang kali dan menjadi kegiatan yang berbahaya yang kemudian akan mengganggu kegiatan penting lainnya seperti bekerja atau sekolah. 4. Dampak terhadap keluarga dan masyarakat, menurut penelitian Leung (2007) menyatakan bahwa pada pengguna berat media sosial berdampak mengurangi interaksi sosial *real time* baik dengan keluarga ataupun dengan kerabatnya. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Abadi, Sukmawan & Utari (2013) menjelaskan bahwa remaja yang mengalami kecanduan media sosial dapat memengaruhi perkembangan komunikasi menunjukkan bahwa hubungan di dunia maya memberi pengaruh bagi komunikasi masyarakat pada komunikasi tatap muka.

Yahya & Rahim (2017), mengatakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial yaitu faktor psikologis, faktor penggunaan teknologi, dan faktor sosial. Faktor pertama yaitu faktor psikologis. Kecanduan media sosial terjadi karena adanya permasalahan psikologis, seperti kepribadian ekstrasversi, kesepian, kurangnya motivasi, kurangnya *self esteem*, rasa rendah diri, karakter depresif, neurotisme, dan tingkat optimisme seseorang. Terkait dengan faktor ini, Teppers et al (2014) mengungkapkan bahwa Individu yang merasa kesepian, adalah individu yang memiliki jaringan hubungan sosial yang kecil atau tidak memuaskan, dan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain dan untuk mengurangi rasa kesepiannya. Clayton et al (2013) mengatakan bahwa penggunaan media sosial ini bahkan dapat menjadi cara utama bagi individu yang merasa kesepian untuk terlibat dengan orang lain dan hal ini senada dengan pendapat Al-Menayes, (2015) mengatakan bahwa jumlah waktu untuk mengakses media sosial secara positif berkorelasi dengan seluruh faktor kecanduan penggunaan media sosial, yang berarti bahwa semakin lama

penggunaan media sosial maka semakin besar gejala kecanduan media sosial yang ditunjukkan.

Faktor kedua yaitu faktor teknologi, Kecanduan media sosial berhubungan dengan waktu yang dihabiskan dalam mengakses media sosial, dukungan secara online, dukungan dalam mendapatkan informasi, teknologi yang berlebihan, kebutuhan hiburan, dan perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial. Susilowati (2018) mengatakan bahwa TikTok adalah aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Nurhikmah (2020) mengatakan bahwa kemunculan *gadget* seperti *smartphone*, tablet, *ipad*, dan laptop adalah salah satu yang menandai pesatnya perkembangan era ini. Siapapun bisa memiliki dan dapat menggunakannya kapan saja dan di mana saja tanpa ada batasan. Dilansir dari laman Kumparan.com (2020) mengungkapkan bahwa jika dilihat dari perspektif pasar, aplikasi yang menyasar video pendek lebih diminati pengguna karena tidak memakan waktu lama. Jika pengguna tidak tertarik, pengguna dapat langsung melihat konten pilihannya dan beralih ke video lain.

Faktor ketiga yaitu faktor sosial, Faktor sosial yang mempengaruhi kecanduan media sosial ini berhubungan dengan hubungan seseorang dengan keluarga, hubungan interpersonal secara online, hubungan pertemanan, ataupun hubungan sosial yang berlebihan. Salah satu faktor sosialnya dalam hubungan pertemanan yaitu adanya tekanan teman sebaya. Dalam Santrok (2012) mengatakan bahwa hubungan dengan teman sebaya, tidak lepas dari tekanan dari teman-teman di sekelilingnya. Tekanan tersebut merupakan sebuah mekanisme yang ada dalam hubungan pertemanan sebaya untuk menanamkan nilai dan norma untuk menjaga loyalitas dalam kelompok pertemanan tersebut (Clasen & Brown, 1985). Ergenlerde et al (2010) menemukan bahwa kecanduan internet salah satunya dipengaruhi oleh dorongan teman sebaya.

Esen (2010) tekanan teman sebaya adalah suatu tindakan membujuk dan mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, dalam bentuk tekanan langsung (*directly*) dan tidak langsung (*indirectly*). Sedangkan menurut Santrock

(2003) mengatakan tekanan teman sebaya adalah suatu tekanan dari kelompok yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menetapkan penilaian atau pembuatan keputusan individu dalam kelompok. Hal ini senada dengan pengertian tekanan teman sebaya atau *peer pressure* menurut Temesgen (2015) adalah salah satu aspek yang paling berbahaya yang dialami dalam perkembangan individu. Hal ini dikarenakan tekanan teman sebaya mampu mendorong individu untuk melakukan sesuatu atau menjauh dari sesuatu, tidak peduli apakah individu tersebut menginginkannya atau tidak. Namun Khadafi (2014) berpendapat bahwa tekanan teman sebaya juga membuat individu melakukan hal yang tidak biasa dilakukan oleh individu tersebut. Hal ini senada dengan pendapat Deschamps & Belicieu (2008) yang menjelaskan bahwa tekanan teman sebaya ini bisa terjadi secara langsung dengan cara meminta melalui ucapan agar orang tersebut melakukan hal yang diinginkan oleh teman sekelompoknya atau bisa juga secara tidak langsung yang secara tidak sadar orang tersebut sudah melakukannya. Contohnya seorang remaja yang mengubah gaya berpakaian dan perilakunya sesuai dengan teman kelompoknya dengan tujuan agar bisa diterima.

Temesgen (2015) mengatakan bahwa tekanan teman sebaya akan memunculkan suatu istilah yang disebut *peer group*. Temesgen juga mengemukakan bahwa *peer group* adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepribadian individu dan tekanan teman sebaya adalah harga yang harus dibayar oleh individu untuk bisa masuk kedalam *peer group*, yang berarti tekanan teman sebaya adalah suatu tekanan yang harus diterima oleh individu ketika dia bergabung dalam sebuah *peer group*. Singh (2017) mengungkapkan bahwa alasan individu bergabung dalam *peer group* adalah demi didapatkannya identitas dan rasa aman di mana hal ini akan berpengaruh terhadap cara bersosialisasi dan identitas remaja dengan cara memberi kesempatan pada remaja untuk mencari tahu ketertarikan dan ketidakpastian individu tersebut dengan masih mempertahankan rasa kepemilikan dalam kelompok pertemanan. Selain itu, Ergenlerde, et al (2010) mengatakan bahwa pentingnya dorongan teman sebaya atau tekanan teman sebaya pada usia remaja pada akhirnya akan menjadikan remaja berusaha menciptakan konsep diri yang sesuai dengan teman sebayanya.

Esen (2010) menyebutkan terdapat dua aspek dalam tekanan teman sebaya, yaitu *Direct peer pressure* dan *Indirect peer pressure*. Definisi *Direct peer pressure* adalah ketika seseorang meminta orang lain langsung untuk melakukan sesuatu, atau mengatakan hal-hal kepada orang tersebut bahwa ia akan mengarahkan seseorang pada pilihan tertentu. Yang mana hal ini juga berperan penting dalam mengubah individu tersebut. Individu akan melakukan hal sesuai tekanan yang diberikan baik itu untuk melakukan perilaku negatif maupun positif. Tekanan langsung ini cenderung berlangsung cukup lama dan memicu munculnya tekanan yang lebih besar. Dan *Indirect peer pressure* adalah suatu ketika tidak ada yang benar-benar mengatakan kepada seseorang, tetapi karena orang tersebut melihat orang lain melakukan sesuatu, maka mereka merasa ada tekanan agar mereka melakukan hal yang sama. Misalnya dijauhi oleh kelompok karena individu mempunyai perilaku yang berbeda.

Goble (dalam Handayani, 2016) menyebutkan dampak dari tekanan teman sebaya tersebut akan menimbulkan stres, diremehkan, dikucilkan, dijauhkan, dihindari, diejek dan ditolak dari lingkungan sosial. Sedangkan menurut Bongor dan Kempe (dalam Triana, 2017) mengatakan bahwa tekanan teman sebaya dapat berpengaruh buruk dalam kehidupan individu, bisa dalam bentuk perubahan perilaku negatif atau pengaruh psikologis seperti rasa takut, sedih, kurang percaya diri dan cemas, yang tentunya akan mempengaruhi pencitraan orang lain terhadap remaja tersebut.

Sarwono (2011) mengatakan bahwa masa remaja berada pada tahap krisis identitas, cenderung mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, selalu mencoba hal-hal yang baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman sebayanya (*peer groups*). Hal ini senada dengan Hurlock (2011) yang mengatakan bahwa pada remaja salah satu tugas perkembangan yang penting untuk dipenuhi yaitu tercapainya hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya baik laki-laki maupun perempuan. Sedangkan menurut Santrock (2013) remaja ingin dipandang dan ingin diterima oleh kelompok teman sebayanya, jika tidak terpenuhi maka remaja akan merasa stres, sedih, dan frustrasi sehingga remaja akan cenderung melakukan apapun agar dapat diterima oleh teman sebayanya. Santrock (2007)

mengungkapkan bahwa masa remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa dengan berbagai perubahan baik secara biologis, kognitif dan sosioemosional. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai 21 tahun pada wanita dan 13 tahun sampai 23 tahun pada pria.

Nisfiannoor & Kartika (2004) mengatakan bahwa kebutuhan sosial seorang remaja adalah untuk dapat diterima, mendapat pengakuan dan memiliki status dalam kelompok sosialnya, sehingga menyebabkan remaja dengan segala karakteristik dan tugas perkembangannya tidak dapat lepas dari berbagai bentuk fasilitas yang ada pada internet. Hal tersebut dibuktikan oleh survei *Pew Research Center* (2010) bahwa remaja sebagai generasi milenial memiliki sifat yang penuh ingin tahu dan lebih memilih mencari informasi paling terbaru terkait keadaan sekitar melalui media sosial dibandingkan dengan televisi, koran atau sumber informasi lainnya yang membuat remaja harus selalu terhubung dengan media sosial.

Marini (2019) mengatakan bahwa ada beberapa alasan utama remaja sangat lekat dengan media sosial yaitu untuk mencari perhatian, meminta pendapat, menumbuhkan citra dan karena media sosial sudah menjadi candu bagi mereka. Sedangkan menurut Suryani & Suwarti, (2014) mengungkapkan bahwa kebanyakan dari remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial, maka mereka akan semakin dianggap keren dan *gaul*. Sedangkan remaja yang tidak memiliki media sosial biasanya dianggap kurang *gaul* atau ketinggalan jaman. Karena itu membuat remaja rawan mengalami masalah kecanduan.

Sears (2004) menyebutkan ada empat faktor yang mempengaruhi tekanan teman sebaya, yaitu rasa takut terhadap celaan sosial, rasa takut terhadap penyimpangan, kekompakan kelompok dan keterikatan pada penilaian bebas. Rasa takut terhadap celaan sosial menjadi alasan utama tekanan teman sebaya adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Rasa takut terhadap penyimpangan bahwa rasa takut dipandang sebagai individu yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Setiap individu menduduki suatu posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Kekompakan kelompok bahwa Kekompakan yang tinggi menimbulkan

tekanan teman sebaya yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela. Keterikatan pada penilaian bebas bahwa Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan bersungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap penilaian kelompok yang berlawanan.

Kecanduan media sosial pada remaja ini dipengaruhi oleh peer group atau biasa disebut tekanan teman sebaya. Pengaruh yang signifikan ini terlihat dari ketiga penelitian berikut. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Listiyanto (2021) dengan judul “Pengaruh Tekanan Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan *Internet Gaming Disorder* Pada Mahasiswa”, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tekanan teman sebaya dengan kecenderungan *internet gaming disorder* dan semakin tinggi tekanan teman sebaya yang dialami oleh individu, semakin besar juga kecenderungan *Internet Gaming Disorder* yang dialami oleh individu. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Sandy (2015) dengan judul “Pengaruh Tekanan Teman Sebaya terhadap Perilaku Kecanduan *Path* di Kalangan Remaja daerah Jakarta Barat” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tekanan dari teman sebaya maka semakin besar kecenderungan perilaku kecanduan *path* pada remaja. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari & Tama (2021) dengan judul “Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Komunitas Remaja Di Seberang Ulu 2 Palembang” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan kecenderungan kecanduan media sosial tiktok.

Dari berbagai definisi kecanduan media sosial dan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kecanduan media sosial adalah suatu kegiatan dimana individu menghabiskan sangat banyak waktu di media sosial dengan tujuan agar tidak ketinggalan informasi terbaru yang dibagikan di media sosial. Kemudian

perlu diketahui bahwa kecanduan media sosial ini dikarenakan adanya tekanan dari teman sebaya, dalam hal ini remaja pengguna tiktok.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu “pengaruh tekanan teman sebaya terhadap kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh tekanan teman sebaya terhadap kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara tekanan teman sebaya terhadap kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya dalam bidang psikologi klinis dan sosial yaitu untuk menambah pengetahuan mengenai tekanan teman sebaya dan kecanduan media sosial pada remaja yang menggunakan tiktok. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi penelitian terdahulu serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu pihak-pihak dibawah ini:

a. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pengaruh tekanan teman sebaya terhadap kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok. Diharapkan para remaja dapat menyadari arti dan makna tekanan teman atau kelompok sebaya mereka serta lebih meningkatkan interaksi positif dengan teman sebayanya sehingga dapat membantu remaja dalam mencapai identitas diri yang optimal. Selain itu dapat membuat remaja

memahami pentingnya untuk mengetahui bagaimana tekanan teman sebaya ini dapat menjadi salah satu penyebab terjadinya kecanduan pada media sosial khususnya tiktok. sehingga dapat lebih bijak dalam hal memilih pertemanan sehingga tidak mengalami kecanduan media sosial.

b. Bagi Orang Tua

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pengaruh tekanan teman sebaya terhadap kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok. Sebagai informasi pada orangtua untuk memahami bahwa dengan mengawasi dan memantau lingkungan pertemanan pada remaja adalah hal yang penting yang harus dilakukan untuk menghindarkan remaja mengalami tekanan teman sebaya sehingga menyebabkan kecanduan media sosial.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan oleh peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa. Agar mendapatkan gambaran tentang konsep tekanan teman sebaya dan kecanduan media sosial pada remaja pengguna tiktok.