

## ***Detox Behavior* pada Mahasiswa yang Kecanduan Aplikasi TikTok**

Stephanie Tan<sup>1</sup>, Septia Winduwati<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: [stephanie.915190085@stu.untar.ac.id](mailto:stephanie.915190085@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*

Email: [septiaw@fikom.untar.ac.id](mailto:septiaw@fikom.untar.ac.id)

---

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

---

### ***Abstract***

*TikTok is an application platform that provides a variety of exciting video content. TikTok can be addictive to its users. However, there is a phenomenon of TikTok detox among teenagers where users decide to stop accessing this application. This study aims to determine the detox behaviour of students addicted to the TikTok application. This research used a descriptive qualitative approach with a case study method on college students on the island of Batam who stopped playing the TikTok application. Data collection was carried out using interviews and documentation. The results of this study show that using TikTok applications with excessive frequency and duration can lead to addiction which has a negative impact. However, detox behaviour can bring changes. After stopping accessing this application, students become more appreciative of each other, have adequate sleep time, are more energetic, and become more self-focused.*

**Keywords:** *behavior, detox, TikTok*

### **Abstrak**

TikTok merupakan sebuah platform aplikasi yang menyediakan berbagai konten video menarik. TikTok mampu membuat kecanduan penggunanya. Namun demikian, muncul fenomena detox TikTok ini di kalangan remaja di mana para pengguna memutuskan untuk berhenti mengakses aplikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku detox pada mahasiswa yang kecanduan aplikasi TikTok. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada mahasiswa di Pulau Batam, yang berhenti bermain aplikasi TikTok. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan aplikasi TikTok dalam frekuensi dan durasi yang berlebihan bisa mengakibatkan kecanduan hingga membawa dampak negatif. Namun, perilaku detox mampu membawa perubahan. Setelah berhenti mengakses aplikasi ini, mahasiswa menjadi pribadi yang lebih bisa menghargai satu sama lain, memiliki waktu tidur yang cukup, lebih bersemangat hingga menjadi lebih fokus pada diri sendiri.

**Kata Kunci:** detox, perilaku, TikTok

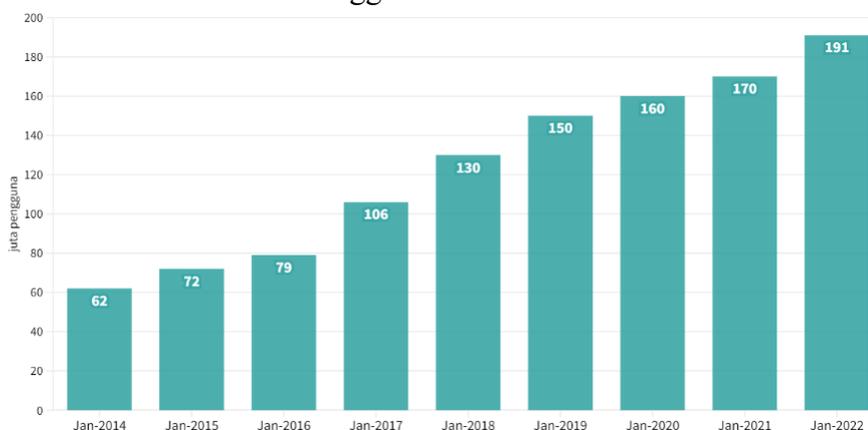
## **1. Pendahuluan**

Masyarakat modern kini sudah tidak terlepas dari yang namanya teknologi terutama *social media*, *social media* telah memegang peranan penting di dalam segala aktivitas manusia. Menurut B.K Lewis dalam karyanya yang berjudul *Social media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students* yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa *social media* merupakan suatu label yang

merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi, dan berbagi pesan (Umam, 2021).

Tentunya dilihat dari perkembangan zaman dunia, manusia sudah tidak bisa terlepas dengan namanya *social media* untuk komunikasi karena *social media* telah membantu dan mempermudah segala aktivitas manusia untuk berkomunikasi satu sama lain bahkan menjangkau dengan jarak jauh. Berdasarkan dari laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif yang menggunakan *social media* di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Berdasarkan data tersebut, maka jumlah itu telah meningkat sebanyak 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang berjumlah sebanyak 170 juta orang. Melihat perkembangan *social media* begitu pesat, terdapat sebuah aplikasi yang pada saat itu sangat *booming* yaitu TikTok (Mahdi, 2022).

**Gambar 1.** Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia



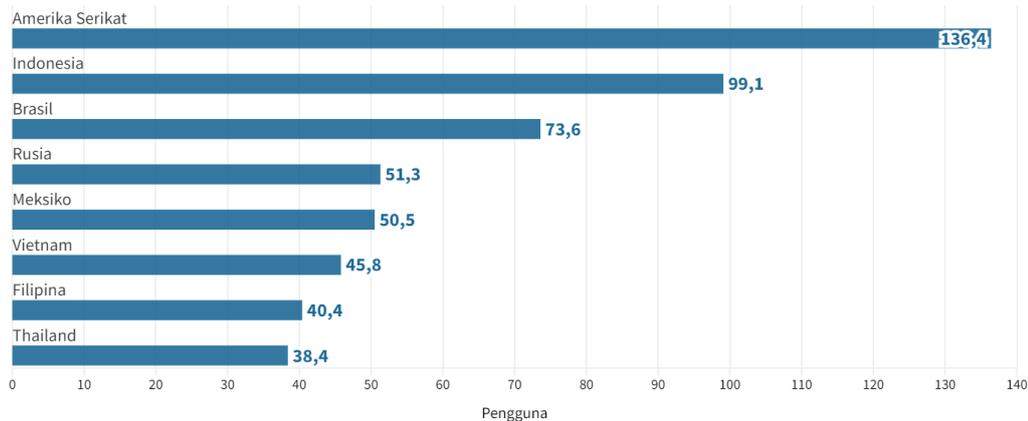
Sumber: We Are Social

Aplikasi TikTok pun menjadi aplikasi yang sangat viral di Indonesia pada bulan Agustus 2020, karena menurut Sensor Tower Indonesia telah menjadi negara nomor satu dengan mengambil 11% dari total unduh TikTok di seluruh dunia. Aplikasi TikTok mencuri perhatian semua kalangan dari anak-anak hingga orang tua karena memiliki fitur-fitur menarik di dalamnya (Mahdi, 2022).

Aplikasi TikTok ini merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video music Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi TikTok didirikan oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang memiliki perusahaan berbasis teknologi juga bernama Bytedance. Aplikasi TikTok sendiri awal mulanya bernama Douyin yang berasal dari negara asalnya, kemudian secara perlahan perusahaan ByteDance memperkenalkan aplikasi ini ke dunia dengan nama Douyin yang diubah menjadi TikTok.

Berdasarkan laporan dari We Are Social, saat ini TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif yang berusia di atas 18 tahun. Jumlah ini terus mengalami peningkatan sebesar 15,34% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna.

**Gambar 2.** Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial TikTok



Sumber: We Are Social

Dilihat dari skala di atas, diketahui bahwa Indonesia telah menjadi urutan kedua setelah Amerika Serikat, dengan pengguna aktif TikTok sebanyak 99,1 juta orang dengan menghabiskan waktu sekitar 23,1 jam per bulan, maka dapat disimpulkan Indonesia menjadi negara pengguna TikTok terbesar kedua di dunia (Rizaty, 2022).

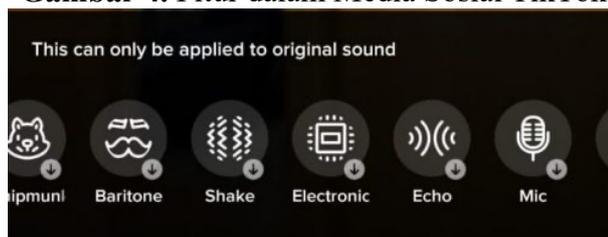
Aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang sangat viral di Indonesia pada bulan Agustus 2020, karena menurut Sensor Tower Indonesia menjadi negara nomor satu dengan mengambil 11% dari total unduhan TikTok di seluruh dunia. Popularitas aplikasi ini telah menarik perhatian banyak orang dari anak muda hingga orang tua karena video-videonya yang menarik terlebih itu TikTok juga menyediakan fitur-fitur yang menarik seperti penambahan music, filter yang terdapat dalam video, stiker dan efek-efek pada video, serta adanya filter *voice changer*.

**Gambar 3.** Fitur dalam Media Sosial TikTok



Sumber: Aplikasi TikTok

**Gambar 4.** Fitur dalam Media Sosial TikTok



Sumber: Aplikasi TikTok

TikTok terus berkembang dan berinovasi hingga menjadi saingan bersama Instagram. Berdasarkan data dari Global Apptopia, TikTok sudah mengejar Instagram dengan jumlah *download* hingga 656 juta di tahun 2021 sedangkan Instagram 545 juta di tahun yang sama. (Salmaa, 2022). TikTok menjadi sebuah alasan banyak penggemarnya karena TikTok terdapat banyak video hiburan dan dapat menganalisis sesuai dengan video yang kita sukai, sedangkan Instagram saat ini lebih ke *posting* kehidupan pribadi serta diselingi iklan-iklan untuk bisnis. Berdasarkan data tersebut, ditunjukkan bahwa penggunaan *social media* telah meningkat dengan sangat tajam. Penggunaan *social media* yang berlebihan tentunya memiliki dampak negatif antara lain membuat semakin malas untuk belajar komunikasi di dunia nyata, lebih mementingkan diri sendiri. Maka dari itu muncullah kesadaran diri bagi orang-orang yang ingin membatasi diri dari *social media* karena telah kecanduan *social media*. Maka dari itu, muncullah kesadaran diri bagi orang-orang untuk ingin membatasi diri dari *social media* karena telah kecanduan. Kecanduan dalam penelitian ini sebelumnya pernah di bahas dalam penelitian sebelumnya yaitu “Detox Instagram pada *Self Esteem* Penggunanya” yang membahas cara detox dalam Instagram, dan juga penelitian tentang “Dari FOMO ke JOMO: Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital” (Harsono & Winduwati, 2020; Kiding & Matulesy, 2020).

Peneliti bermaksud mengetahui perilaku detox mahasiswa yang mengalami kecanduan *social media*. Seorang aktris Indonesia, Eva Celia pernah mengumumkan kecanduan dengan *social media* dan mencoba menjalani detox. Perilaku ini diawali dengan kecemasan namun hasilnya positif, di mana seseorang menjadi lebih produktif hingga mudah membangun hubungan dengan orang baru (Noviandi & Sumarni, 2018).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (dalam Kosanke, 2019), penelitian yang menggunakan latar ilmiah dan beberapa metode. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang merupakan rumusan masalah yang memandu untuk peneliti mengeksplorasi pada situasi sosial.

Pada metode penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi kasus yang mempelajari fenomena tertentu. Subjek penelitian adalah mahasiswa/I berusia 19-22 tahun, durasi menggunakan TikTok minimal satu tahun, dan menjalani detox minimal 2 minggu, sedangkan objek penelitian ini adalah perilaku detoksifikasi penggunaan TikTok oleh mahasiswa di Batam.

Peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu wawancara langsung bersama narasumber dan narasumber ahli, dokumentasi berupa hasil dokumentasi penulis bersama narasumber dan narasumber ahli, dan terakhir ada rekaman arsip yaitu hasil rekam penulis saat wawancara.

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Setiap orang tentunya memiliki perilaku bermedia saat bermain *social media*. Perilaku ini merupakan sebuah bentuk dari kegiatan atau interaksi manusia terhadap lingkungannya yang bisa dalam bentuk sikap atau perbuatan, hingga perilaku bermedia ini merupakan bentuk dari kegiatan atau interaksi manusia terhadap *social media* yang

bisa dijangkau dari alasan menggunakan *social media*, durasi dan frekuensi hingga sikap menggunakan *social media*.

Penulis menyimpulkan berdasarkan wawancara dari hasil ketiga narasumber. Narasumber bermain aplikasi TikTok ini karena terpengaruh oleh teman dan hobi main *game*. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Octavia (narasumber ahli) ia menyatakan bahwa saat ini memang aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang paling terkenal dan viral dibanding aplikasi lainnya, bahkan dari anak kecil hingga orang tua saja memakai aplikasi TikTok ini. Kemudian untuk durasi dan frekuensi yang telah digunakan oleh narasumber dalam aplikasi TikTok ini pun sudah berlebihan, durasi dan frekuensi bisa dinyatakan berlebihan karena sudah menggunakan aplikasi TikTok ini dalam batas tidak wajar dalam sehari misalnya hingga 3-4 jam dalam sehari ini yang menyebabkan kecanduan dengan aplikasi TikTok ini, hal ini juga diperkuat oleh Octavia (narasumber ahli) ia menyatakan kecanduan bermain aplikasi TikTok ini berdasarkan aspek penggunaan dalam waktu yang berlebihan dari segi durasi dan frekuensi, yang telah menjadi indikator kecanduan ini adalah ketidakmampuan untuk mengontrol untuk stop atau ketidakmampuan mengontrol untuk tidak mengonsumsi berlebihan hal tersebut.

Kemudian adanya motivasi-motivasi yang dimiliki oleh ketiga narasumber untuk detox aplikasi TikTok ini antara lain karena kurangnya bersosialisasi, kurangnya waktu tidur atau terganggunya waktu tidur dan karena faktor bermain *game*, berdasarkan hal ini Octavia (narasumber ahli) menyatakan untuk ingin stop menggunakan aplikasi TikTok tentunya harus sadar karena sudah kecanduan dan merasa sudah terganggu dengan aplikasi TikTok ini 46 karena kalau kita bicara aspek kehidupan ada aspek manusia secara fisik jadi aspek fisik kayak misalnya terkait dengan kondisi tubuh, kita jadi jarang mandi, jarang makan, tidurnya menjadi tidak ada waktu tidur sama sekali pokoknya secara fisik itu semua terganggu. Terus secara kognitif itu menjadi susah konsen kayak lakukan kegiatan eh malah mau *scroll* TikTok, jadi kalau merasa dua hal ini sudah terganggu, kemudian berikutnya secara sosial mau pergi sama yang lain tapi malah maunya main TikTok saja, terus yang terakhir adalah emosinya. Kalau yang berkaitan dengan emosi yaitu gampang marah, gampang cemas, takut sendiri, atau misalnya dia FOMO yang *Fear of Missing Out* jadinya ketika sudah merasa seperti itu, itu sudah tanda-tanda. Kemudian setelah itu tentunya ada perasaan yang dirasakan oleh narasumber namun setelah melakukan detox ini juga merasakan perubahan yang sangat besar antara lain menjadi lebih bisa berbaur dengan orang lain, bisa bersosialisasi, waktu tidur dan istirahat yang cukup, bisa fokus pada diri sendiri.

Menurut Bapak Firman Kurniawan sebagai pengamat Komunikasi Digital, ia beranggapan bahwa orang-orang memutuskan untuk detox TikTok disebabkan karena dua hal yaitu kejenuhan dan etika. Para pengguna merasa jenuh karena tidak lagi memperoleh hal yang bermanfaat di media digital sehingga merasa tidak ada gunanya menggunakan media digital tersebut. Yang kedua adalah etika, karena banyak sekali konten-konten tentang kekerasan, ketidakberadaban, seperti yang ada di TikTok orang *me-review* makanan di tempat kondangan orang, dan bagi orang yang merasa kesehatan mentalnya terganggu biasanya akan memutuskan untuk detox pada digital ini. Menurut pandangan Bapak Firman, sisi konten buruk sekarang sudah lebih banyak melebihi konten yang bermanfaat, banyak sekali hal kontroversi, tidak beretika, seperti kecelakaan yang dipertontonkan menjadi konsumsi publik. Maka orang-orang memutuskan detox bisa jadi karena dua hal tersebut yaitu kejenuhan dan etika.

Komunikasi merupakan proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka. Charles Wright mengemukakan

fungsi komunikasi salah satunya adalah *entertainment*. Maka orang-orang menggunakan aplikasi TikTok ini sebagai sumber *entertainment* untuk mendapatkan hiburan.

*Social media* menurut Boyd merupakan kumpulan dari perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi dan berkomunikasi. Dalam pemakaian aplikasi TikTok ini narasumber menggunakan *social media* TikTok untuk berbagi video atau konten-konten yang menarik dan lucu-lucu.

Dalam penggunaan *social media* TikTok ini juga bisa disebut komunikasi publik. Komunikasi yang terjadi karena proses komunikasi untuk menyampaikan pesan oleh pembicara kepada *audiens* dalam jumlah banyak. Dalam *social media* TikTok, narasumber mengonsumsi media-media 47 berupa video-video yang di-*posting* dalam TikTok bisa berupa film, komedi, edukasi, dan bisa juga mengenai informasi terkini.

Karakteristik *social media* yang muncul dari penggunaan aplikasi TikTok ini adalah saat mengonsumsi konten-konten yang ada di TikTok yang sesuai dan berhubungan dengan yang disukai oleh informan.

Sesuai dengan teori bermedia yaitu Teori Media *Entertainment* menurut Peter Vorderer yaitu sebuah teori yang mengungkapkan ada sesuatu motivasi dalam diri seseorang ketika ingin mendapatkan hiburan dalam media untuk mendapatkan sebuah kenikmatan atau *enjoyment*. Dapat diungkapkan pada narasumber 1 dan 2 kecanduan karena merasa bosan pada waktu luang juga maka bisa melarikan diri ke aplikasi TikTok untuk menghabiskan waktu tetapi berujung ke kecanduan. Kemudian untuk narasumber 3 karena ketertarikannya dalam bermain *game* hingga ia bermain aplikasi TikTok 48 untuk menonton video-video yang berkaitan dengan *game* terutama pada video *game* Valorant.

Sesuai dengan konsep teori FOMO atau *Fear of Missing Out* yang merupakan sebuah perasaan yang takut atau khawatir ketika melihat orang melebihi dirinya, atau mengetahui informasi melebihi dirinya. Menurut narasumber ahli, FOMO ini adalah sebuah perasaan lebih ke arah takut ketinggalan update, mau mencari informasi harus yang lebih *update*, cenderung membanding dirinya ke orang lain. Maka dapat disimpulkan perasaan yang dirasakan oleh narasumber 1, 2, dan 3 kecanduan aplikasi TikTok ini karena tidak mau ketinggalan video yang ter-*update* dan juga viral, terlebih lagi sudah merasa seru saat menggunakan aplikasi TikTok ini.

Kemudian ada juga konsep teori yang baru muncul setelah FOMO yaitu JOMO. JOMO atau *Joy of Missing Out* merupakan sebuah perasaan santai, selalu merasa cukup akan segala situasi dan kondisi, dan tidak merasa bersalah ketinggalan sebuah informasi. Menurut narasumber ahli, JOMO adalah merupakan sebuah perasaan sudah tahu batas, setiap orang mempunyai jalan hidup sendiri, setiap orang mempunyai visi dan misi sendiri tidak perlu menyama-nyamakan. Maka dapat disimpulkan ketika sudah menjalani detox aplikasi TikTok ini, narasumber 1, 2, dan 3 sudah tidak terlalu mementingkan aplikasi TikTok ini atau apa yang sedang viral dan 49 terbaru dalam aplikasi ini.

Ada juga secara konsep perilaku, perilaku ini merupakan sebuah tindakan atau aktivitas yang nyata dilakukan oleh seorang individu memiliki sebuah keinginan untuk melakukan sesuatu tentunya. Biasanya perilaku-perilaku merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan sebuah hasil. Dikaitkan dengan penelitian ini, perilaku di sini adalah ketika seseorang berperilaku untuk mencoba melakukan detox aplikasi TikTok ini.

Kemudian ada juga kecanduan, kecanduan yang dikaitkan dengan *social media* merupakan sebuah aplikasi yang digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari bisa menjadi sebuah kebiasaan untuk manusia terus membutuhkan *social media* tersebut sehingga tanpa sadar manusia telah kecanduan atau bergantung dengan *social media* tersebut. Kecanduan dapat diartikan ketergantungan dengan adanya suatu fasilitas yang telah menjadi sebuah kebiasaan, sesuai dengan sebuah penelitian oleh siswa di Amerika mengungkapkan anak dari usia 13-17 tahun, 90% merupakan pengguna *social media* dan 35% menggunakan *social media* secara terus menerus yang bisa mengakibatkan kecanduan terhadap *social media*. Durasi menggunakan *social media* berlebihan bisa mengakibatkan penggunanya mengalami kecanduan. Biasanya ada beberapa tipe orang yang mengalami kecanduan yaitu, selalu merasa murung dan gelisah, terus sibuk dengan *social medianya*, penggunaan *social media* yang berlebihan secara terus-menerus. Dikaitkan dengan penelitian ini, kecanduan pada aplikasi TikTok karena aplikasi ini menyediakan banyak sekali video-video yang menarik serta menyediakan beragam macam fasilitas yang dapat digunakan oleh pengguna, sehingga pengguna aplikasi TikTok ini semakin banyak dan tidak bisa mengontrol waktu pemakaian aplikasi ini hingga menyebabkan kecanduan pada aplikasi TikTok ini.

#### 4. Simpulan

Para pengguna TikTok yang mengalami kecanduan, mengakses platform media sosial tersebut dengan frekuensi dan durasi yang berlebihan. Akibatnya waktu tidur dan jam kerja terganggu. Pengguna menjadi sulit bersosialisasi dengan sekitar.

Setelah menjalani perilaku detox pada penggunaan aplikasi TikTok, mereka merasakan perubahan yang cukup besar seperti menjadi pribadi yang lebih bisa menghargai satu sama lain, waktu tidur yang cukup, kerja menjadi lebih bersemangat hingga bisa fokus pada diri sendiri.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

#### 6. Daftar Pustaka

- Harsono, L., & Winduwati, S. (2020). Detox Instagram pada Self-Esteem Pengguna. *Koneksi*, 4(1), 83-89. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i1.6617>
- Kiding, S., & Matulesy, A. (2020). Dari Fomo ke Jomo : Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (Fomo) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1, 173–182. <http://dx.doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7702>
- Kosanke, R. M. (2019). *Metode Penelitian*. 44–55.
- Liputan6. (2021, Maret 7). 6 Fakta Menarik tentang Batam yang Berada di Persimpangan 3 Negara. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4500392/6-fakta-menarik-tentang-batam-yang-berada-di-persimpangan-3-negara>
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta

- pada 2022. *DataIndonesia.id*. <https://dataIndonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Noviandi, F., & Sumarni (2018, Februari 3). Detox Sosmed Eva Celia Tuai Hasil, Begini Ceritanya. *Suara.com*.  
<https://www.suara.com/entertainment/2018/02/03/194255/detox-sosmed-eva-celia-tuai-hasil-begini-ceritanya>
- Rizaty, M. A. (2022, Juli 12). Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia. *DataIndonesia.id*. <https://dataIndonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>
- Salmaa. (2022, Februari 12). 7 Perbedaan Instagram vs Tiktok, Mana Sosial Media Terbaik. *Duwitmu.com*. <https://duwitmu.com/usaha/7-perbedaan-instagram-vs-tiktok-mana-sosial-media-terbaik>
- Umam. (2021, Januari). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. *Gramedia.com*.  
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>