

Peran Perbandingan Sosial terhadap Kecenderungan Adiksi Media Sosial

Pada Generasi Z Pengguna TikTok

Nidya Yuanita Purnamasari¹, Isaac Jouges Kiyok Sito Meiyanto²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Email : ¹diayuanitaa@mail.ugm.ac.id, ²smeiyanto@ugm.ac.id

Abstrak. Tingginya keterlibatan yang diciptakan akibat dari penggunaan media sosial TikTok berpotensi tinggi untuk meningkatkan perilaku kecenderungan adiksi pada generasi Z. Media sosial yang pada awalnya merupakan sarana untuk berkomunikasi kini perlahan mulai mengalami pergeseran. Tingginya paparan mengenai segala informasi di sosial media membuat para penggunanya seringkali melakukan perbandingan sosial. Terlebih pada mereka yang memiliki latar belakang budaya kolektivis. Kondisi tersebut dapat semakin memicu peningkatan kecenderungan adiksi media sosial pada generasi Z. Penelitian ini melibatkan 200 (L=83, P=117) partisipan yang merupakan generasi Z pengguna TikTok dengan kisaran usia 18 - 27 tahun di Indonesia. Data hasil penelitian yang diperoleh dianalisis melalui SPSS dengan menggunakan model analisis regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa perbandingan sosial berperan secara signifikan terhadap kecenderungan adiksi pada generasi Z pengguna TikTok ($F=58,211$, $R=0,477$, $p<0,05$) dengan besaran sumbangan efektif mencapai 22,7% ($R^2=0,227$).

Kata kunci : *Generasi Z, Kecenderungan Adiksi Media Sosial, Perbandingan Sosial, TikTok.*

Abstract. The high engagement due to social media use especially on TikTok created the potential of social media addiction behavior among Generation Z increased. Social media which was originally used as means of communication, currently become wider and change its function slowly. Full exposure to any information on social media makes many users often make social comparisons. Especially for those who came from a collectivist cultural background. These conditions can trigger the increasing the tendencies of social media addictions among Generation Z. This study involved 200 (M=83, F=117) participants Generation Z aged 18 - 27 years who used TikTok in Indonesia. Data were analyzed on SPSS using linear regression model analysis. Result of this study show that social comparison plays a significant role in the tendencies of social media addiction among Generation Z who was TikTok users ($F=58,211$, $R=0,477$, $p<0,05$) with the amount of effective contribution up to 22,7% ($R^2=0,227$).

Keywords : *Generation Z, Tendency of Social Media Addicton's, Social Comparison, Tiktok.*