

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menggambarkan detoksifikasi media sosial yang dilakukan oleh generasi Y dan Z, membandingkan keduanya, serta memetakan tipologi detoksifikasinya. Penelitian ini menggunakan *conceptual framework* Franks dan kolega untuk menggambarkan motivasi, tantangan, dan manfaat detoksifikasi, teori Soliman dan Rinta-Kahila untuk memetakan tipologi detoksifikasi, dan teori Nguyen untuk menjabarkan strategi detoksifikasi secara teknis. Metode yang digunakan adalah survei eksploratif, dengan teknik pengambilan datanya adalah kuesioner. Kuesioner dalam tautan Google Form dibagikan dalam rentang waktu 10 hari, yakni tanggal 9 – 19 Mei 2023, melalui media sosial, grup jejaring sosial, *chat* personal, dan akun *base* di Twitter. Kuesioner disebarakan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan sampling kuota. Hasil analisis data dari 153 orang responden, menyatakan bahwa motivasi kedua generasi dalam melakukan detoks didominasi oleh motivasi internal. Pada saat melakukan detoks, ada lebih banyak generasi Z yang merasakan tantangan sosial dan emosional dibanding generasi Y. Pada dimensi manfaat, dominasi manfaat yang dirasakan generasi Y dan Z adalah manfaat internal. Kedua generasi juga cenderung melakukan detoks *temporary* dengan strategi yang mendominasi pada keduanya adalah detoks terhadap platform media sosial.

Kata Kunci: generasi Y, generasi Z, detoksifikasi digital, detoksifikasi media sosial, media sosial

ABSTRACT

This study aims to examine the trends of social media detox practices carried out by Generation Y and Z, compare the two, and map the typology of their detoxification. This research utilizes Franks and colleagues' conceptual framework to depict the motivations, challenges, and benefits of detoxification, Soliman and Rinta-Kahila's theory to map the typology of detoxification, and Nguyen's theory to describe the technical strategies of detoxification. The method used is exploratory survey, with the data collection technique being a questionnaire. The questionnaire in a Google Form link was distributed over a period of 10 days, from May 9th to May 19th, 2023, through social media, social networking groups, personal chats, and a base account on Twitter. The questionnaire was distributed using non-probability sampling with quota sampling. The data analysis results from 153 respondents indicate that both generations are primarily motivated by internal factors when engaging in detox practices. During the detox process, more Generation Z experience social and emotional challenges compared to Generation Y. The perceived benefits of detoxification for both generations lean towards internal aspects. Both generations are also tend to engage in temporary detox with the dominant strategy being detox from social media platforms.

Keywords: *generation Y, generation Z, digital detox, social media detox, social media*