

**FENOMENA KECANDUAN INTERNET PADA KALANGAN REMAJA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK
Studi Fenomenologi: Dampak Sosial dan Psikologis Remaja di Kota
Bandung**

Mohammad emir lil ardi

NPM : 228080017

Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motif, tindakan, dan pemaknaan remaja Kota Bandung terhadap penggunaan TikTok serta kecenderungan kecanduan internet yang ditimbulkannya. Fenomena penggunaan TikTok dikaji melalui perspektif fenomenologi Alfred Schutz, yang menekankan pengalaman subjektif dan interaksi sosial sebagai dasar pembentukan kebiasaan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap sejumlah remaja berusia 18 hingga 24 tahun sebagai informan utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja menggunakan TikTok terutama untuk hiburan, aktualisasi diri, mengikuti tren, dan menjalin interaksi sosial. Aktivitas menonton video dan membuat konten secara berulang membentuk kebiasaan yang otomatis dan pada beberapa kasus berkembang menjadi perilaku adiktif.

Faktor internal berupa kebutuhan psikologis, serta faktor eksternal seperti tekanan sosial, budaya *challenge*, dan *Fear of Missing Out (FOMO)*, turut memperkuat ketergantungan terhadap aplikasi ini. Remaja menyadari dampak negatif seperti gangguan konsentrasi, penurunan produktivitas, dan kecemasan sosial, sehingga beberapa melakukan strategi pengendalian diri, termasuk membatasi waktu penggunaan atau mengalihkan fokus ke aktivitas offline. Penelitian ini menekankan bahwa TikTok bukan sekadar media hiburan, tetapi juga medium yang membentuk identitas sosial, interaksi digital, dan pola perilaku, sekaligus membawa risiko kecanduan yang signifikan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi akademisi, orang tua, dan praktisi pendidikan untuk mengembangkan strategi mitigasi risiko kecanduan internet dan membimbing remaja dalam penggunaan media sosial secara sehat.

Kata kunci: TikTok, remaja, kecanduan internet, fenomenologi, perilaku sosial, interaksi digital.

Abstrack

This study aims to explore the motives, actions, and perceptions of adolescents in Bandung City regarding TikTok usage and the resulting tendencies toward internet addiction. The phenomenon of TikTok usage is examined through Alfred Schutz's phenomenological perspective, which emphasizes subjective experiences and social interactions as the basis for forming digital habits. A qualitative descriptive method was employed, using in-depth interviews with adolescents aged 18 to 24 as primary informants. The findings indicate that adolescents use TikTok primarily for entertainment, self-expression, following trends, and social interaction.

Repetitive activities, such as watching videos and creating content, gradually form automatic habits, which in some cases develop into addictive behavior. Internal factors, such as psychological needs, and external factors, including social pressure, challenge culture, and Fear of Missing Out (FOMO), further reinforce dependence on the application. Adolescents are aware of negative impacts, such as decreased concentration, lower productivity, and social anxiety, leading some to adopt self-regulation strategies, including limiting usage time or shifting attention to offline activities. This study highlights that TikTok is not merely an entertainment platform but also a medium that shapes social identity, digital interaction, and behavioral patterns, while posing significant risks of addiction. These findings are expected to provide recommendations for academics, parents, and educational practitioners to develop strategies to mitigate internet addiction risks and guide adolescents toward healthy social media use.

Keywords: TikTok, adolescents, internet addiction, phenomenology, social behavior, digital interaction.

Abstrak

Panilitian ieu tujuanana pikeun ngajalah motif, tindakan, sareng pamaknaan remaja di Kota Bandung ngeunaan panggunaan TikTok jeung kamungkinan timbulna kacanduan internét. Fenomena panggunaan TikTok dianalisis ngaliwatan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, anu nekenkeun pangalaman subyektif jeung interaksi sosial salaku dasar pikeun ngabentuk kabiasaan digital. Metode panilitian anu dipaké nyaéta deskriptif kualitatif kalayan wawancara jero ka remaja umur 18 nepi ka 24 taun salaku informan utama.

Hasil panilitian nunjukkeun yén remaja ngagunakeun TikTok utamina pikeun hiburan, ékspresi diri, nuturkeun tren, jeung interaksi sosial. Kagiatan anu diulang-ulang sapertos nonton video jeung nyieun kontén sacara laun-laun ngabentuk kabiasaan otomatis, anu dina sababaraha kasus berkembang jadi kacanduan.

Faktor internal, sapertos kabutuhan psikologis, sarta faktor éksternal, kaasup tekanan sosial, budaya challenge, jeung rasa sieun teu kalebet (Fear of Missing Out/FOMO), nguatkeun kacanduan kana aplikasi ieu. Remaja sadar kana dampak négatifna, saperti nurunkeun konsentrasi, produktivitas, jeung timbulna kahariwang sosial, sarta sabagian ngalaksanakeun strategi self-regulation, sapertos ngabatesan waktu pamakean atawa ngalihkeun perhatian kana kagiatan offline. Panilitian ieu nandakeun yén TikTok lain ngan saukur platform hiburan, tapi ogé médium anu ngabentuk idéntitas sosial, interaksi digital, jeung pola kabiasaan, bari ngandung résiko kacanduan anu signifikan. Hasil ieu diharepkeun tiasa jadi rekomendasi pikeun akademisi, kolot, jeung praktisi pendidikan pikeun ngembangkeun strategi nyegah kacanduan internét sarta ngabimbing remaja pikeun ngagunakeun média sosial sacara séhat.

Kecap konci: TikTok, remaja, kacanduan internét, fenomenologi, paripolah sosial, interaksi digital

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan orang lain, dan komunikasi menjadi sarana utama dalam membangun hubungan sosial, membentuk perilaku, serta mempengaruhi perkembangan diri. Dalam konteks kehidupan modern, perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia berinteraksi.

Di Indonesia, penetrasi internet meningkat pesat dan kini dapat diakses oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Remaja menjadi kelompok pengguna terbesar, yaitu pada rentang usia 15–24 tahun dengan persentase mencapai 26,7%–30%. Namun kemudahan akses ini tidak selalu berdampak positif. Data Armelsa (2020) menunjukkan bahwa hampir 80% remaja berusia 10–19 tahun di 11 provinsi di Indonesia mengalami kecanduan internet, dengan penggunaan yang cenderung mengarah pada aktivitas berisiko seperti berinteraksi dengan orang asing (24%) dan mengakses konten pornografi (14%).

Pencarian cepat di Google Indonesia menggunakan kata kunci “internet remaja” menghasilkan ratusan ribu artikel, sebagian besar bernada negatif, mulai dari pornografi, peretasan, hingga penipuan. Kondisi serupa ditemukan pada kata kunci “media sosial remaja”, yang banyak berkaitan dengan perilaku negatif seperti game online, judi online, hingga kasus kecelakaan akibat penggunaan media sosial yang berlebihan.

Salah satu platform yang paling populer di kalangan remaja adalah TikTok. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya mengunggah konten berdurasi pendek sehingga mudah digunakan sebagai media ekspresi. Remaja menjadi kelompok pengguna dominan karena karakteristik mereka yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri, ingin memperoleh pengakuan, serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Di Kota Bandung yang dikenal dengan budaya remaja yang kompak dan ekspresif penggunaan TikTok menjadi fenomena sosial tersendiri. Remaja lebih banyak berinteraksi secara daring dibandingkan berinteraksi langsung dengan lingkungan sekitarnya.

TikTok diluncurkan oleh ByteDance pada 2016 dengan nama awal Douyin, dan dalam satu tahun berhasil memperoleh 100 juta pengguna. Pada 2019, TikTok diunduh lebih dari 700 juta kali. Di Indonesia, aplikasi ini sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 2018 akibat konten negatif, namun segera dibuka kembali setelah dilakukan perbaikan sistem.

Hingga 2023, Indonesia tercatat sebagai pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia. Data We Are Social menunjukkan kelompok usia 18–24 tahun mendominasi pengguna, dengan proporsi 20,9% perempuan dan 17,5% laki-laki. Angka ini melampaui jumlah pengguna media sosial lainnya seperti Twitter dan Instagram. Pola penggunaan TikTok yang tinggi perlu mendapat perhatian karena berbagai studi menunjukkan adanya dampak terhadap kesehatan mental dan perilaku remaja.

Penelitian UCL (2024) menemukan bahwa kecanduan internet dapat menyebabkan perubahan struktural pada otak, terutama pada korteks prefrontal bagian yang berfungsi mengatur pengambilan keputusan, kontrol impuls, dan regulasi emosi. Studi NeuroImage (2023) juga menyebutkan adanya penurunan

volume materi abu-abu pada remaja yang mengalami kecanduan internet. Dampaknya meliputi menurunnya kemampuan mengendalikan diri, gangguan tidur, kecemasan, depresi, hingga penurunan prestasi akademik.

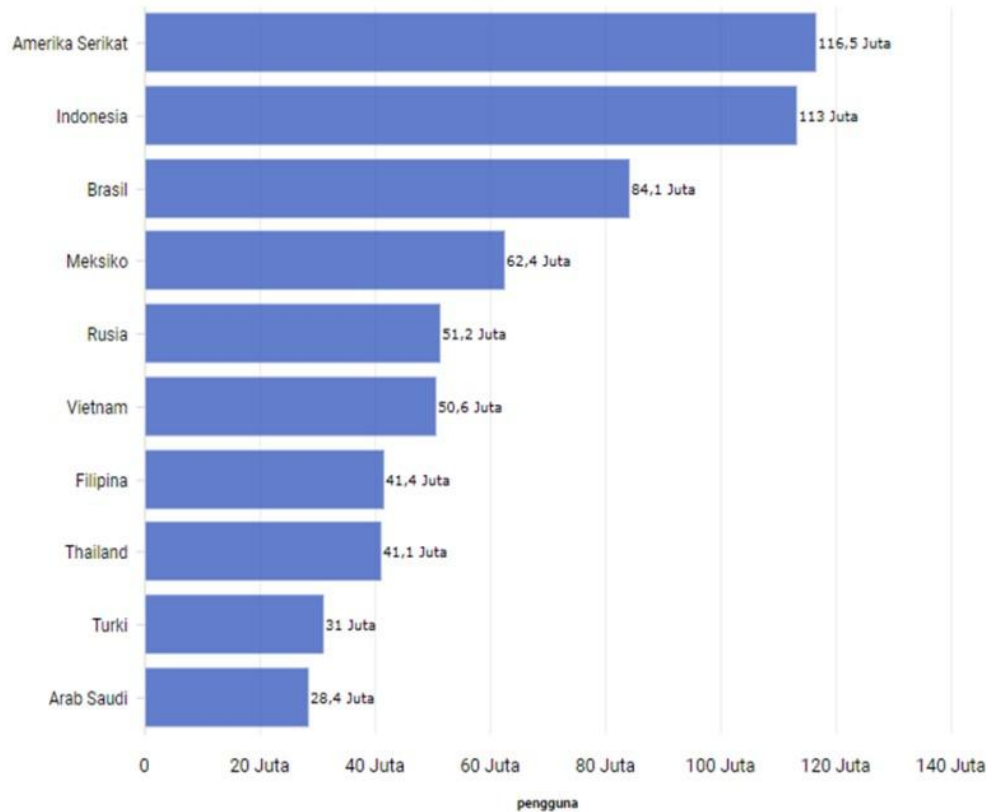
Selain dampak neurologis, kecanduan internet juga berpengaruh pada aspek sosial. Remaja yang kecanduan cenderung menarik diri dari interaksi langsung, mengalami perubahan perilaku, bahkan mengikuti tren daring yang berisiko. Wafa (2021) mencatat bahwa TikTok berdampak pada perubahan gaya interaksi sosial, gaya berpenampilan, serta menurunnya rasa malu. Aplikasi ini juga menjadi sarana hiburan, pencarian informasi, dan media membangun pertemanan baru.

Mengutip dalam penelitian dari (Kusuma,2020). TikTok diluncurkan pada tahun 2016 bulan september oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance yang awal mula nama aplikasinya adalah Douyin yang memiliki durasi pendek.1 Dalam waktu 1 tahun aplikasi Douyin ini memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya. Aplikasi Douyin memiliki popularitas yang tinggi sehingga membuat perluasan ke luar China dengan nama TikTok. Informasi yang didapatkan dari Sensor Tower bahwa aplikasi ini sepanjang tahun 2019 di unduh 700 kali. Aplikasi TikTok menempati peringkat ke 2 setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh.

Pertengahan 2017 pada bulan Juli aplikasi ini sempat di blokir oleh Kemntrian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO), alasannya karena adanya konten yang tidak pantas dan negatif. Pemblokiran aplikasi ini berlangsung hanya seminggu mulai 3-10 Juli 2018 (Kusuma,2020). Karena aplikasi TikTok ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang dari segala bentuk usia tidak menutup kemungkinan terdapat konten yang tidak pantas maupun konten negatif yang mempengaruhi dan bahaya bagi perkembangan mental penggunaannya yang rata-rata remaja berusia 18 tahun karena dalam segi pemikiran maupun pendirian mereka belum begitu stabil.

TikTok yang memiliki popularitas semakin melejit dari tahun ketahun dan data terbaru menyatakan bahwa Pengguna TikTok terbanyak di Dunia ke-2 adalah di Indonesia, Nyaris salip Amerika Serikat. Menurut Laporan We Are Social juga menunjukkan, perempuan mendominasi pengguna TikTok global di seluruh kelompok usia per April 2023. Pengguna TikTok terbanyak yaitu pada kelompok usia 18-24 tahun, dengan proporsi 20,9% perempuan dan laki-laki 17,5%. Jelas bahwa kelompok usia remaja merupakan pengguna terbanyak saat ini. Data menunjukkan bahwa 10 Negara dengan jumlah terbanyak penggunaan aplikasi TikTok, Negara Indonesia menduduki posisi ke2 pada tahun 2023, sebagai berikut:

Gambar 1.1
10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia



Sumber : Website katadata.com diakses pada, April 2024.

Selain pengguna terbanyak di dunia ke2 TikTok pun memiliki jumlah pengguna lebih unggul dari pada media sosial lainnya, seperti instagram dan twiter pada tahun 2023.2 Adapun data jumlah pengguna terbanyak pada tahun 2023, yaitu:

1. Angka yang dipublikasikan disumber iklan ByteDance menunjukkan bahwa TikTok memiliki 109.9 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada awal tahun 2023.
2. Angka yang di publikasikan disumber daya periklanan twiter menunjukkan, Twiter memiliki jumlah sebanyak 24,00 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2023.
3. Angka yang dipublikasikan dialat periklanan Meta menunjukkan bahwa Instagram memiliki 89,15 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2023.

Terbukti bahwa jumlah terbanyak media sosial yang digunakan pada saat ini oleh anak remaja adalah TikTok. Instagram maupun Twiter yang sebelumnya booming dan hits pada masanya sekarang anak remaja beralih pada TikTok, namun bukan berarti Instagram maupun Twiter tidak lagi digandrungi oleh anak remaja lagi namun pada saat ini TikTok merupakan aplikasi yang memiliki daya tarik dan sumber hiburan bagi anak remaja. Pemahaman mengenai pola penggunaan

internet dan media sosial oleh remaja penting untuk mengidentifikasi dampak positif dan negatifnya. Dengan begitu, dapat dikembangkan untuk memanfaatkan internet secara positif sambil meminimalkan risiko kecanduan dan dampak negatif lainnya.

Mengutip dalam (Kumpuran.com, 2024). Penelitian UCL menemukan bahwa kecanduan internet menyebabkan perubahan struktural dan fungsional pada [otak](#) remaja. Bagian otak yang paling terdampak adalah korteks prefrontal, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan, pengendalian impuls, dan regulasi emosi. Perubahan pada area ini dapat mengakibatkan penurunan kemampuan untuk mengendalikan diri dan meningkatnya risiko perilaku adiktif lainnya.

Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa kecanduan internet dapat menyebabkan penurunan volume materi abu-abu di otak. Materi abu-abu adalah komponen utama dari sistem saraf pusat yang terlibat dalam kontrol otot, persepsi sensorik, memori, emosi, dan pengambilan keputusan. Studi yang dipublikasikan di *NeuroImage* pada tahun 2023 menyebutkan bahwa remaja dengan kecanduan internet mengalami penurunan volume materi abu-abu di korteks prefrontal, yang berdampak pada kemampuan mereka untuk mengendalikan impuls dan membuat keputusan yang rasional.

Kecanduan internet tidak hanya berdampak pada otak, tetapi juga pada kesejahteraan psikologis dan sosial remaja. Remaja yang kecanduan internet cenderung mengalami isolasi sosial, penurunan prestasi akademik, dan masalah kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan. Menurut survei yang dilakukan oleh *American Academy of Pediatrics* pada tahun 2023, 60% remaja yang kecanduan internet mengalami gejala depresi, dan 50% dari mereka menunjukkan tanda-tanda kecemasan yang signifikan. Kecanduan internet juga dikaitkan dengan gangguan tidur, yang dapat memperburuk masalah kesehatan mental dan fisik. data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa 73% remaja yang aktif menggunakan internet merasa lebih cemas dan tertekan. Selain itu, 45% dari mereka mengalami penurunan prestasi akademis akibat penggunaan internet yang berlebihan.

Berbagai temuan tersebut menunjukkan bahwa fenomena kecanduan internet di kalangan remaja khususnya pada pengguna TikTok merupakan isu yang penting untuk dikaji. Penelitian ini berupaya mengeksplorasi lebih dalam pengalaman subjektif remaja terkait penggunaan TikTok serta dampak sosial dan psikologis yang ditimbulkannya. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini diberi judul: **“Fenomena Kecanduan Internet pada Kalangan Remaja Pengguna Media Sosial TikTok: Studi Fenomenologi tentang Dampak Sosial dan Psikologis Remaja di Kota Bandung.”**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada fenomena kecanduan internet di kalangan pengguna aplikasi TikTok di Kota Bandung, dengan penekanan khusus pada dampak sosial dan psikologis yang dialami oleh Remaja. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana kecanduan internet berkembang di kalangan remaja yang menggunakan TikTok

secara intensif. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, selain itu penelitian ini juga akan mengeksplorasi pengalaman subjektif remaja yang kecanduan TikTok, termasuk bagaimana kecanduan ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian ini juga akan menggali motif di balik penggunaan TikTok yang berlebihan, termasuk alasan utama yang mendorong remaja untuk terus menggunakan aplikasi ini. Kebutuhan psikologis dan sosial yang dipenuhi oleh penggunaan TikTok akan dieksplorasi untuk memahami daya tarik yang kuat dari aplikasi ini. Selain itu, penelitian ini akan meneliti makna yang diberikan oleh remaja terhadap kecanduan

TikTok mereka. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana remaja di Kota Bandung memahami dan mengartikan kecanduan mereka terhadap TikTok, serta persepsi mereka terhadap manfaat dan dampak dari penggunaan TikTok yang berlebihan. Dampak sosial dari kecanduan TikTok akan dianalisis, termasuk bagaimana kecanduan ini mempengaruhi interaksi sosial remaja dengan teman sebaya, keluarga, dan lingkungan sekitar. Penelitian ini juga akan meneliti perubahan dalam pola komunikasi dan partisipasi sosial remaja akibat kecanduan TikTok.

Dampak psikologis dari kecanduan TikTok akan menjadi fokus utama lainnya. Penelitian ini akan menilai dampak kecanduan TikTok terhadap kesejahteraan mental remaja, termasuk tingkat kecemasan, stres, dan harga diri. Gejala psikologis yang muncul sebagai akibat dari penggunaan TikTok yang berlebihan juga akan diidentifikasi. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tindakan yang diambil oleh remaja untuk mengatasi atau mengelola kecanduan TikTok mereka. Langkah-langkah dan strategi yang digunakan oleh remaja untuk menyeimbangkan penggunaan TikTok dengan aspek kehidupan lainnya akan dijelaskan.

Selain itu, peran keluarga, sekolah, dan lingkungan dalam memberikan dukungan dan intervensi untuk mengurangi dampak negatif kecanduan TikTok akan dianalisis. Efektivitas berbagai intervensi yang diterapkan untuk membantu remaja mengatasi kecanduan internet juga akan dieksplorasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena kecanduan internet di kalangan remaja pengguna TikTok di Kota Bandung, serta dampak sosial dan psikologis yang ditimbulkannya.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif remaja yang mengalami kecanduan TikTok. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna mendalam tentang bagaimana TikTok memengaruhi kehidupan sosial, emosional, dan perilaku digital remaja. Penelitian kualitatif, sebagaimana dijelaskan Mulyana, bukan hanya teknik pengumpulan data, melainkan proses sistematis untuk menemukan jawaban melalui interpretasi pengalaman manusia dalam konteks tertentu.

Melalui fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali pengalaman asli remaja mengenai bagaimana kecanduan terbentuk, faktor pendorong penggunaan

berulang, serta dampaknya terhadap hubungan sosial, pola tidur, motivasi belajar, dan kondisi psikologis seperti kecemasan maupun kebutuhan validasi.

Untuk mendapatkan gambaran lengkap, penelitian menggunakan tiga teknik utama pengumpulan data: wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara memberikan ruang bagi informan untuk menceritakan pengalaman mereka secara bebas; observasi membantu menangkap perilaku nyata saat mengakses TikTok; dan dokumentasi memperkuat temuan melalui bukti visual serta catatan penggunaan.

Subjek penelitian dipilih secara purposive, yaitu remaja di Kota Bandung berusia 18–24 tahun yang aktif menggunakan TikTok. Enam informan terlibat dalam penelitian ini, masing-masing memiliki pengalaman yang relevan, seperti penggunaan lebih dari tiga jam per hari, kesulitan mengatur waktu, hingga kecenderungan adiktif.

Objek penelitian adalah fenomena kecanduan internet pada remaja pengguna TikTok. Fokus kajian mencakup dampak penggunaan TikTok terhadap perilaku sosial, psikologis, serta keseharian remaja, termasuk intensitas penggunaan yang tinggi, perubahan perilaku, dan ketergantungan emosional pada aplikasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles & Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara interaktif dan berlangsung sepanjang proses penelitian. Data yang dikumpulkan direduksi menjadi bentuk tulisan, disajikan dalam pola atau tema tertentu, lalu disimpulkan berdasarkan konfigurasi informasi yang muncul secara konsisten.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber serta lebih dari satu metode pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga informasi yang diperoleh lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Secara keseluruhan, metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti menangkap realitas kecanduan TikTok sebagai fenomena sosial dan psikologis yang dialami remaja secara langsung. Fenomena ini tidak cukup dijelaskan dengan angka, melainkan perlu dipahami melalui cerita, ekspresi emosional, serta pengalaman subjektif para remaja yang terlibat. Dengan pemahaman ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika kecanduan internet di kalangan remaja di Kota Bandung.

D. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan enam informan utama yang seluruhnya merupakan remaja berusia 18–24 tahun, berdomisili di Kota Bandung, dan diketahui aktif menggunakan media sosial TikTok sebagai platform digital harian. Setiap informan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan karakteristik penelitian, yaitu remaja yang menggunakan TikTok minimal 3 jam per hari, pernah mengalami

kesulitan mengendalikan penggunaan, serta menunjukkan indikasi keterikatan emosional terhadap aktivitas bermedia sosial.

Proses pengumpulan data dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, peneliti melakukan pendekatan awal untuk membangun hubungan dan kepercayaan dengan informan agar wawancara dapat berjalan secara natural serta memungkinkan informan bercerita secara terbuka. Kedua, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pola pertanyaan terbuka sehingga informan memiliki keleluasaan dalam menjelaskan pengalaman personal mereka terkait penggunaan TikTok. Setiap wawancara berlangsung selama 45–90 menit, dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi digital, tergantung pada kondisi informan. Seluruh percakapan direkam dengan persetujuan informan, lalu ditranskripsi secara verbatim untuk mempermudah analisis.

Selain wawancara, data penelitian diperkuat melalui observasi langsung terhadap kebiasaan penggunaan TikTok, seperti durasi akses, pola waktu penggunaan (siang/malam), jenis konten yang dikonsumsi, serta bagaimana remaja merespons konten yang muncul di *For You Page (FYP)*. Observasi ini membantu peneliti melihat fenomena kecanduan internet tidak hanya dari perspektif verbal informan, tetapi juga dari perilaku nyata yang ditunjukkan dalam keseharian.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan enam informan, ditemukan bahwa setiap responden memiliki pola, alasan, serta dampak penggunaan TikTok yang berbeda-beda. Masing-masing informan memberikan gambaran mengenai bagaimana TikTok memengaruhi kehidupan sosial dan psikologis mereka, baik dalam bentuk kecanduan, perubahan perilaku, hingga dampak terhadap pola interaksi dan kondisi emosional.

a. *Stock of Knowledge* Pengetahuan yang Melatarbelakangi Penggunaan TikTok

Berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada enam informan, diperoleh informasi tentang bagaimana masing-masing responden mengenal TikTok, alasan awal mencoba, serta bekal pengetahuan yang membentuk kebiasaan penggunaan aplikasi tersebut. Setiap informan memiliki latar pengetahuan yang berbeda, namun semuanya berawal dari paparan lingkungan sosial dan pengalaman masa lalu yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan berulang. Temuan ini sejalan dengan konsep *stock of knowledge* Alfred Schutz, bahwa tindakan manusia lahir dari akumulasi pengalaman subjektif sebelumnya.

Alya (18 tahun) mulai menggunakan TikTok bukan karena niat awal yang kuat, melainkan karena pengalaman sosial yang ia dapatkan dari teman-temannya di sekolah. Dalam kutipan wawancara ia menyampaikan dengan panjang dan reflektif bahwa awalnya ia hanya melihat teman sering memutar video TikTok di kelas, lalu muncul rasa penasaran yang terus berkembang hingga membuatnya terbiasa menonton berjam-jam. Ia berkata:

"Saya awalnya tidak terlalu tertarik dengan TikTok, tapi hampir setiap hari saya lihat teman-teman membicarakan konten lucu, video goyang, sampai tips skincare yang sedang viral. Lama-lama saya mencoba hanya untuk melihat apa yang seru, ternyata kontennya cepat, ringan, dan membuat saya betah

berlama-lama. Kadang saya bisa lebih dari 3 jam scroll tanpa sadar. Pengetahuan awal itu datang dari lingkungan saya sendiri, makin sering lihat, makin terbiasa, dan akhirnya TikTok jadi bagian dari keseharian saya." (Wawancara: 05/01/2025 – Informan: Alya, 18 tahun)

Rizal (19 tahun) memiliki pengalaman awal berbeda. Ia justru mengenal TikTok saat pandemi, ketika aktivitas di rumah meningkat dan rasa bosan membuatnya mencari media hiburan baru. Dalam ceritanya ia menggambarkan bagaimana TikTok menjadi alternatif utama karena menawarkan hiburan cepat dan fitur live streaming yang membuatnya merasa lebih dekat dengan kreator favorit. Ia menuturkan:

"Saya tahu TikTok sejak awal 2020 waktu semua orang lebih banyak di rumah. Awalnya cuma iseng lihat video komedi, tapi lama-kelamaan saya suka ikut live streaming karena rasanya ada interaksi langsung. Saya jadi tahu banyak hal baru dari video pendek, bahkan kadang dapat rekomendasi game, film, dan gadget. Dari situ pengetahuan saya tentang media hiburan berubah, sekarang kalau bosan atau stres saya langsung buka TikTok dulu sebelum platform lain." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan: Rizal, 19 tahun)

Sementara itu Nadira (20 tahun) mulai menggunakan TikTok bukan hanya sebagai penonton, melainkan juga sebagai pembuat konten. Pengetahuan awal yang ia miliki mengenai editing video dan tren media sosial memicu keinginannya untuk aktif mengunggah konten. Ia menyampaikan pengalaman panjang dalam proses tersebut:

"Saya pertama kali download TikTok karena suka lihat video makeup dan daily vlog. Tapi lama-lama saya ingin coba buat video sendiri, karena saya merasa punya ide konten dan ingin lihat respons orang. Dari TikTok saya belajar cara memotong video, pakai filter, nambah musik, sampai ikut challenge biar lebih banyak dilihat. Pengetahuan itu saya bangun dari pengalaman pribadi, dari nonton sampai akhirnya berani upload. Sekarang saya upload minimal seminggu sekali karena terasa menyenangkan saat video mendapat banyak like dan komentar." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan: Nadira, 20 tahun)

Berbeda dengan Nadira, Fahri (21 tahun) menunjukkan sisi lain dari stock of knowledge yang ia miliki. Ia mengaku memahami sejak awal bahwa TikTok mudah membuat seseorang tenggelam dalam waktu, namun pengetahuan tersebut justru muncul setelah ia mengalami kesulitan mengatur waktu belajar dan istirahat. Dalam wawancara panjang ia berkata:

"Saya tahu TikTok isinya menarik dan banyak video pendek yang bikin penasaran. Tapi ternyata setelah lama digunakan saya jadi kesulitan mengatur waktu, kadang belajar jadi tertunda. Saya pernah berniat membuka TikTok hanya 10 menit tapi berakhir satu jam lebih. Dari pengalaman itu saya sadar bahwa pengetahuan saya tentang TikTok terbentuk melalui kebiasaan, bukan teori atau orang lain. Jadi apa yang saya tahu tentang TikTok sekarang adalah bagaimana platform ini bisa

menyenangkan tapi juga memakan waktu kalau tidak dikontrol."
(Wawancara: 07/01/2025 – Informan: Fahri, 21 tahun)

Salsa (22 tahun) memiliki pengalaman yang lebih panjang sebagai pengguna, karena ia mengakses TikTok sejak 2020. Dalam ceritanya ia menggambarkan bagaimana TikTok berkembang dari sekadar hiburan menjadi kebutuhan harian yang cenderung adiktif. Pengetahuannya mengenai kenyamanan dan kesenangan yang diberikan aplikasi tersebut membuatnya sulit berhenti menggunakan. Ia mengungkapkan:

"Saya sudah pakai TikTok hampir lima tahun. Dulu hanya untuk hiburan, tapi karena algoritmanya membaca minat saya, konten yang muncul selalu sesuai. Itulah yang bikin saya merasa TikTok seperti teman yang tahu apa yang saya mau. Kadang saya sadar penggunaan saya berlebihan tapi tetap sulit berhenti. Pengetahuan saya tentang TikTok berkembang dari kebiasaan, saya tahu kapan tren muncul, jam ramai, tipe konten yang cepat FYP—semuanya saya pelajari dari pengalaman selama bertahun-tahun."
(Wawancara: 08/01/2025 – Informan: Salsa, 22 tahun)

Bagas (24 tahun) memandang TikTok sebagai ruang interaksi sosial di mana ia dapat bercengkerama dengan sesama pengguna, berkomentar, dan mengikuti isu yang sedang ramai. Pengalamannya mengenai budaya digital, tren humor, dan ruang diskusi daring menjadi bekal pengetahuan yang mempengaruhi cara ia memaknai TikTok saat ini. Dalam wawancara ia menjelaskan panjang:

"Saya menggunakan TikTok terutama untuk hiburan, tapi belakangan saya merasa TikTok itu seperti ruang nongkrong online. Saya sering komentar di video orang, ikut bahas isu yang sedang viral, dan itu membuat saya merasa terhubung dengan banyak orang meskipun tidak saling kenal. Dari pengalaman itu saya belajar banyak tentang cara orang berinteraksi di dunia digital dan bagaimana sebuah tren bisa menyebar cepat. Pengetahuan saya tentang TikTok terbentuk dari pengalaman sosial dan rasa ingin tahu saya sendiri." (Wawancara: 08/01/2025 – Informan: Bagas, 24 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan awal mengenai TikTok (*stock of knowledge*) terbentuk melalui pengalaman pribadi dan interaksi sosial yang berbeda-beda antar individu. Alya mengenal TikTok dari pengaruh teman sekolah hingga akhirnya menjadi kebiasaan harian. Rizal masuk ke TikTok karena kebutuhan hiburan selama pandemi yang kemudian berkembang menjadi kegemaran menonton live streaming. Nadira memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media konsumsi, tetapi sebagai ruang berekspresi melalui konten yang ia ciptakan sendiri.

Berbeda dengan itu, Fahri memiliki pengetahuan yang terbentuk dari pengalaman negatif akibat penggunaan TikTok yang berlebihan sampai mengganggu manajemen waktunya. Salsa menunjukkan perjalanan penggunaan yang lebih panjang, di mana pengalaman bertahun-tahun menjadikan TikTok bagian dari rutinitas hingga berpotensi memunculkan adiksi. Sementara Bagas melihat TikTok sebagai ruang sosial interaktif yang memperluas relasi digital dan

pemahaman budaya populer. Dengan demikian, pemahaman awal para informan terhadap TikTok tidak muncul secara instan, tetapi merupakan hasil akumulasi pengalaman baik melalui lingkungan sosial, kebutuhan hiburan, kebiasaan digital, eksplorasi diri, hingga interaksi komunal. Hal ini sesuai dengan konsep stock of knowledge Alfred Schutz, bahwa pengalaman masa lalu menjadi dasar interpretasi seseorang dalam merespons suatu fenomena, dalam hal ini penggunaan TikTok sebagai platform yang akhirnya memiliki makna berbeda bagi tiap remaja Kota Bandung.

b. Motif Tindakan Penggunaan TikTok (*Because Motive & In Order to Motive*)

Dalam fenomenologi Alfred Schutz, motif tindakan manusia terbagi menjadi dua bentuk. Pertama, *because motive* yaitu alasan yang berasal dari pengalaman masa lalu yang membentuk tindakan seseorang. Kedua, *in order to motive* yaitu tujuan yang ingin dicapai individu melalui tindakannya di masa sekarang maupun masa depan. Kedua motif ini memengaruhi cara individu memahami, menggunakan, dan memaknai TikTok sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan wawancara dengan enam informan, terlihat bahwa penggunaan TikTok tidak hanya didorong oleh rasa penasaran atau sekadar hiburan, tetapi juga berkaitan dengan tujuan tertentu seperti mencari informasi, mengekspresikan diri, hingga menjadi bagian dari lingkungan sosial dan tren yang sedang berkembang. Berikut uraian mendalam berdasarkan temuan lapangan:

Alya (18 tahun) menjelaskan bahwa motif awal penggunaan TikTok muncul karena pengaruh pergaulan (*because motive*). Namun, seiring waktu tujuan penggunaannya berkembang menjadi aktivitas rutin yang membuatnya merasa lebih terhibur dan terhubung dengan lingkungan sosial (*in order to motive*). Ia mengatakan panjang:

"Pertama-tama saya ikut pakai TikTok karena hampir semua teman saya main. Kalau nggak ikut rasanya ketinggalan obrolan. Itu awalnya alasan saya, cuma supaya nyambung kalau lagi ngobrol. Tapi sekarang beda, saya pakai TikTok karena memang bikin senang saja, refresh dari tugas kuliah. Kadang saya juga cari resep makanan, tutorial makeup, sama info-info baru. Jadi bukan cuma ikut-ikutan lagi, tapi memang karena saya butuh hiburan cepat untuk melepas penat." (*Wawancara: 10/01/2025 – Informan: Alya, 18 tahun*)

Rizal (19 tahun) menyebutkan bahwa pengalaman kebosanan selama pandemi menjadi pemicu utama ia mengenal TikTok. Rasa ingin mencari hiburan merupakan *because motive*, sedangkan *in order to motive*-nya saat ini adalah untuk mencari kesenangan, mengikuti live streaming, serta mendapatkan interaksi digital yang lebih personal.

"Saya awalnya buka TikTok karena bosan di rumah, waktu itu pandemi. Jadi sifatnya pelarian dari rasa jenuh. Tapi makin ke sini saya pakai karena TikTok itu cepat dan terasa lebih hidup, terutama kalau ikut live. Saya bisa komentar dan rasanya dekat sama orang yang ngomong di layar. Sekarang tujuan saya pakai TikTok lebih ke hiburan dan interaksi, biar nggak merasa sendiri." (*Wawancara: 11/01/2025 – Informan: Rizal, 19 tahun*)

Nadira (20 tahun) memiliki dua motif yang jelas ia menggunakan TikTok karena sebelumnya suka melihat konten beauty & lifestyle (because motive), lalu berkembang menjadi keinginan untuk mengunggah konten dan mendapatkan pengakuan sosial (in order to motive).

"Saya dulu penonton saja, tapi dari situ muncul rasa ingin coba bikin konten sendiri. Saya ingin lihat apakah orang lain suka. Jadi motif saya beralih dari sekadar penikmat jadi pembuat konten. Sekarang saya upload biar bisa dapat like, komentar, bahkan followers. Rasanya memuaskan kalau video saya FYP. Itu yang bikin saya lanjut terus." (*Wawancara: 11/01/2025 – Informan: Nadira, 20 tahun*)

Fahri (21 tahun) mengungkapkan bahwa TikTok digunakan karena rasa penasaran dan keinginan untuk mencari hiburan. Namun kondisi tersebut berkembang menjadi kebiasaan yang sulit dikontrol sehingga tujuan penggunaannya berubah menjadi usaha untuk mencari kesenangan cepat meski berdampak pada manajemen waktu.

"Saya pakai TikTok pertama kali karena penasaran, semua orang bilang seru. Setelah itu jadi kebiasaan. Tujuan saya sekarang sebenarnya cuma buat hiburan cepat, tapi akhirnya lama-lama kebablasan. Saya tahu ini bisa ganggu jadwal, tapi kadang saya tetap buka supaya otak terasa ringan dulu sebelum ngerjain sesuatu." (*Wawancara: 12/01/2025 – Informan: Fahri, 21 tahun*)

Salsa (22 tahun) menggunakan TikTok sejak 2020 dan menunjukkan motif penggunaan yang berkembang secara intens. Ia mengatakan bahwa motif awalnya adalah mencari hiburan, sementara saat ini TikTok digunakan sebagai kebutuhan informasi, ruang melepas stres, sekaligus pengisi waktu.

"Dulu cuma nonton video lucu, sekarang TikTok buat saya semacam tempat istirahat mental. Saya tahu kapan buka TikTok untuk lihat kabar, tren, atau drama viral. Awalnya karena ikut teman, tapi tujuan saya sekarang lebih pada kenyamanan dan pelarian dari capek kuliah ataupun kerja." (*Wawancara: 13/01/2025 – Informan: Salsa, 22 tahun*)

Bagas (24 tahun) memiliki motif penggunaan yang dipengaruhi pengalaman sosial digital. TikTok baginya adalah ruang diskusi virtual di mana ia bisa berkomentar, mengikuti isu, dan bersosialisasi. Karena itu, motif awalnya muncul dari rasa ingin tahu (because motive), namun berkembang menjadi kebutuhan untuk memperluas koneksi sosial (in order to motive).

"Awalnya saya hanya ikut tren. Tapi sekarang tujuan saya buka TikTok untuk lihat perkembangan isu dan komentar orang. Di sana saya bisa ngobrol lewat kolom komentar atau DM, jadi kayak punya circle online. Tujuan saya lebih ke interaksi dan ikut arus pembicaraan yang lagi ramai." (*Wawancara: 13/01/2025 – Informan: Bagas, 24 tahun*)

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara mendalam dengan enam informan, dapat ditarik kesimpulan bahwa motif penggunaan TikTok pada kalangan remaja pengguna aktif di Kota Bandung tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk

melalui proses pengalaman, interaksi sosial, serta kebutuhan psikologis yang berkembang seiring waktu. Motif tersebut terbagi jelas ke dalam dua kategori menurut konsep Alfred Schutz, yaitu *because motive* dan *in order to motive*.

Pertama, motif karena (*because motive*) muncul dari latar pengalaman masa lalu yang membentuk ketertarikan awal terhadap TikTok. Pemicunya beragam, seperti pengaruh teman sebaya, kebosanan akibat pandemi, rasa ingin tahu terhadap konten viral, hingga kesenangan awal dalam menikmati hiburan visual. Karena itu, penggunaan TikTok pada tahap awal seringkali tidak direncanakan secara sadar, melainkan terjadi karena dorongan lingkungan sosial atau kebiasaan yang terbentuk secara gradual.

Kedua, seiring meningkatnya intensitas penggunaan, informan mulai memiliki tujuan tertentu dalam mengakses TikTok yang disebut sebagai *in order to motive*. Motif ini berkembang menjadi orientasi tindakan masa kini dan masa depan, seperti mencari hiburan cepat, menghilangkan stres, mengekspresikan diri melalui konten, mendapatkan pengakuan sosial, memperluas interaksi digital, memperoleh informasi baru, hingga menjadikan TikTok sebagai ruang pelarian mental. Dengan demikian, TikTok tidak lagi sekadar media hiburan, tetapi berubah menjadi ruang psikologis dan sosial yang memiliki fungsi instrumental bagi kehidupan pengguna.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa TikTok menumbuhkan ketergantungan penggunaan yang cukup kuat. Remaja cenderung menjadikan aplikasi ini sebagai pilihan pertama ketika merasa jenuh, stres, memiliki waktu luang, atau membutuhkan stimulasi emosional instan. Motif hiburan kemudian berkembang menjadi kebutuhan afektif yang sulit dikendalikan. Bahkan dalam beberapa kasus, seperti dialami Fahri dan Salsa, penggunaan TikTok mulai memengaruhi pengaturan waktu dan produktivitas, menandakan adanya indikasi adiksi perilaku berbasis sistem reward digital.

Selain itu, terdapat kecenderungan bahwa semakin lama pengalaman menggunakan TikTok, semakin kompleks pula tujuan yang ingin dicapai. Pengguna yang awalnya pasif dan hanya menonton, seperti Nadira, bertransformasi menjadi pembuat konten aktif yang berorientasi pada interaksi, apresiasi, dan eksistensi sosial. Sementara itu, pengguna seperti Bagas memaknai TikTok sebagai ruang sosial yang setara dengan lingkungan pertemanan langsung, di mana percakapan publik, isu hangat, dan ruang diskusi berlangsung secara intens dan masif.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif penggunaan TikTok bersifat dinamis, berubah dari rasa ingin tahu menuju kebutuhan personal dan sosial yang lebih terarah.
2. TikTok menjadi ruang hiburan sekaligus aktualisasi diri, tempat pengguna mencari kesenangan, validasi sosial, informasi, dan identitas digital.
3. Muncul kecenderungan perilaku adiktif, terutama ketika TikTok dijadikan pelarian emosional dan mengisi waktu secara berulang.
4. Pengalaman masa lalu dan tujuan masa depan saling memengaruhi, menciptakan pola penggunaan yang makin intens dan melekat dalam keseharian remaja.

Kesimpulan ini memperlihatkan bahwa TikTok bukan sekadar media konsumsi konten singkat, tetapi telah berperan sebagai medium pembentuk pengalaman sosial, psikologis, dan gaya hidup digital pada generasi muda di Kota Bandung.

c. Makna Penggunaan TikTok bagi Remaja

Makna penggunaan TikTok bagi remaja bukan hanya sekadar sarana digital untuk melihat video singkat, namun sudah menjadi ruang hidup baru di mana mereka membentuk pengalaman, membangun identitas diri, melarikan diri dari tekanan, hingga mencari validasi emosional dan relasi sosial. Setiap remaja memaknai TikTok sesuai pengalaman keseharian yang mereka alami—sejalan dengan konsep fenomenologi Schutz bahwa realitas bermakna jika dipahami melalui kesadaran subyektif individu (*subjective meaning construction*).

Alya (18 tahun) memaknai TikTok sebagai ruang refleksi diri dan pembelajaran sosial. Ia menggambarkan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi jendela untuk memahami bagaimana remaja lain hidup, berpenampilan, dan berpikir.

“TikTok buat aku itu bukan cuma tempat buat hiburan aja. Aku merasa kayak punya akses ke dunia anak-anak seumuran aku, gimana mereka berpakaian, apa yang lagi tren, bahkan cara ngomong. Kadang aku ngikutin outfit atau gaya rambut yang lagi viral karena aku merasa pengen jadi bagian dari itu semua. Aku juga belajar banyak tentang kepercayaan diri, cara bersosialisasi, dan kadang malah dapet insight tentang diri aku sendiri dari video-video yang relate sama perasaan aku. Semakin sering aku lihat konten yang mirip sama pengalaman hidup aku, semakin aku ngerti aku tuh tipe orang yang seperti apa. Jadi TikTok itu kayak ruang yang bikin aku berkembang, bukan cuma buat seneng-senang tapi buat nemuin versi diri aku yang lain juga.” (Wawancara, 12 Januari 2025)

Rizal (19 tahun) memaknai TikTok sebagai tempat recovery mental dan mood-booster ketika ia jenuh dengan rutinitas. Ia merasakan bahwa platform ini menjadi tempat aman untuk berhenti sejenak dari tekanan akademik.

“Kalau lagi pusing sama kuliah, kadang rasanya kepala penuh dan badan capek. Nah TikTok itu semacam tempat singgah aku. Sekali buka, dalam hitungan menit bisa langsung ketawa lihat meme-lucu atau prank. Aku juga sering join live dan ngobrol sama streamer lain, rasanya kayak punya teman walau gak ketemu langsung. Aku bisa cerita, bisa sambil bercanda, dan itu bikin hati lebih ringan. Bagi aku TikTok itu bentuk hiburan yang paling gampang dijangkau, kapan aja bisa, bahkan sebelum tidur pun biasanya aku ‘cooling down’ dulu pakai TikTok. Rasanya kayak obat stres yang praktis—langsung terasa efeknya.” (Wawancara, 12 Januari 2025)

Nadira (20 tahun) melihat TikTok sebagai ruang ekspresi diri sekaligus validasi sosial. Ia merasa diperhatikan ketika kontennya mendapat like, komentar, atau share.

“TikTok jadi tempat aku buat berekspresi lebih bebas. Aku tipe orang yang suka tampil tapi gak selalu percaya diri di dunia nyata. Tapi di TikTok aku bisa nunjukkin sisi diri aku yang jarang dilihat orang—aku bikin lip-sync,

nari, curhat kecil-kecilan, atau sekadar pamer kegiatan harian aku. Kalau ada yang komen positif atau bilang 'kamu lucu', 'videonya bagus', itu bikin dada aku hangat, bangga, dan merasa diterima. Rasanya dihargai dan diakui keberadaan aku. Bahkan ada beberapa video aku yang sempat viral kecil, dan itu bikin aku ngerasa punya tempat di ruang sosial TikTok. Aku jadi lebih percaya diri, merasa punya nilai.” (Wawancara, 14 Januari 2025)

Fahri (21 tahun) menganggap TikTok sebagai tempat pelarian psikologis ketika ia penat atau memiliki masalah pribadi. Ia menyadari ketergantungan, namun tetap kembali karena merasa mendapatkan kenyamanan emosional.

“Kadang hidup terasa berat, tugas kuliah numpuk, masalah rumah juga. Tekanan itu bikin kepala sesak. TikTok jadi ruang pelarian yang paling gampang aku akses. Tinggal buka, scroll, dan semua beban hilang sementara. Memang aku sering kebablasan, awalnya cuma mau lima menit, tapi akhirnya satu jam juga masih lanjut. Tapi rasanya nyaman, kok bisa ya cuma lihat video orang joget atau cerita hidup mereka tapi bikin pikiran lebih lega? Kayak ada rasa tenang yang gak bisa aku dapat dari tempat lain. Bahkan kalau lagi sedih tapi lihat orang curhat tentang hal yang sama, aku ngerasa gak sendirian.” (Wawancara, 14 Januari 2025)

Salsa (22 tahun) memaknai TikTok sudah menjadi bagian identitas dan rutinitas hidup. Platform ini baginya bukan hanya aplikasi, melainkan *lingkungan sosial yang hidup*.

“Aku udah pakai TikTok dari 2020, dan jujur kayak udah gak bisa dilepas. Tiap pagi yang aku buka bukan WhatsApp, tapi TikTok. Mau tidur pun sama. Dari TikTok aku belajar masak, lihat tutorial makeup, dapat tips self healing, bahkan dapet edukasi kesehatan psikologis juga. Rasanya TikTok itu jadi temen yang nemenin keseharian aku, apalagi kalau lagi ngerasa sepi. Scroll dikit aja udah kayak masuk dunia lain yang penuh warna. Ada banyak emosi yang ikut naik turun sama konten yang aku tonton. TikTok bukan cuma aplikasi dia udah jadi bagian dari ritme hidup aku.” (Wawancara, 15 Januari 2025)

Bagas (24 tahun) memaknai TikTok sebagai tempat bersosialisasi dan membangun kedekatan emosional dengan orang lain.

“Buat aku yang kerja seharian dan jarang ketemu banyak orang, TikTok itu tempat paling gampang buat berinteraksi. Kadang aku join live orang, ikut komentar, ngobrol ngalor-ngidul tanpa beban. Rasanya kayak duduk bareng teman nongkrong walau sebenarnya kita gak saling kenal. Aku juga pernah duet sama beberapa pengguna dan itu seru banget, ada rasa kebersamaan walau virtual. TikTok membantu aku tetap terhubung dengan dunia luar, jadi gak merasa terasing atau sendiri. Ada momen-momen kecil tapi berarti banget ketika orang menyambut kehadiran aku di live chat atau komentar. Itu bikin aku ngerasa dihargai dan diterima.” (Wawancara, 15 Januari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan, dapat disimpulkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan bagi remaja, tetapi

telah menjadi ruang pengalaman sosial yang membentuk cara mereka berpikir, berperilaku, dan memaknai diri. Penggunaan TikTok berperan sebagai *ruang hidup kedua* di mana remaja secara aktif membangun pengetahuan, menemukan ekspresi, serta memperoleh penerimaan sosial yang mungkin tidak selalu mereka dapat di dunia nyata.

Sebagian remaja, seperti Alya, menjadikan TikTok sebagai media belajar tentang gaya hidup dan identitas sosial. Ia menemukan referensi mengenai penampilan, cara berbicara, hingga cara bersosialisasi melalui konten-konten yang ia lihat. Sementara itu, Rizal dan Fahri menggambarkan TikTok sebagai tempat pelarian psikologis ketika mengalami stres akademik atau tekanan sehari-hari. Bagi mereka, TikTok berfungsi sebagai *ruang rekreasi mental* yang dapat menenangkan pikiran, memberikan tawa cepat, dan menghadirkan efek relaksasi yang hampir instan.

Nadira memaknai TikTok sebagai *wadah ekspresi diri* yang memberikan ruang untuk menunjukkan bakat, kreativitas, dan emosi personal. Validasi sosial berupa likes, komentar, dan interaksi publik menjadi sumber kepuasan emosional dan peningkatan kepercayaan diri. Sementara itu, Salsa menempatkan TikTok sebagai bagian dari ritme hidup yang berjalan konsisten, tertanam dalam kebiasaan harian hingga memiliki sifat adiktif. Platform ini bukan lagi aplikasi, melainkan bagian dari mekanisme kesehariannya.

Dalam sudut pandang berbeda, Bagas menemukan makna TikTok sebagai ruang relasi sosial. Ia merasa terhubung dengan orang lain, dapat berdiskusi, bercanda, atau sekadar menyimak obrolan dalam live streaming. TikTok menjadi media sosial yang menghadirkan *rasa kebersamaan*, bahkan tanpa perlu tatap muka.

Dengan demikian, makna TikTok bagi remaja bersifat majemuk dan subjektif, bergantung pada pengalaman hidup yang membentuk struktur kesadaran masing-masing individu. Selaras dengan teori fenomenologi Alfred Schutz, realitas bagi para remaja bukan semata-mata berasal dari fitur media, tetapi dari bagaimana mereka menafsirkan pengalaman digital tersebut dalam kehidupan sehari-hari. TikTok menjadi arena di mana hiburan, eksistensi diri, pembelajaran sosial, pelarian emosional, hingga relasi antarindividu bertemu dan saling mempengaruhi.

d. Intersubjektivitas dan Interaksi dalam Komunitas Digital

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, intersubjektivitas merupakan proses ketika pengalaman individu tidak lagi bersifat personal, tetapi menjadi pengalaman bersama melalui interaksi sosial dan hubungan makna antar individu. Pada temuan penelitian ini, TikTok menjadi ruang digital yang memungkinkan remaja berbagi pengalaman, meniru, menilai, saling memberi apresiasi, dan membentuk hubungan baru meskipun tanpa tatap muka langsung. Interaksi tersebut menumbuhkan rasa kebersamaan (*we-relationship*), rasa terhubung, dan kesadaran sosial bahwa mereka berada dalam komunitas yang sama—yakni komunitas pengguna TikTok.

Berdasarkan wawancara mendalam, para informan menjelaskan bagaimana interaksi digital di TikTok menciptakan pola komunikasi dua arah melalui komentar, likes, pesan, hingga partisipasi dalam challenge viral. Konten tidak

hanya dikonsumsi, tetapi dibalas, dikembangkan, bahkan ditiru oleh pengguna lain sehingga pengalaman individual menjadi pengalaman komunal yang dibangun bersama.

Alya (18 tahun) merasa bahwa TikTok membuatnya tidak merasa sendirian dalam menjalani hari. Ia menyampaikan bahwa interaksi komentar dan pesan dari pengguna lain membuatnya merasa memiliki ruang berbagi pengalaman, terutama mengenai gaya hidup dan minat yang sama. Ia berkata panjang:

"Yang paling saya rasakan itu ketika lihat ada komentar orang yang punya pengalaman sama seperti saya. Misalnya saya upload video lagi nyobain skincare, nanti ada saja yang bilang punya efek yang sama. Rasanya jadi kayak ngobrol walaupun tidak saling kenal. Kadang saya juga ikut challenge dan melihat banyak yang ikut hal serupa, dan itu bikin saya merasa nggak sendiri. Ada rasa sama-sama tertawa, sama-sama relate dengan konten. Itu kaya punya komunitas tanpa harus kenal langsung." (Wawancara: 05/01/2025 – Informan Alya, 18 tahun)

Rizal (19 tahun) menjelaskan bahwa interaksi live streaming memberi pengalaman sosial yang lebih dekat dan real-time. Ia sering berdiskusi dengan kreator dan pengguna lain sehingga terbentuk ruang interaksi virtual yang hangat dan responsif.

"Kalau saya biasanya aktif di live streaming. Rasanya seperti ngobrol langsung karena bisa komentar dan dibaca. Saya sering bercanda dengan streamer atau diskusi soal film dan game. Dari situ saya merasa lebih dekat seperti ngobrol di tongkrongan, padahal semuanya online. Saya bisa ketawa bareng orang random, tapi nyaman. Jadi interaksi di TikTok itu buat saya seperti nongkrong digital." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan Rizal, 19 tahun)

Nadira (20 tahun) merasakan bahwa interaksi di TikTok memperluas jaringan sosialnya, terutama sebagai pembuat konten. Validasi berupa komentar positif atau dukungan meningkatkan motivasi dan rasa diterima.

"Kalau video saya rame, komentar dan like itu jadi bentuk interaksi yang bikin saya semangat. Kadang ada yang kasih saran, kadang pujian, dan saya jadi kenal banyak orang baru. Rasanya seperti punya komunitas kecil sendiri yang nunggu konten saya. Dari yang awalnya hanya nonton, sekarang saya seperti punya ruang untuk berinteraksi dan saling dukung dengan pengguna lain." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan Nadira, 20 tahun)

Fahri (21 tahun) mengakui bahwa meskipun TikTok membuatnya sulit mengatur waktu, interaksi yang ia dapat di dalamnya justru memberi kenyamanan emosional. Ia merasa dipahami dan menemukan orang lain yang memiliki keresahan serupa.

"Kadang saya lihat video tentang tugas kuliah atau burnout, dan komentar-komentarnya banyak banget yang relate. Itu bikin saya merasa lebih ringan, seperti ada yang ngerti kondisi saya. Interaksi itu datang dari pengalaman yang sama, jadi walaupun saya hanya baca komentar, saya merasa nyambung. Itu mungkin yang bikin saya betah." (Wawancara: 07/01/2025 – Informan Fahri, 21 tahun)

Salsa (22 tahun) menggambarkan TikTok sebagai ruang untuk berbagi pengalaman hidup dan budaya sehari-hari. Interaksi muncul dari obrolan, humor, dan tren yang berkembang bersama.

"Saya sering ikut tren lucu atau bikin POV, dan ternyata banyak yang komen bilang mereka ngalamin hal sama. Dari situlah saya merasa TikTok itu bukan cuma hiburan tapi tempat berbagi realitas bersama. Kita saling menikmati cerita, saling bercanda, dan akhirnya saya merasa punya dunia lain yang berjalan paralel dengan kehidupan nyata." (Wawancara: 08/01/2025 – Informan Salsa, 22 tahun)

Bagas (24 tahun) memaknai interaksi digital sebagai ruang konsensus sosial. Baginya, TikTok adalah tempat bertemu gagasan dan perspektif yang beragam.

"Saya senang ikut diskusi di komentar, kadang bahas politik ringan, berita viral, atau sekadar lawakan receh. Yang menarik itu, orang-orang bisa saling setuju, saling kritik, dan itu membentuk pemahaman bersama. TikTok jadi tempat bertukar pikiran walaupun kita tidak pernah bertemu secara fisik. Ngobrolnya bisa panjang, rame, dan hidup." (Wawancara: 08/01/2025 – Informan Bagas, 24 tahun)

Dari seluruh temuan, dapat disimpulkan bahwa TikTok membentuk ruang intersubjektif yang memungkinkan remaja membangun kesadaran bersama, merasakan kedekatan emosional, serta menciptakan interaksi sosial yang aktif meskipun tidak melalui tatap muka. Intersubjektivitas tercermin dari cara informan berbagi pengalaman, meniru tren, berdiskusi, dan saling memberi validasi. TikTok berfungsi sebagai komunitas digital yang hidup tempat realitas pribadi berubah menjadi realitas bersama.

Dengan demikian, dalam perspektif Schutz, TikTok bagi remaja bukan hanya aplikasi hiburan, melainkan arena interaksi sosial yang membangun relasi, menyatukan pengalaman, dan memperkuat ikatan antar pengguna melalui pertukaran makna secara digital.

e. Tipifikasi Perilaku Kecanduan TikTok

Dalam konsep fenomenologi Alfred Schutz, tipifikasi (typification) adalah proses ketika pengalaman individual menjadi pola perilaku yang dapat dikenali, dipahami, dan dibagi bersama oleh kelompok sosial tertentu. Pada konteks penelitian ini, perilaku kecanduan TikTok tidak hanya muncul sebagai pengalaman pribadi, tetapi membentuk pola umum yang berulang pada para informan. Pola tersebut tercermin dalam kebiasaan membuka aplikasi secara otomatis, penggunaan yang berlebihan, mengorbankan aktivitas lain, hingga munculnya kebutuhan emosional untuk tetap terhubung dengan TikTok.

Alya (18 tahun) menggambarkan bagaimana dirinya merasa sulit berhenti menonton TikTok meskipun sadar penggunaan sudah berlebihan. Ia dengan jujur mengatakan bahwa hal tersebut terjadi secara refleks dan menjadi kebiasaan harian yang tidak bisa dilepas.

"Saya sering nggak sadar sudah buka TikTok, kadang tangan sendiri yang ngeklik aplikasinya. Misal lagi istirahat 10 menit, pasti yang kebuka pertama itu TikTok. Kalau sudah masuk FYP suka lupa waktu, sampai tiba-tiba malam. Pernah saya niat tidur cepat tapi ke-scroll terus sampai jam 2 pagi. Rasanya

kayak ada dorongan harus lihat apa yang baru di TikTok hari itu."
(Wawancara: 05/01/2025 – Informan Alya, 18 tahun)

Rizal (19 tahun) menyebut bahwa TikTok menjadi pelarian ketika merasa jenuh. Ia mengaku merasa kurang nyaman ketika tidak membuka aplikasi dalam waktu lama.

"Kalau lagi suntuk atau bosan, reflek saya buka TikTok. Kayak otak sudah hafal jalurnya. Kadang kalau seharian nggak buka malah kerasa aneh, kayak ada yang kurang. Apalagi kalau pas lagi banyak live streaming seru, saya betah sampai larut malam nonton. Lama-lama jadi kebiasaan dan susah diputus." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan Rizal, 19 tahun)

Nadira (20 tahun) menunjukkan tipifikasi berbeda, yaitu kecanduan yang berkaitan dengan kebutuhan validasi sosial. Ia merasa terdorong untuk sering membuka TikTok demi melihat perkembangan engagement pada video yang diunggahnya.

"Kalau saya habis upload video, saya bisa bolak-balik buka TikTok hanya buat lihat like dan komentar baru. Rasanya deg-degan, penasaran, pengen tau respon orang. Kalau video ramai, saya tambah semangat, tapi kalau sepi malah tambah sering buka, berharap naik. Perasaan itu jadi kebiasaan, seperti ketergantungan pada notifikasi." (Wawancara: 06/01/2025 – Informan Nadira, 20 tahun)

Fahri (21 tahun) menjelaskan bahwa meski sadar tindakannya tidak produktif, ia tetap merasa terdorong untuk terus menonton. Hilangnya kontrol waktu adalah bentuk tipifikasi jelas dari adiksi TikTok.

"Saya pernah bilang ke diri sendiri mau lihat cuma 15 menit, tapi pas sadar sudah sejam lebih. Kayaknya TikTok itu bikin otak pengen terus lanjut lihat video berikutnya. Saya tahu itu kebiasaan buruk, tapi tetap saya ulangi. Bagian paling susah itu berhenti pas sudah mulai." (Wawancara: 07/01/2025 – Informan Fahri, 21 tahun)

Salsa (22 tahun) menunjukkan pola kecanduan yang telah terbentuk sejak lama. Ia menggunakan TikTok bahkan saat tidak ada tujuan tertentu, sekadar untuk mengisi waktu kosong.

"Sekarang buka TikTok itu sudah kayak reflek. Bangun tidur buka, makan buka, sebelum tidur buka. Kadang nggak ada tujuan apa-apa, tapi tetap scroll. Kalau sehari nggak buka, rasanya kosong. Kayak ada yang hilang dari rutinitas." (Wawancara: 08/01/2025 – Informan Salsa, 22 tahun)

Bagas (24 tahun) menyebut bahwa TikTok menjadi tempat pelarian saat lelah mental, meski sering berujung pada penggunaan berkepanjangan.

"Buat saya TikTok jadi tempat kabur sebentar dari capeknya aktivitas harian. Tapi 'seentar' itu sering berubah jadi lama. Semakin capek saya, semakin lama saya scroll. Jadi kecanduannya lebih ke pelarian emosional. Kalau tidak buka, malah merasa kurang tenang." (Wawancara: 08/01/2025 – Informan Bagas, 24 tahun)

Dari hasil penelitian dan analisis berdasarkan perspektif Schutz, dapat disimpulkan bahwa kecanduan TikTok pada remaja membentuk pola perilaku yang seragam dan berulang (*typification*). Meski masing-masing informan memiliki latar penggunaan berbeda, keseluruhan temuan mengarah pada pola yang sama: TikTok digunakan secara refleks, sulit dihentikan, menjadi pelarian emosional, serta

menghadirkan kebutuhan untuk terus terhubung melalui scroll, notifikasi, dan interaksi social media.

Tipifikasi ini menunjukkan bahwa kecanduan TikTok bukan lagi pengalaman individual, melainkan realitas sosial yang terbentuk bersama dalam komunitas digital remaja. Hal ini memperkuat fenomena kecanduan internet sebagai masalah kolektif melibatkan aspek psikologis, sosial, emosional, dan habitus digital yang terus direproduksi dalam kehidupan sehari-hari.

E. Penutup

a. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa remaja pengguna TikTok di Kota Bandung mengalami kecanduan internet yang ditandai oleh penggunaan berlebihan, kesulitan mengendalikan durasi, dan ketergantungan emosional terhadap aplikasi. TikTok menjadi bagian dari rutinitas harian yang sulit dipisahkan karena fitur-fitur yang menarik, algoritma yang personal, dan kebutuhan remaja untuk hiburan serta pengakuan sosial.

Dampak yang muncul meliputi gangguan psikologis seperti kecemasan ketika tidak mengakses aplikasi, menurunnya konsentrasi, serta pola tidur yang terganggu. Pada aspek sosial, remaja mengalami penurunan interaksi langsung, perubahan perilaku meniru tren viral, dan pengurangan waktu produktif. Secara keseluruhan, fenomena kecanduan TikTok memengaruhi keseharian remaja, baik dari segi mental maupun hubungan sosial.

b. Saran

- a. Bagi Sekolah dan Lingkungan Pendidikan: Perlu adanya edukasi literasi digital yang memperkenalkan risiko kecanduan internet serta mendorong penggunaan media sosial secara positif. Program pendampingan atau konseling dapat membantu siswa yang mulai menunjukkan gejala kecanduan.
- b. Bagi Peneliti: Penelitian dapat diperluas dengan jumlah informan lebih besar, membandingkan antar kota, atau menggali faktor-faktor lain seperti kondisi keluarga, kepribadian, dan pengaruh algoritma secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Armelsa, N. (2020). *Laporan Survei Kecanduan Internet pada Remaja di Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
<https://kemenpppa.go.id>
- ByteDance. (2019). *TikTok User Growth Report*.
<https://www.tiktok.com>
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- NeuroImage. (2023). *Structural Brain Changes in Adolescents with Internet Addiction*.
<https://www.sciencedirect.com/journal/neuroimage>
- Schutz, A. (1970). *Phenomenology and Social Relations*. University of Chicago Press.
- UCL – University College London. (2024). *Internet Addiction and Adolescent Brain Development*.
<https://www.ucl.ac.uk>
- Wafa, M. A. (2021). Dampak TikTok terhadap Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–123.
<https://doi.org/10.31002/jkd.v5i2.4213>
- We Are Social & Meltwater. (2023). *Digital Report 2023: Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>