

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Penelitian ini diawali dengan mengumpulkan beberapa penelitian sejenis yang relevan. Kajian penelitian sebelumnya memiliki manfaat bagi penelitian ini sebagai sumber referensi dalam melakukan penelitian. Selain menjadi sumber referensi, review penelitian sejenis berfungsi sebagai alat pembanding antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini guna menghindari pengulangan penelitian, serta berguna untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Berikut penelitian sejenis yang menjadi sumber referensi dalam penelitian ini:

Pertama, Jurnal Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Rafianur Ramadhani dan Jonathan Alfando WS (2024) yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Mengerjakan Skripsi (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman)”**. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif eksplanatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman mengalami terpaan media sosial yang tinggi. Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh yang signifikan antara

terpaan media sosial Tiktok dengan minat mengerjakan skripsi. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu, mengenai mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh peneliti ada pada objek penelitian. Pada penelitian ini, membahas mengenai pengaruh terpaan media sosial Tiktok terhadap minat mengerjakan skripsi. Sedangkan, penelitian yang ditulis oleh peneliti membahas mengenai pengaruh *mindless scrolling* Tiktok terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa. Selain itu, lokasi dilakukannya penelitian berbeda.

Kedua, Jurnal Penelitian Psikologi yang ditulis oleh Noval Achmad dan Damajanti Kusuma Dewi (2022) yang berjudul “**Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Yang Menyelesaikan Skripsi**”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menyatakan bahwa hipotesis yang dihasilkan dapat diterima, artinya terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan sosial media terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa yang sedang menyelesaikan skripsi. Uji korelasi pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif, sehingga terdapat hubungan yang cukup kuat antara dua variabel. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu penggunaan media sosial dan prokrastinasi akademik. Penelitian ini juga memiliki kesamaan pada subjek yang diteliti, yaitu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. Pada penelitian ini tidak disebut secara spesifik media sosial apa yang menjadi objek kajian. Selain itu, penelitian ini mengukur keterkaitan antara variabel x dengan variabel y. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengukur sebab akibat antara variabel x dengan variabel y

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Nadya Devianti Zahratul Fajria (2025) yang berjudul **“Pengaruh *Self Control* dan *Mindless Scrolling* Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Siswa SMKN 1 Bandung Kabupaten Tulungagung”**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif *correlational research*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat prokrastinasi akademik yang disebabkan oleh *self control* dan *mindless scrolling* berada ditingkat sedang. Hasil penelitian ini memberikan pengaruh yang signifikan antara *self control* dan *mindless scrolling* dengan prokrastinasi akademik. Meskipun keduanya memiliki pengaruh yang signifikan, tetapi *self control* lebih berpengaruh terhadap prokrastinasi akademik. Persamaan penelitian ini terletak pada fenomena yang terjadi, yaitu *mindless scrolling* dengan prokrastinasi akademik. Hal yang membedakannya adalah subjek penelitian, pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah siswa SMKN 1 Bandung Kabupaten Tulungagung, sedangkan penelitian milik peneliti subjek penelitiannya adalah mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.

Keempat, Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang ditulis oleh Asyri Abghi Rahmah, Hudi Santoso, dan Leonard Dharmawan (2026) yang berjudul **“Pola Konsumsi Konten Tiktok Dengan Prokrastinasi Digital Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sigaperbangsa Karawang”**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang Angkatan 2025 memiliki pola konsumsi konten Tiktok yang tinggi. Uji yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola konsumsi konten Tiktok dengan

prokrastinasi digital yang disebabkan oleh sering menunda tugas, kesulitan untuk mengendalikan diri pada saat menggunakan media sosial, dan adanya distraksi digital. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu membahas *scrolling* Tiktok dan prokrastinasi. Perbedaan penelitian ini dengan milik peneliti, yaitu penelitian ini membahas mengenai pola konsumsi konten dan prokrastinasi digital, sedangkan penelitian milik peneliti membahas mengenai *mindless scrolling* dan prokrastinasi akademik.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Intan Setiorini (2024) yang berjudul **“Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga Dan Burnout Terhadap Prokrastinasi Siswa Kelas XII SMK Dinamika Pembangunan 2 Jakarta”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara dukungan sosial dan burnout terhadap prokrastinasi siswa kelas XII SMK Dinamika Pembangunan 2 Jakarta. Dalam penelitian ini dikatakan bahwa semakin tinggi dukungan sosial keluarga maka semakin rendah prokrastinasi, begitupun sebaliknya. Selain itu, penelitian ini mengatakan bahwa semakin tinggi burnout maka semakin tinggi pula tingkat prokrastinasi. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu membahas mengenai prokrastinasi. Perbedaan dalam penelitian ini, yaitu variabel x penelitian ini membahas mengenai dukungan sosial keluarga dan burnout sedangkan penelitian milik peneliti membahas mengenai *mindless scrolling*. Selain itu, subjek dari penelitian ini adalah siswa SMK, sedangkan penelitian milik peneliti subjek penelitiannya adalah mahasiswa.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, peneliti melakukan klasifikasi yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rafianur Ramadhani dan Jonathan Alfando WS	Pengaruh Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Mengerjakan Skripsi (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman) (Jurnal Ilmu Komunikasi, 2024).	Penelitian kuantitatif eksplanatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman mengalami terpaan media sosial yang tinggi. Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial Tiktok dengan minat mengerjakan skripsi.	<p><b>Persamaan:</b> Subjek penelitian yang sama, yaitu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini membahas mengenai terpaan media sosial Tiktok. Sedangkan penelitian milik peneliti tentang <i>mindless scrolling</i> Tiktok dengan prokrastinasi akademik.</p>

2.	Noval Achmad dan Damajanti Kusuma Dewi	Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Yang Menyelesaikan Skripsi (Jurnal Penelitian Psikologi, 2022)	Metode Penelitian Kuantitatif	Terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap prokrastinasi akademik. Uji korelasi menunjukkan hasil yang positif, sehingga terdapat hubungan kuat antara dua variabel.	<p><b>Persamaan:</b></p> <p>Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu penggunaan media sosial dan prokrastinasi akademik. Selain itu, kesamaannya ada pada subjek yang diteliti, yaitu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>Penelitian ini tidak menyebutkan jenis media sosial yang akan diteliti. sedangkan milik peneliti media sosial</p>
----	--	---	-------------------------------	--	--

					yang diteliti adalah Tiktok. Selain itu, penelitian ini mengukur keterkaitan. Sedangkan penelitian milik peneliti mengukur sebab-akibat.
3.	Nadya Devianti Zahratul Fajria	Pengaruh <i>Self Control</i> dan <i>Mindless Scrolling</i> Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Siswa SMKN 1 Bandung Kabupaten Tulungagung (Skripsi, 2025)	Metode Penelitian Kuantitatif Correlational Research	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>self control</i> dan <i>mindless scrolling</i> dengan prokrastinasi berada di kategori sedang. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.	<b>Persamaan:</b> Persamaannya adalah Objek penelitian, yaitu <i>mindless scrolling</i> dan prokrastinasi akademik <b>Perbedaan:</b> Perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian ini meneliti siswa SMK, sedangkan penelitian milik peneliti mengenai

					mahasiswa tingkat akhir.
4.	Asyri Abghi Rahmah, Hudi Santoso, dan Leonard Dharmawan	Pola Konsumsi Konten Tiktok Dengan Prokrastinasi Digital Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sigaperbangsa Karawang (Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2026).	Metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif	mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang Angkatan 2025 memiliki pola konsumsi konten Tiktok yang tinggi. Uji yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola konsumsi konten Tiktok dengan prokrastinasi digital.	<b>Persamaan:</b> . Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu membahas <i>scrolling</i> Tiktok dan prokrastinasi. <b>Perbedaan:</b> penelitian ini membahas mengenai pola konsumsi konten dan prokrastinasi digital, sedangkan penelitian milik peneliti membahas

					mengenai <i>mindless scrolling</i> dan prokrastinasi akademik.
5.	Intan Setiorini	Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga Dan Burnout Terhadap Prokrastinasi Siswa Kelas XII SMK Dinamika Pembangunan 2 Jakarta. (Skripsi, 2024)	Pendekatan Kuantitatif dengan Jenis Penelitian Korelasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara dukungan sosial dan burnout terhadap prokrastinasi siswa kelas XII SMK Dinamika Pembangunan 2 Jakarta.	<b>Persamaan:</b> Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai prokrastinasi <b>Perbedaan:</b> Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dukungan sosial keluarga dan burnout pada siswa. Sedangkan penelitian milik peneliti membahas <i>mindless scrolling</i> pada mahasiswa tingkat akhir.

## 2.1.2. Kerangka Konseptual

### 2.1.2.1. Komunikasi

#### 1) Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau *communication* berasal dari Bahasa Latin, yaitu *communis* yang memiliki arti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* memiliki arti “membuat sama” (*to make common*). *Communis* seringkali diartikan sebagai asal mula kata komunikasi yang merupakan akar dari beberapa istilah latin lain yang memiliki arti serupa. Komunikasi memiliki pengertian bahwa suatu pikiran, makna, atau suatu pesan harus dianut secara sama. Definisi komunikasi saat ini merujuk pada hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan”, dan “kita mengirimkan pesan” (Mulyana, 2005: 41-42).

Pengertian komunikasi setiap para ahli memiliki pandangan yang berbeda. Berikut beberapa pengertian komunikasi yang terdapat di dalam buku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar karya Mulyana (2005b, p. 62):

- (1) Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (dalam Mulyana, 2005b, p. 62):

“Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol – kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.”

- (2) Menurut Theodore M. Newcomb (2005b, p. 62):

“Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”

(3) Menurut Carl I. Hovland (2005b, p. 62):

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).”

(4) Menurut Gerald R. Miller (2005b, p. 62):

“Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

(5) Menurut Everett M. Rogers (2005b, p. 62):

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

(6) Menurut Raymond S. Ross (2005b, p. 62):

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

(7) Menurut Harold Laswell (2005b, p. 62):

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?.”

Berdasarkan definisi yang telah disebutkan, komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu proses pertukaran pesan, ide, atau informasi dari satu orang kepada

satu orang atau lebih dengan tujuan untuk mempengaruhi dan merubah tingkah laku seseorang.

## 2) Unsur Komunikasi

Berdasarkan definisi Laswell (Mulyana, 2005b, pp. 62–65), komunikasi terdiri dari lima unsur yang saling berkaitan. Berikut lima unsur komunikasi menurut Laswell:

### (1) Sumber (*Source*)

Sumber merupakan pihak yang memulai proses komunikasi atau memiliki kepentingan terhadap suatu kelompok. Sumber dapat berupa seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, ataupun negara. Untuk menyampaikan apa yang sedang dirasa atau dipikirkan, sumber perlu mengubah pikiran atau perasaannya menjadi simbol verbal maupun simbol non verbal yang mudah dipahami agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh penerima pesan.

### (2) Pesan

Pesan merupakan informasi atau isi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan terdiri dari simbol verbal maupun non verbal yang dapat menyampaikan perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber mengirimkan pesan. Pesan terdiri dari tiga komponen, yaitu bentuk atau strukturnya, maknanya, dan simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna.

### (3) Saluran atau Media

Saluran atau media merupakan alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran dapat berupa saluran

verbal maupun non verbal, tergantung pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima.

(4) Penerima (*Receiver*)

Penerima merupakan seseorang yang menerima pesan dari pengirim. Penerima disebut sebagai sasaran/tujuan (*destination*), komunika (*communica tee*), penyandi-balik (*decorder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*).

(5) Efek

Efek adalah dampak yang ditimbulkan oleh suatu pesan terhadap penerima setelah pesan diterima. Dampak dari sebuah pesan, seperti meningkatnya pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), hiburan, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia melakukan sesuatu menjadi bersedia melakukannya), dan sebagainya.

Unsur komunikasi yang telah disebutkan belum lengkap dibandingkan dengan unsur-unsur komunikasi yang terdapat dalam model baru. Unsur komunikasi lain yang sering ditambahkan, yaitu umpan balik (*feedback*), gangguan/kendala (*noise/barriers*), dan konteks komunikasi (Mulyana, 2005b).

### 3) Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, seperti yang disebutkan oleh Affandi (Mesiono et al., 2021) fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

(1) Fungsi Informatif (menyampaikan informasi)

Komunikasi memiliki fungsi sebagai sarana untuk memberikan keterangan,

data, atau informasi yang bermanfaat bagi semua orang. Dengan berkomunikasi, seseorang dapat menyampaikan pendapatnya baik melalui lisan maupun tulisan.

(2) Fungsi Edukatif

Komunikasi berfungsi sebagai media pendidikan yang dapat membantu individu maupun masyarakat dalam proses pembelajaran. Seseorang memiliki pengetahuan karena mendengarkan, membaca, dan berkomunikasi.

(3) Fungsi Persuasif (mempengaruhi dan dipengaruhi)

Fungsi persuasif dalam komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pemahaman, dan perilaku seseorang sesuai dengan kehendak komunikator. Dengan komunikasi yang efektif, komunikator dapat membangkitkan kesadaran, motivasi, serta pemahaman komunikan, sehingga terjadi perubahan sikap atas kehendak diri sendiri (bukan paksaan dari orang lain).

(4) Fungsi Rekreatif

Komunikasi memiliki fungsi sebagai sarana hiburan, seperti mendengarkan cerita, membaca bacaan ringan, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk memberikan refleksi bagi seseorang yang mungkin sedang merasa jenuh.

#### **2.1.2.2. Media Baru (*New Media*)**

##### **1) Pengertian Media Baru**

Secara harfiah, kata “*new*” didefinisikan sebagai sesuatu yang baru, sedangkan “*media*” merujuk pada sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Oleh karena itu, *new media* dapat didefinisikan sebagai sarana komunikasi yang baru dengan memanfaatkan internet

dan teknologi untuk menyampaikan pesan yang bersifat fleksibel dan dapat digunakan dalam konteks komunikasi personal maupun publik (Ibnu, 2024).

Menurut McQuail, 2011 (dalam Lisdiana, 2018), sejak tahun 1960-an, istilah *new media* atau media baru digunakan untuk menggambarkan berbagai teknologi komunikasi terapan yang semakin hari semakin canggih dan semakin beragam. Media baru memiliki ciri utama, seperti tingkat konektivitas yang tinggi, kemampuan untuk menjangkau audiens tertentu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktif, memiliki fungsi yang beragam dan terbuka, serta keberadaannya dapat diakses dimana-mana.

Media baru atau *new media* disebut pula sebagai media online karena merupakan bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi dan terintegrasi dengan sistem komputer digital. Media baru juga merujuk pada terjadinya konvergensi media atau penggabungan jenis media ke dalam satu platform. Selain itu, media baru merupakan hasil dari proses digitalisasi yang mencerminkan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, di mana hal yang biasa dilakukan secara manual menjadi otomatisasi dan dari hal yang kompleks menjadi singkat (Harefa & Samatan, 2022).

Media baru hadir sebagai wujud dari perkembangan teknologi komunikasi yang menghadirkan cara baru untuk penyampaian dan pertukaran pesan. Dengan munculnya media baru, komunikasi dapat berlangsung secara cepat, interaktif, dan fleksibel. Selain itu, media baru mendorong proses konvergensi yang dapat berpengaruh kepada pola interaksi masyarakat, akses informasi, serta dinamika kehidupan sosial masyarakat di era digital.

## 2) Fungsi Media Baru

Media baru memiliki berbagai fungsi yang memiliki peran penting dalam menunjang proses komunikasi. Berikut adalah fungsi dan manfaat media baru: (Ibnu, 2024).

### (1) Mengirim dan Berbagi Informasi

Media baru berfungsi sebagai alat untuk mengirim dan berbagi informasi dengan khalayak, serta memberikan fakta dan opini mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi. Melalui berita di radio, televisi, surat kabar, majalah, media sosial, dan *platform* lainnya, media menyebarkan informasi.

### (2) Pendidikan

Media baru juga berfungsi sebagai media pendidikan karena khalayak dapat melihat berbagai bentuk konten, seperti pembelajaran yang dikemas secara menarik di media sosial, berita, dan lain-lain.

### (3) Hiburan

Media berfungsi sebagai hiburan karena menyajikan cerita, film, serial, dan lain-lain melalui berbagai *platform*, seperti media sosial, televisi, radio, majalah.

### (4) Persuasif

Media memiliki peran persuasif karena dapat memengaruhi sikap, opini, dan perilaku audiens.

### (5) Pengawasan

Fungsi media sebagai pengawasan adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dengan memberikan peringatan tentang potensi ancaman, dan memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan data.

(6) Sosialisasi

Dalam proses sosialisasi, media berperan dalam menyebarkan budaya serta membantu membentuk sikap, kebiasaan, dan keyakinan masyarakat.

**3) Karakteristik Media Baru**

Menurut Martin Lister (dalam Jati, 2019) media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut:

(1) Digital

Digital merupakan proses digitalisasi yang digunakan untuk menciptakan media baru yang berbeda dari media sebelumnya. Pada prosesnya, data yang dikumpulkan (teks, suara, atau gambar) diubah menjadi kode biner, yang kemudian diproses oleh komputer melalui metode tertentu.

(2) Interaktif

Teks, gambar, dan suara yang diperlihatkan kepada khalayak dapat dimodifikasi atau diolah ulang oleh mereka. Dengan demikian, khalayak dipandang tidak hanya sebagai konsumen yang sekadar menerima, tetapi juga sebagai produsen dan pengguna.

(3) Hypertextual

Dalam konteks ini, pengguna media baru dapat menyertakan pembahasan atau karya milik orang lain ke dalam karya sendiri dengan menyematkannya menggunakan tautan (link).

(4) Virtual

Dalam konteks ini, informasi yang diterima akan tampak lebih nyata. Hal ini akan membuat pengguna merasa seperti ditempat suatu kejadian. Misalnya teknologi VR (*Virtual Reality*).

(5) *Networked*

Dengan adanya jaringan dapat membuat pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya, dimanapun pengguna tersebut berada. Dengan kata lain, tidak ada batasan bagi pengguna untuk berkomunikasi dan terhubung dengan pengguna lainnya.

(6) Tersimulasikan

Karakteristik ini sama dengan karakteristik virtual. Pengalaman pengguna di lingkungan virtual hanya simulasi dari peristiwa sebenarnya.

### 2.1.2.3. Media Sosial

#### 1) Pengertian Media Sosial

Menurut Mulawarman (dalam Janah, 2022), media sosial berasal dari gabungan dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. Kata “media” merujuk pada alat komunikasi, sedangkan kata “sosial” merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu terlibat dalam suatu aktivitas yang dapat memengaruhi lingkungan sosialnya.

Media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang memfasilitasi penggunaannya untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan saling berbagi berbagai informasi, seperti teks, video, gambar, maupun audio. Media sosial dianggap sebagai sarana komunikasi karena memungkinkan penggunaannya untuk berperan ganda, tidak hanya sebagai konsumen, tetapi sebagai produsen konten (Qadir & Ramli, 2024).

Media sosial merupakan teknologi berbasis web dan internet yang memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi, berbagai informasi, sehingga

dapat menyebarkan isi konten yang dibuat kepada khalayak luas (Zuniananta, 2021).

Menurut Andreas dan Michael pada tahun 2010 (dalam Zuniananta, 2021), saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Selain untuk berkomunikasi, media sosial juga dijadikan sebagai sarana memperoleh berbagai macam informasi. Oleh karena itu, peran dan dampak media sosial harus diperhatikan dan dimanfaatkan secara optimal agar sesuai dengan fungsi serta tujuannya.

Media sosial dapat diartikan sebagai fenomena yang paling banyak menarik perhatian banyak kalangan. Dalam berbagai kajiannya, para ahli telah mengemukakan beragam definisi mengenai teknologi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berikut adalah pengertian media sosial menurut para ahli yang terdapat pada buku *Sosial Media dan Strategi Pemasaran* yang ditulis oleh Alam et al. (2023)

- (1) B.K Lewis (2010) dalam karyanya yang berjudul *Social Media And Strategic Communication Attitudes and Perceptions Among College Students* yang terbit pada tahun 2010, menyatakan bahwa:

“Media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi produksi dan berbagi pesan.”

- (2) Chris Brogan (2010) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*, menyebutkan bahwa:

“Media sosial adalah suatu perangkat alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru.”

- (3) Dave Kerpen (2011) dalam bukunya yang bertajuk *Likeable Social Media* yang terbit pada tahun 2011, mengemukakan bahwa:

“Media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan, hingga hubungan interaksi dalam jaringan baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.”

Saat ini, media sosial telah hadir menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Hadirnya media sosial memberikan pengaruh bagi individu dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Dengan adanya media sosial, seseorang dapat menyampaikan pendapatnya, mengekspresikan diri, dan berpartisipasi dalam arus informasi. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu diperhatikan agar dampak yang ditimbulkan dapat memberikan manfaat positif bagi penggunanya.

## **2) Fungsi Media Sosial**

Menurut Jan H. Keiztmann (dalam Meysarah, 2023), media sosial memiliki fungsi yang diibaratkan seperti “sarang lebah” yang membentuk suatu struktur jaringan yang terdiri dari unit-unit yang berhubungan satu sama lain. Berikut fungsi media sosial:

- (1) *Identify* berfungsi untuk mengungkapkan identitas pengguna media sosial kepada dunia.
- (2) *Conversation* berfungsi sebagai sarana untuk berinteraksi antara pengguna satu dengan pengguna lain.
- (3) *Sharing* berfungsi sebagai sarana pertukaran pesan dan solusi.

- (4) *Presence* berfungsi untuk menginformasikan mengenai pengguna media sosial kepada pengguna lainnya.
- (5) *Relationship* berfungsi untuk membangun dan mepererat hubungan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.
- (6) *Reputation* berfungsi untuk menunjukkan status sosial yang dimiliki oleh para pengguna media sosial.
- (7) *Groups* berfungsi sebagai pembentuk suatu komunitas

### 3) Jenis Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* yang menawarkan berbagai jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh penggunannya. Selain untuk mengekspresikan diri, media sosial dimanfaatkan sebagai media untuk menjalankan kegiatan promosi (Adieb, 2023). Berikut adalah jenis media sosial:

#### (1) *Social Networking*

*Social networking* membantu seseorang atau kelompok untuk tetap terhubung secara online yang didalamnya saling berbagi informasi serta ide, seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn.

#### (2) *Media Sharing Networks*

Jenis ini merupakan jenis *platform* media sosial yang paling fokus kepada visual. Secara umum, *media sharing networks* berfokus pada berbagi foto dan video, seperti Instagram, YouTube, Snapchat, dan Tiktok.

#### (3) *Discussion Forums*

Jenis ini merupakan forum diskusi online yang saling berbagi pengetahuan dan bertukar pendapat dengan pengguna lainnya. Media sosial jenis ini, seperti Quora, Reddit, dan Kaskus (Indonesia).

(4) *Social Blogging Networks*

Jenis media sosial ini memungkinkan penggunaannya untuk mempublikasikan konten ke dalam suatu web, sehingga dapat dicari oleh pengguna lainnya melalui pencarian Google. Jenis ini dapat membantu penggunaannya untuk membangun atau mengembangkan bisnis. Selain itu, jenis ini sangat cocok bagi penulis yang ingin *sharing* ide kreatifnya. Media sosial jenis ini adalah Tumblr dan Medium.

(5) *Social Audio Networks*

Jenis ini menghadirkan konten dalam bentuk audio, misalnya konten *podcast* hingga platform untuk berdiskusi. Setiap penggunaannya dapat berkumpul pada satu *room* dan berdiskusi atau mendengarkan sesama pengguna lainnya. Media jenis ini, seperti Clubhouse dan Twitter Space.

(6) *Live Stream Social Media*

Media sosial jenis ini memungkinkan penggunaannya untuk melakukan *broadcast* video secara langsung ke banyak orang atau sekadar menonton menikmati konten para streamer. Pada jenis ini tersedia fitur *live chat* yang memungkinkan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya atau bahkan dengan *broadcaster*.

(7) *Review Networks*

Media sosial jenis ini membantu penggunaannya untuk membagikan pengalaman pada saat menggunakan produk, jasa, atau bahkan pengalaman bekerja di suatu perusahaan. Beberapa situs *networks* diantaranya, Yelp atau Glassdoor.

#### 2.1.2.4. Tiktok

##### 1) Pengertian Tiktok

Tiktok merupakan *platform* media sosial yang didirikan oleh perusahaan asal Tiongkok, yaitu ByteDance, yang membuat penggunanya dapat berbagi dan membuat video dengan memanfaatkan berbagai pilihan musik, filter, serta fitur kreatif lainnya yang sudah tersedia (Ramadhani & Alfando, 2024).

*Platform* media sosial Tiktok merupakan sarana yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengekspresikan kreativitasnya melalui pembuatan video pendek. *Platform* ini memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan dirinya secara bebas, seperti menari dan bergaya bebas sesuai dengan ide masing-masing, sehingga mendorong para pembuat konten lainnya untuk mengembangkan imajinasi, meningkatkan kreativitas, dan bebas mengekspresikan diri (Mahardika et al., 2021).

Menurut Ma & Hu (dalam Damelson, 2023), aplikasi Tiktok merupakan aplikasi video sekaligus jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk saling mengikuti dan berkomunikasi satu sama lain, sebagaimana dengan karakteristik umum pada *platform* media sosial lainnya. Tiktok menyediakan efek khusus yang unik, menarik, dan dapat digunakan oleh seluruh pengguna Tiktok, sehingga penggunanya dapat menghasilkan video pendek yang menarik.

Tiktok merupakan *platform* yang di dalamnya memiliki fitur utama, yaitu pembuatan video dengan durasi 15 detik – 10 menit. Tiktok menjadi *platform* yang berperan penting dalam meningkatkan kreativitas dan dapat membantu penggunanya untuk mengekspresikan dirinya dengan cepat dan mudah. *Platform*

Tiktok tidak hanya untuk membuat video pendek saja, namun penggunanya dapat melakukan hal lain, seperti mengirim pesan, berteman antar pengguna, dan mencari video hiburan sampai edukasi tanpa batas (Savitri, 2023). Berikut adalah beberapa fitur yang ada pada *platform* Tiktok:

- (1) FYP atau *For you page* merupakan berbagai macam video yang muncul di beranda Tiktok.
- (2) Fitur utama dalam membuat konten Tiktok adalah rekaman audio dan merekam video.
- (3) *Like, comment, share, save* merupakan fitur untuk berinteraksi dengan cara memberikan reaksi terhadap suatu video.
- (4) Fitur duet digunakan untuk berkolaborasi antar pengguna.
- (5) *Stitch* adalah fitur untuk menghubungkan video baru dari satu pengguna dengan video dari pengguna lain.
- (6) Filter atau *effect* merupakan fitur Tiktok yang dapat digunakan untuk mempercantik diri atau mencerahkan ruangan pada saat membuat video.
- (7) *Live* merupakan fitur siaran langsung yang dapat digunakan oleh pengguna.
- (8) Tiktok *shop* merupakan fitur yang digunakan oleh pengguna jika ingin melihat barang yang dijual oleh pengguna lainnya.

Menurut Mahardika et al. (2021), munculnya media sosial Tiktok membawa perubahan seseorang dalam berinteraksi, misalnya antara orang tuas dan anak yang menjadi sibuk memegang handphone-nya masing-masing. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran karena anak-anak masih berada pada fase perkembangan diri yang belum stabil, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan rentan akan perilaku yang konsumtif. Oleh karena itu, peran orang tua sangat diperlukan dalam mengawasi

aktivitas anak di media sosial dan membangun komunikasi yang intens sebagai bentuk edukasi. Orang tua perlu membimbing anaknya agar mampu memiliki konten yang bersifat positif maupun negatif, serta memberikan pemahaman mengenai penggunaan media sosial.

Hadirnya media sosial memberikan ruang bagi penggunanya untuk selalu berkreaitivitas dan mengeskpresikan dirinya. Dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada *platform* Tiktok, pengguna dapat menarik pengguna lainnya untuk melihat konten video yang sudah dibuat. Penggunaan media sosial, terutama *platform* Tiktok perlu diawasi agar tidak terjadi hal yang diluar dugaan.

## **2) Kelebihan dan Kekurangan Tiktok**

Media sosial Tiktok merupakan *platform* yang saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan (Calvin, 2024). Tiktok memiliki kelebihan dibanding media sosial lainnya. Berikut adalah kelebihan *platform* Tiktok:

### **(1) Dominasi Video Pendek**

Video pendek Tiktok memiliki durasi 15 detik hingga 10 menit, sehingga sesuai dengan kebutuhan pengguna yang menyukai konten pendek namun menarik.

### **(2) Kurasi Konten Berbasis Algoritma**

Kunci sukses konten Tiktok adalah FYP Tiktok. Dengan dukungan algoritma canggih, FYP mampu menyusun beranda yang sesuai dengan minat penggunanya, sehingga menghadirkan konten yang membuat penggunanya terus menelusuri *platform* Tiktok.

(3) Kebebasan Berkreasi

Banyaknya fitur pada *platform* ini membuat pengguna dapat mengembangkan kreativitasnya secara optimal. Tiktok menawarkan media sebagai media mengekspresikan dirinya, baik itu melalui lip-sync lagu populer, berpartisipasi dalam challenge, maupun membuat konten lainnya.

(4) Tren dan Challenge

Tiktok memiliki kemampuan untuk menghasilkan tren dan challenge yang sedang viral, sehingga mampu menyaukan para penggunanya. Tren dan challenge yang sedang berlangsung dapat membuat penggunanya terdorong untuk berpartisipasi dalam membuat aktivitas tersebut.

(5) Tiktok Shop

Tiktok shop memberikan kesempatan bagi sebuah brand untuk menampilkan sekaligus menjual produk kepada pengguna Tiktok. pengguna Tiktok dapat mencari, memilih, lalu menambahkan produk yang diinginkan kedalam keranjang belanja.

(6) Keterlibatan Tinggi

Tingginya keterlibatan di Tiktok dapat dilihat dari tingkat partisipasi dan interaksi pengguna dengan konten. Keterlibatan ini bisa dilihat melalui jumlah suka, komentar, bagikan, maupun bentuk interaksi lain yang muncul pada sebuah konten video.

(7) Kesetaraan Peluang

Tiktok menawarkan kesempatan yang setara bagi setiap penggunanya untuk memperoleh exposure dengan cara membuat konten yang menarik.

(8) Kemudahan Kolaborasi

Tiktok memiliki dua fitur kolaborasi, yaitu duet dan *stitch*. Fitur duet memungkinkan pengguna menggabungkan video dirinya dengan orang lain berdampingan, sedangkan *stitch* memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengedit lalu menyisipkan potongan video orang lain ke dalam video yang sedang dibuat.

Meskipun Tiktok memiliki banyak kelebihan dan dikenal oleh banyak orang, tetapi *platform* ini memiliki beberapa kekurangan (Calvin, 2024). Berikut adalah kekurangan dari *platform* Tiktok:

(1) Privasi dan Keamanan Data

Tiktok menjadi sorotan terkait privasi dan keamanan data. Beberapa pengguna merasa khawatir bahwa data pribadinya dapat disalahgunakan atau dibagikan kepada pihak yang tidak bertanggung jawab.

(2) Konten yang Tidak Sesuai

Tiktok menampilkan berbagai konten yang tidak seluruhnya sesuai dengan setiap kalangan. Sebagian konten mengandung bahasa atau tema yang kurang pantas ditampilkan bagi pengguna yang usianya lebih muda. Hal ini menimbulkan rasa tidak nyaman atau bahkan bisa menyinggung beberapa pengguna.

(3) Isu Kontroversial

Banyaknya kontroversi di Tiktok yang berkaitan dengan keamanan anak-anak, cyberbullying, dan isu lainnya membuat penggunanya merasa terancam keselamatannya.

(4) Ketergantungan dan Waktu yang Dhabiskan

Penggunaan yang terus-terusan menelusuri beranda Tiktok menghabiskan

waktu dengan durasi yang sangat panjang. Kondisi tersebut berpotensi untuk menurunkan produktivitas dan menimbulkan kecanduan bagia para penggunanya.

#### **2.1.2.5. Perilaku *Mindless Scrolling***

##### **1) Pengertian *Mindless Scrolling***

*Mindless scrolling* mulai dikenal sejak tahun 2015 sebagai bentuk respons terhadap meningkatnya pengguna media sosial yang melakukan pengguliran konten secara terus-menerus. Menurut De Segovia et al., (dalam Dianingtyas, 2025), *mindless scrolling* merupakan suatu kebiasaan menggulir konten pada *platform* media sosial tanpa tujuan tertentu, yang dilakukan secara otomatis dan seringkali tanpa disadari oleh penggunanya

Menurut Bauer et al., (dalam Fajria, 2025), *mindless scrolling* merupakan suatu bentuk tindakan pasif pada saat menggunakan media sosial yang dilakukan tanpa tujuan yang jelas dan penurunan kesadaran. Seseorang yang memiliki perilaku *mindless scrolling* cenderung tidak menyadari bahwa dirinya telah menghabiskan banyak waktu hanya untuk menjelajahi konten tanpa batas di media sosial.

Lupinacci (dalam Tane, 2023) mendefinisikan *mindless scrolling* sebagai aktivitas yang menimbulkan pemisahan antara keterlibatan fisik tubuh yang aktif dengan kondisi pikiran yang pasif dan kurang terlibat secara penuh. Sementara itu, Lora (dalam Fajria, 2025) mendefinisikan *mindless scrolling* sebagai kondisi tidak sadar seseorang ketika dirinya tidak sadar telah menjelajah media sosial, yang

ditandai dengan dorongan eksplorasi secara berlebihan akibat desain *platform* yang bersifat adiktif.

Berdasarkan definisi diatas, *mindless scrolling* adalah perilaku seseorang dalam menggunakan media sosial secara terus menerus tanpa tujuan yang jelas dan tanpa disertai kesadaran penuh. Perilaku ini terjadi ketika seseorang secara otomatis menggulir berbagai konten yang tersedia melalui fitur *infinite scrolling* (pengguliran tak terbatas), sehingga membuat penggunaan media sosial lebih lama dari yang direncanakan.

## 2) Dimensi *Mindless Scrolling*

Menurut Baughan et al., (dalam Fajria, 2025), *mindless scrolling* disebabkan karena disosiatif pikiran. Dimensi ini menjadi ciri dari tahapan disosiasi pikiran. Berikut adalah dimensi *mindless scrolling*:

### (1) *Entry-Point To passive* (Titik Masuk Ke *Scrolling*)

Pada tahap ini, individu mengalami kondisi disosiasi yang tanpa direncanakan dengan menurunnya fokus terhadap suatu hal dan terjadinya pengalihan pikiran, sehingga perhatian tidak sepenuhnya tertuju pada aktivitas yang sedang dilakukan, seperti belajar atau kegiatan lainnya. Pada tahap ini, individu juga cenderung melakukan pelarian secara sadar (*stress-relief*), seperti menonton film, membaca buku, atau menggunakan media sosial. Dalam hal ini, bentuk pelarian yang sering dilakukan oleh individu adalah mengakses media sosial Tiktok.

(2) *Normative Dissociation* (Disosiasi Normatif)

Pada tahap ini, tingkat fokus individu mulai menyempit yang menyebabkan menurunnya kesadaran terhadap diri, waktu, dan ingatan pada kegiatan yang sedang dilakukan. Tahap ini terdiri dari dua jenis kondisi, seperti kondisi *flow* yang berartikan keadaan ketika individu terlibat secara aktif pada suatu aktivitas yang memiliki tujuan dan makna, seperti membuat suatu karya atau mengedit video dan kondisi *zone* yang berartikan keadaan ketika individu terlibat dalam aktivitas yang tidak bermakna dan cenderung dilakukan secara terus-menerus, seperti melihat konten yang terus berganti (*infinite scrolling*).

(3) *Exit-Point* (Titik Keluar)

Pada tahap ini, kesadaran dan fokus individu kembali pulih. Pada tahap ini, individu akan mengalami rasa bingung terhadap aktivitas yang sebelumnya dilakukan selama kondisi disosiasi. Ketika individu terbebas dari tahap disosiasi normatif dalam kondisi *flow*, maka individu akan merasakan manfaat, nilai, dan afirmasi positif dari aktivitas tersebut. Namun sebaliknya, apabila individu keluar dari kondisi *zone*, maka individu tersebut akan merasa lelah, kehabisan energi, dan muncul kecenderungan emosi negatif.

### 3) **Faktor Penyebab *Mindless Scrolling***

*Mindless scrolling* diakibatkan karena kurangnya kontrol atau intensi, sehingga individu terdorong dalam kegiatan *mindless scrolling* (Wijaya, 2024).

Berikut adalah faktor penyebab terjadinya perilaku *mindless scrolling*:

(1) Desain Aplikasi yang Adiktif

Perilaku *mindless scrolling* muncul karena adanya kecanggihan teknologi yang menampilkan aplikasi dengan sifat adiktif yang mampu menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna berdasarkan apa yang sering dilihat, disukai, atau diikuti. Dengan adanya fitur *infinite scrolling* pada sebuah aplikasi, memungkinkan pengguna untuk terus menggulir layar tanpa batas, sehingga mendorong pengguna untuk terus-menerus scrolling tanpa disadari.

(2) Penguatan Positif

Berdasarkan medis, perilaku *mindless scrolling* muncul berkaitan dengan peran dopamin, yaitu zat kimia di otak yang memunculkan rasa senang dan penghargaan pada diri sendiri. Saat individu menggunakan ponsel dan mendapatkan umpan balik positif, seperti like, komentar, penambahan pengikut, atau konten yang dibagikan, otak akan melepaskan dopamin tersebut dan membutuhkan stimulasi yang lebih kuat untuk memperoleh perasaan yang sama. Kondisi tersebut akan membentuk siklus ketergantungan, di mana individu terdorong untuk terus menggunakan ponsel dan menggulir konten secara terus-menerus.

(3) Kebiasaan dan Prokrastinasi

*Mindless scrolling* berawal dari kebiasaan kecil yang dilakukan secara berulang dan terus-menerus, seperti menggulir layar ponsel yang sudah menjadi kebiasaan dan sulit dihindari. Kebiasaan ini semakin kuat jika dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang tidak terkontrol (*bad habit*), terutama saat individu menggunakannya sebagai bentuk pelarian dari

tugas atau pekerjaan yang dianggap tidak menyenangkan. Akibat dari perilaku tersebut, individu akan menunda tanggung jawab yang seharusnya ia kerjakan.

(4) **Kebutuhan Sosial dan Emosional**

Saat ini media sosial menjadi kebutuhan bagi sebagian individu untuk memperoleh informasi. Kondisi ini memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kekhawatiran seseorang akan tertinggal informasi atau peristiwa di media sosial. Perasaan itu muncul karena individu terus membuka dan mengakses media sosial secara terus-menerus, sehingga terbentuk kebiasaan menggulir layar tanpa tujuan yang jelas.

(5) **Distraksi dan Pelarian**

Media sosial sering dimanfaatkan sebagai sarana pelarian dari stress dan tekanan hidup. Hal ini disebabkan oleh aktivitas menggulir konten yang dapat memberikan distraksi sementara dari beban emosional. Selain itu, media sosial sering dijadikan pilihan untuk mengisi waktu luang saat individu merasa bosan atau tidak memiliki aktivitas.

#### **2.1.2.6. Prokrastinasi Akademik**

##### **1) Pengertian Prokrastinasi Akademik**

Prokrastinasi berasal dari Bahasa Latin, yaitu *Procrastinate* yang terdiri dari dua kata, yaitu “*Pro*” yang berarti maju dan “*Cratinus*” yang berarti keputusan hari esok. Maka, prokrastinasi merupakan mengundur waktu sampai hari esok (Ferrari dalam Paraera & Pedhu, 2025).

Dalam psikologi, prokrastinasi merupakan perilaku menunda untuk menyelesaikan tugas dan memilih untuk mengerjakan hal yang kurang penting,

sehingga tugas utama terabaikan. Menurut Steel (Santosa & Muchsini, 2024), prokrastinasi akademik merupakan suatu tindakan yang dengan sengaja menunda tugas akademik dalam waktu tertentu. Seseorang yang kesulitan untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan batas waktu yang ditentukan dan seringkali mengalami keterlambatan atau bahkan gagal dalam menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu disebut sebagai *procrastinator*.

Menurut Balkis dan Duru (dalam Achmad & Dewi, 2022), prokrastinasi akademik merupakan keadaan ketika seseorang memiliki kecenderungan untuk menunda tugas yang berkaitan dengan kegiatan akademik. Perilaku ini muncul karena merasa cemas terhadap tugas yang harus diselesaikan. Hal ini sering dialami oleh pelajar.

Menurut Rasmitasari, Rahman, dan Nurhadi (Safira, 2025), dampak dari prokrastinasi akademik dapat dilihat melalui beberapa aspek, seperti akademik, psikologis, dan sosial. Dampak akademik yang dapat dirasakan oleh seseorang dapat berupa penurunan prestasi, stress, dan *burnout*. Sedangkan dampak psikologi yang dirasakan oleh seseorang, seperti gangguan konsentrasi, menurunnya kepercayaan diri, dan selalu merasa rendah. Selain itu, dampak sosial yang dapat dirasakan adalah seseorang menjadi tidak beretika pada saat berinteraksi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kebiasaan menunda untuk mengerjakan tugas akademik biasa disebut dengan prokrastinasi akademik. Kebiasaan ini memiliki dampak yang dapat merugikan diri sendiri, seperti menurunnya prestasi, meningkatkan kecemasan, dan

sebagainya. Menunda tugas atau pekerjaan lainnya membuat manajemen waktu seseorang terganggu, yang pada akhirnya akan membuat sulit dirinya sendiri.

## 2) Dimensi Prokrastinasi Akademik

Menurut Ferrari, Johnson, dan McGown (dalam Setiorini, 2024), prokrastinasi akademik memiliki empat aspek, yaitu sebagai berikut:

### (1) *Perceived Time* (Persepsi Waktu)

Prokrastinasi akademik yang dilakukan oleh individu adalah tidak bisa memenuhi batas waktu penyelesaian tugas, sehingga mengakibatkan rasa tidak mampu dalam memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas.

### (2) *Intention-action* (Kesenjangan antara Niat dan Tindakan)

Adanya kesenjangan antara keinginan dan perilaku dalam penggunaan waktu sehingga menyebabkan individu merasa kesulitan dalam menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, meskipun individu tersebut memiliki keinginan untuk menyelesaikan tugasnya.

### (3) *Emotional Distress* (Tekanan Emosional)

Perasaan khawatir muncul ketika individu melakukan prokrastinasi akademik yang menimbulkan ketidaknyamanan atau bahkan tekanan emosional.

### (4) *Perceived Ability* (Persepsi Terhadap Kemampuan Diri)

*Perceived ability* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya yang berkaitan dengan rasa takut akan kegagalan, sehingga memunculkan rasa cemas dan cenderung menyalahkan diri sendiri.

### 3) Faktor Penyebab Prokrastinasi Akademik

Menurut Ferrari dalam bukunya M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita S, prokrastinasi memiliki dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (dalam Setiorini, 2024). Berikut adalah faktor penyebab prokrastinasi:

#### (1) Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam diri individu. Faktor internal meliputi kondisi fisik, seperti seseorang yang kelelahan akan cenderung melakukan prokrastinasi dibandingkan seseorang yang tidak kelelahan. Selain itu, kondisi internal meliputi kondisi psikologis, seperti semakin tinggi dorongan atau motivasi yang diterima individu pada saat menghadapi tugas, maka semakin berkurang pula kecenderungan untuk menunda-nunda.

#### (2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar diri individu. Faktor eksternal meliputi hasil asuhan orang tua dan kondisi lingkungan. Gaya pengasuhan orang tua yang otoriter akan membuat anak-anak melakukan perilaku prokrastinasi, sedangkan gaya pengasuhan orang tua yang otoritatif akan menghasilkan anak yang tidak melakukan prokrastinasi. Selain itu, prokrastinasi diakibatkan oleh kondisi lingkungan. Tingkat prokrastinasi yang cenderung rendah berada di kondisi lingkungan yang penuh dengan pengawasan, sementara tingkat prokrastinasi yang tinggi berada di kondisi lingkungan yang kurang pengawasan.

### 2.1.3. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori penggunaan dan kepuasan (*Uses and Gratifications theory*) yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch pada tahun 1974 dalam bukunya yang berjudul *The Uses on Mass Communications*. Teori ini mengkaji mengenai bagaimana seorang individu berinteraksi dengan media. Teori ini menjelaskan bahwa pengguna media secara aktif memilih dan memanfaatkan media. Teori ini membahas berbagai cara mengenai bagaimana seorang individu mencari, menggunakan, dan bereaksi pada isi media secara berbeda (Amalia, 2021).

Menurut Isnaini et al. (2023), *Uses and Gratification* merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memahami bagaimana seorang individu memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhannya dan sejauh mana media tersebut mampu memberikan kepuasan. Pendekatan ini menitikberatkan pada pertanyaan mengenai apa yang dilakukan seseorang dengan media yang merupakan sarana untuk memenuhi serta memuaskan berbagai kebutuhannya.

Katz, Blumler, dan Gurevitch (dalam Syafrina, 2022b), menyatakan bahwa audiens bersifat aktif, selektif, dan berorientasi pada saat memilih dan menggunakan media. Audiens memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan, namun tingkat keaktifan setiap individu berbeda-beda dan dipengaruhi oleh kebutuhan serta tujuan. Pada teori ini, ada 5 (lima) asumsi dasar, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Audiens dianggap aktif dan berorientasi pada tujuan oleh pengguna media.

- 2) Audiens berinisiatif untuk mendapatkan kepuasan media yang ditentukan oleh audiensi.
- 3) Media bersaing dengan kepuasan lain.
- 4) Audiens memiliki kesadaran yang cukup terhadap ketertarikan, motif, dan pengguna media.
- 5) Penilaian mengenai isi media ditentukan oleh audiens.

McQuail (dalam Syafrina, 2022b), mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) alasan seseorang menggunakan media, yaitu: pengalihan, hubungan personal (menggunakan media sebagai pengganti teman), identitas personal (cara untuk memperkuat nilai-nilai individu), serta pengawasan (media membantu seseorang untuk mencapai sesuatu).

Menurut Effendy dan Onong Uchjana (dalam Riyanto, 2017), teori *Uses and Gratification* menekankan pergeseran perhatian dan tujuan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Oleh karena itu, fungsi komunikasi massa ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dimiliki oleh audiens. Teori ini menyatakan bahwa masalah utama tidak terletak pada seberapa besar pengaruh media terhadap perilaku audiens, tetapi pada kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial audiens. Maka dari itu, teori ini lebih menekankan peran audiens yang aktif dalam menggunakan audiens untuk mencapai tujuan tertentu, serta menegaskan bahwa komunikasi massa berfungsi sebagai sarana yang melayani kebutuhan audiens.

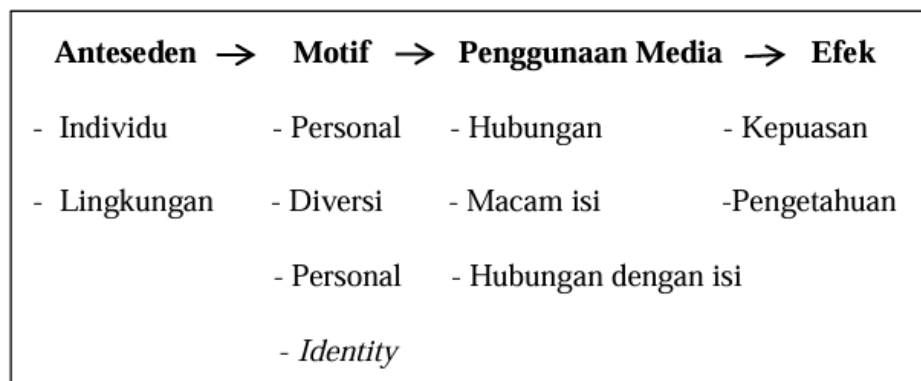
Setiap individu memiliki batas penggunaan dalam menggunakan media. McQuail et.al., (dalam Meysarah, 2023), mengidentifikasi beberapa kebutuhan dan

kepuasan khalayak, diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Diversion*, yaitu pemanfaatan media sebagai sarana untuk mengalihkan diri dari rutinitas atau permasalahan sehari-hari.
- 2) *Personal relationship*, yaitu pemanfaatan media sebagai pengganti kehadiran orang lain yang dapat memberikan rasa kebersamaan (*companionship*).
- 3) *Personal identity*, yaitu penggunaan media sebagai cara untuk memperkuat dan meningkatkan nilai-nilai diri.
- 4) *Surveillance*, yaitu pemanfaatan media sebagai sumber untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu audiens dalam memahami serta mengatasi berbagai situasi.

Teori *Uses and Gratification* memiliki model-model yang dirancang untuk menjelaskan proses penerimaan dalam komunikasi massa serta menggambarkan bagaimana seorang individu atau kelompok memanfaatkan media (Meysarah, 2023). Berikut adalah model teori *Uses and Gratification*:

**Gambar 2.1. Model *Uses and Gratifications***



Sumber: Amalia (2021)

Blumler mengatakan bahwa ada 3 (tiga) jenis orientasi yang terdapat pada kerangka operasionalisasi (Riyanto, 2017), yaitu:

- 1) Orientasi kognitif (keinginan untuk belajar dan eksplorasi realitas).
- 2) Orientasi diversifikasi (kebutuhan pengurangan stres dan kebutuhan hiburan).
- 3) Identitas personal (penggunaan media untuk meningkatkan kualitas hidup).

Berdasarkan penelitian ini, teori *Uses and Gratification* menjadi landasan untuk memahami perilaku mahasiswa tingkat akhir Kota Bandung yang secara aktif menggunakan media sosial, khususnya Tiktok. teori ini menjelaskan bahwa mahasiswa bukan hanya individu yang secara sadar memilih media sosial Tiktok untuk memenuhi kebutuhannya, seperti mencari hiburan, melepas stres, membangun hubungan dengan pengguna lain, memperkuat identitas diri, serta mencari informasi. Dalam konteks ini, penggunaan Tiktok secara terus-menerus akan berkembang menjadi kondisi *mindless scrolling*, yaitu kebiasaan menggulir konten secara terus menerus tanpa tujuan yang jelas.

Berdasarkan proses penyusunan skripsi, mahasiswa tingkat akhir seringkali menghadapi tekanan akademik, keterbatasan waktu, dan beban psikologis. Kondisi ini yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan Tiktok sebagai sarana pelarian untuk memperoleh hiburan dan mengurangi rasa jenuh. Namun, penggunaan yang pada awalnya hanya untuk mengurangi stres dapat berubah menjadi *mindless scrolling* yang menyita banyak waktu dan fokus pada skripsi. Akibat dari perilaku tersebut, mahasiswa menjadi kurang fokus pada tugas akademik (skripsi), mengalami gangguan dalam pengelolaan waktu, dan cenderung menunda menyelesaikan skripsi. Perilaku penggunaan Tiktok secara terus-menerus akan membuat rasa puas, namun akan memunculkan perilaku *mindless scrolling* yang dapat berkontribusi terhadap munculnya prokrastinasi akademik pada mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Saat ini penggunaan media sosial banyak digemari oleh berbagai kalangan. Kemunculan media sosial memberikan pengaruh bagi seseorang dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Dengan adanya media sosial, seseorang dapat menyampaikan pendapatnya, mengekspresikan diri, dan menerima atau menyampaikan informasi. Dari sekian banyaknya *platform* media sosial yang digunakan oleh seseorang, media sosial Tiktok yang saat ini paling banyak digunakan.

Tiktok merupakan media sosial yang memberikan ruang kepada penggunanya untuk berekspresi sesuai dengan minatnya sendiri. Seseorang menggunakan media sosial Tiktok untuk berbagi informasi, bertukar pendapat, membuat konten, dan sebagainya. Banyaknya fitur yang ada di media sosial ini, membuat penggunanya memiliki rasa untuk ingin secara terus melihat atau *scrolling* apa yang ada di beranda Tiktoknya. Hal tersebut yang menyebabkan munculnya perilaku *mindless scrolling* Tiktok.

Menurut Vaughan et al., (dalam Fajria, 2025), *mindless scrolling* memiliki 3 (tiga) dimensi, yaitu *entry point to passive*, *normative dissociation*, dan *exit point*. *Entry point to passive* adalah suatu keadaan di mana seseorang memulai untuk *scrolling* Tiktok secara terus menerus karena dirinya melakukan pelarian dari rasa bosan atau stress. *Normative dissociation* adalah kondisi seseorang mulai kehilangan kesadaran terhadap dirinya karena terlalu fokus pada *scrolling* Tiktok. *Exit point* adalah kondisi fokus seseorang mulai kembali.

Penggunaan media sosial Tiktok paling banyak didominasi oleh remaja yang berkisar pada 17 – 25 tahun. Seseorang yang ada di rentan umur tersebut, salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa seringkali menggunakan media sosial Tiktok untuk mencari informasi maupun mencari hiburan dikala ia sedang cemas akan tugas yang diberikan kepadanya. Rasa cemas ini datang karena beberapa faktor, salah satunya adalah takut merasa salah. Untuk menghindari rasa cemas dan takut salah tersebut, terkadang mahasiswa memilih untuk *scrolling* Tiktok karena dapat membuat hatinya senang dan merasa puas. Akan tetapi, perilaku ini dapat menyebabkan seorang mahasiswa menunda-nunda tugasnya.

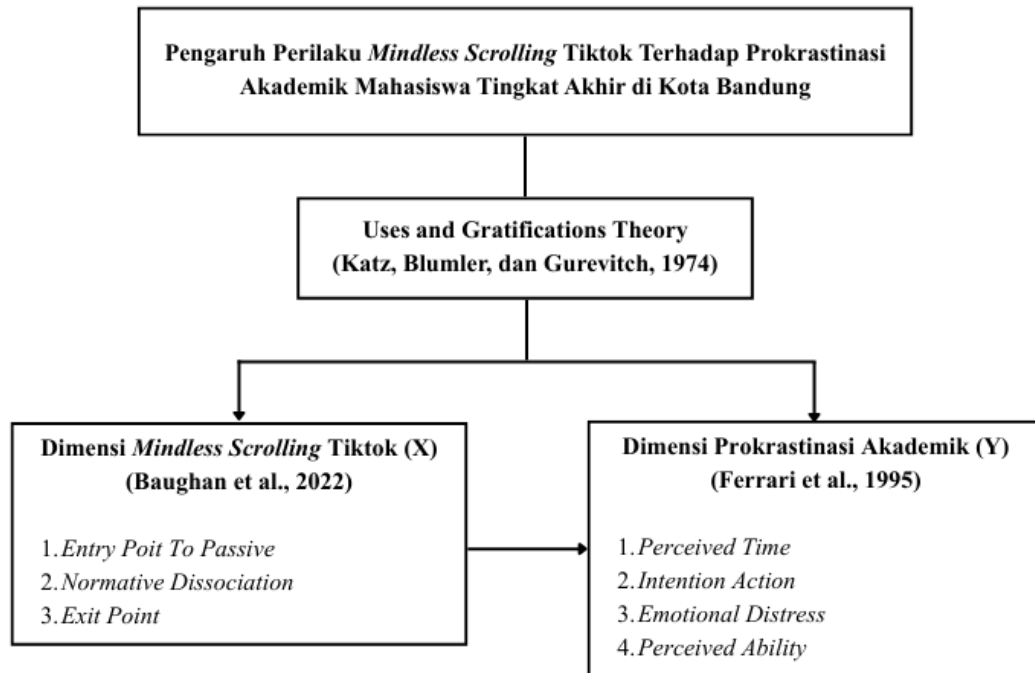
Penggunaan Tiktok yang berlebihan membuat individu kehilangan fokus mengerjakan sesuatu dan berakhir dengan menunda-nunda pekerjaan atau tugas. Perilaku tersebut disebut dengan prokrastinasi akademik. Kebiasaan menunda-nunda pekerjaan atau tugas memiliki dampak yang dapat merugikan diri sendiri, seperti prestasi menurun, meningkatnya rasa cemas, dan sebagainya.

Menurut Ferrari et al., (dalam Setiorini, 2024), prokrastinasi akademik memiliki 4 (empat) dimensi, yaitu *perceived time*, *intention action*, *emotional distress*, dan *perceived ability*. *Perceived time* merupakan kondisi di mana seseorang tidak bisa menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang diberikan. *Intention action* merupakan kondisi seseorang yang mengalami kesulitan pada saat ingin menyelesaikan tugas secara tepat waktu. *Emotional distress* merupakan kondisi seseorang yang merasa gelisah karena menunda suatu pekerjaan. *Perceived ability* merupakan kondisi seseorang yang merasa cemas dan takut akan gagal, sehingga cenderung menyalahkan dirinya sendiri.

Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, seorang individu menggunakan media untuk memenuhi kepuasaannya, seperti hiburan, informasi, maupun pelarian dari tekanan terhadap sesuatu. Ketika rasa puas ini terpenuhi oleh media sosial, khususnya Tiktok, maka seseorang cenderung akan mengalihkan perhatian dan kewajibannya kepada Tiktok dibandingkan dengan apa yang seharusnya ia kerjakan. Kondisi ini yang memicu perilaku *mindless scrolling* dan menyebabkan terjadinya prokrastinasi akademik karena Tiktok dianggap dapat memberikan kepuasan secara cepat dibandingkan dengan hal lain yang membutuhkan usaha dan konsentrasi yang lebih tinggi. Semakin besar kepuasan yang didapat melalui Tiktok, maka semakin besar seseorang akan menunda tugasnya.

Teori *Uses and Gratifications* memandang penggunaan media sebagai keterkaitan antara individu yang merupakan pengguna media, motif penggunaan media, dan media yang digunakan. Akan tetapi, penelitian ini tidak mengkaji mengenai media yang digunakan secara khusus karena penelitian ini berfokus pada perilaku *mindless scrolling* yang dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir Kota Bandung yang berkaitan dengan prokrastinasi akademik. Berikut adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini yang digunakan sebagai dasar dalam merumuskan hipotesis dan pengujian hubungan antarvariabel.

**Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

### 2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan bagian yang penting dalam penelitian untuk menentukan dugaan sementara, menemukan hubungan antar variabel, dan uji kebenaran. Pada penelitian ini, hipotesis akan diuji untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh media sosial Tiktok terhadap prokrastinasi akademik. Berdasarkan variabel yang telah dikaji dalam penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Perilaku *Mindless Scrolling* Tiktok berpengaruh besar terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.

- 2) *Entry Point to Passive* berpengaruh besar terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.
- 3) *Normative Dissociation* berpengaruh besar terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.
- 4) *Exit Point* berpengaruh besar terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung.