



MY KID SPENDS MUCH TIME ON TIKTOK: EFEKTIVITAS MODIFIKASI PERILAKU DENGAN TOKEN EKONOMI DALAM KONTROL DURASI PENGGUNAAN TIKTOK

¹Indria Musalmah, ²Tiara Pabela, ³Aldo Kurniawan,
⁴Rahmah R. Elvika, ⁵Fauziah Taslim

^{1,2,3,4,5}Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

ARTICLE INFORMATION

***Corresponding Author:**
Indria Musalmah
indriamusalmah1234@gmail.com

Article History
Received 29 Juni 2024
Revised 20 Oktober 2024
Accepted 28 Oktober 2024

Kata Kunci
Durasi penggunaan
TikTok
Token ekonomi

ABSTRAK

Kecanduan media sosial TikTok menjadi salah satu fenomena yang semakin meningkat saat ini dan berdampak besar pada kehidupan sehari-hari. Untuk mengurangi kecanduan tersebut penelitian ini menggunakan teknik modifikasi perilaku yaitu token ekonomi. Token ekonomi merupakan sistem modifikasi perilaku yang memanfaatkan prinsip penguatan berupa token untuk meningkatkan perilaku yang diinginkan. Token ekonomi yang digunakan yaitu berupa stiker bintang yang akan diberikan selama fase intervensi. Metode penelitian yang digunakan yaitu *single case experiment* dengan desain penelitian A-B yang terbagi 2 fase yaitu fase *baseline* (A) dan fase Intervensi (B). Subjek merupakan anak remaja berusia 14 tahun yang memiliki tingkat penggunaan media sosial TikTok yang berat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan token ekonomi berhasil mengurangi durasi bermain media sosial TikTok dari rata-rata 6 jam perhari menjadi 2 jam perhari.

ABSTRACT

TikTok social media addiction is one of the phenomena that is increasing today and has a major impact on daily life. To reduce this addiction, this study uses a behavior modification technique, namely token economy. The token economy is a behavior modification system that utilizes the principle of reinforcement in the form of tokens to increase the desired behavior. The economic tokens used are star stickers that will be given during the intervention phase. The research method used is a single case experiment with an A-B research design which is divided into 2 phases, namely the baseline phase (A) and the Intervention phase (B). The subject is a 14-year-old teenager who uses TikTok social media a lot. The results showed that the application of the token economy succeeded in reducing the duration of playing TikTok social media from an average of 6 hours a day to 2 hours a day.

Cite this Article:
Musalmah, I., Pabela, T., Kurniawan, A., Elvika, R. R., & Taslim, F. (2024). My kid spends much time on TikTok: Efektivitas modifikasi perilaku dengan token ekonomi dalam kontrol durasi penggunaan TikTok. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 402-414 doi: <https://doi.org/10.35760/psi.2024.v17i2.11761>

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, teknologi internet terus berkembang dan sudah menjadi kebutuhan di kehidupan sehari-hari, baik untuk bersosialisasi, pendidikan, bisnis dan lainnya.

Tidak dapat dihindari bahwa media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Media sosial yang awalnya digunakan untuk berhubungan dan menjalin pertemanan dengan orang lain, saat ini sudah mulai berkembang. Media sosial menjadi *platform* yang menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Kegiatan sosial yang dilakukan dapat berupa interaksi dalam komunikasi seperti mengirimkan dan memberikan informasi, berbagi foto, video dan sebagainya. Media sosial dengan jumlah pengguna aktif paling banyak berdasarkan wearesocial.com (2024) data *platform* media sosial favorit yaitu *Instagram, Whatsapp, facebook, wechat, Tiktok, dan Douyin*.

Berdasarkan laporan terbaru *We are Social* 2024 tersebut, TikTok masuk lima besar *platform* media sosial terpopuler di dunia. Tiktok menjadi aplikasi dengan banyak pengguna, terbukti dari *rating* bintang di *playstore* yaitu 4.1 dan sudah diunduh 500 juta kali per 2024. Data dari kompas.com (2023) pengguna TikTok tembus 113 juta di Indonesia, hal ini di dapat dari laporan firma riset Statista per April 2023. Berdasarkan informasi di atas TikTok menjadi aplikasi terbanyak pengguna kedua di Indonesia. Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang saat ini sangat banyak diminati tidak hanya oleh orang dewasa tetapi juga dari kalangan balita, anak-anak maupun remaja. Berdasarkan *We Are Social* (2024), saat ini hingga Januari 2024 Indonesia menjadi negara yang paling banyak mengakses TikTok tercatat 126.83 juta pengguna. Selain itu sejak tahun 2020 aplikasi TikTok sudah berkembang dan populer di Indonesia (Falgoust dkk., 2022). Aplikasi TikTok berisi video pendek yang ditampilkan dengan musik serta dilengkapi dengan fitur-fitur unik yang menarik dan dapat diakses oleh semua orang. TikTok menjadi aplikasi yang memberikan manfaat dalam hiburan, pertemanan, informasi, dan popularitas untuk para pengguna (Deriyanto & Qorib, 2019).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (2023) menetapkan bahwa generasi Z usia 12-27 tahun menjadi pengguna internet sebanyak 87.02 persen. Berdasarkan hasil survei asosiasi tersebut memperlihatkan bahwa individu yang sering menghabiskan waktu di media sosial adalah usia remaja dan juga terdapat dewasa. Masa remaja adalah periode perpindahan dari anak-anak menuju dewasa, dimana individu berada pada rentang usia 13-18 tahun (Hurlock, 1980). Kalangan remaja merupakan sekelompok usia yang paling cepat mengadopsi teknologi baru dan paling rentan terhadap efek negatifnya (Valkenburg & Peter, 2011). Di dalam hal ini kecanduan yang paling banyak dikaitkan dengan permainan dan penggunaan media sosial.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2023 sebesar 98.2% pengguna media sosial adalah kalangan remaja (databoks.katadata, 2023). Perkembangan media internet yang semakin berkembang di kalangan remaja, dapat menimbulkan perubahan sikap dan perilaku (Asmaya, 2015). Berdasarkan data dari penelitian Puspitasari dan Fikry (2023), sebanyak 35.3% remaja mengakses TikTok kurang

dari 4 jam sehari, dan 30.6% remaja menggunakan 5-6 jam sehari. Young (2010) mengemukakan bahwa pengguna yang menghabiskan waktu sekitar 40 hingga 80 jam setiap minggu dikatakan sebagai kecanduan. Berdasarkan DSM-V yang tergolong kedalam kecanduan adalah mereka yang *online* lebih dari 38 jam perminggu untuk bermain media sosial, sehingga kesulitan untuk mengendalikan lamanya durasi bermain yang menyebabkan lebih sering beraktivitas di dunia maya (Dewiratri, Karini, & Machmuroh, 2014).

Pemilihan subjek pada penelitian ini didasarkan pada observasi awal pada remaja dengan inisial K berusia 14 tahun yang bermain aplikasi media sosial TikTok lebih dari 40 jam perminggu dengan rata-rata per hari menghabiskan durasi selama 6 jam. Berdasarkan wawancara terhadap subjek mengatakan bahwa subjek menggunakan TikTok untuk hiburan dan melihat video lucu berjam-jam bahkan tidak jarang hal tersebut membuatnya pusing. Hal itu membuat K lebih sering menghabiskan waktu untuk bermain aplikasi media sosial daripada bermain keluar. Masalah lain yang dialami K adalah sering menunda pekerjaan rumah dan tugas karena memilih membuka aplikasi TikTok terlebih dahulu.

Menurut The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (dalam Surya, 2002) pengguna yang menghabiskan waktu dengan intensitas internet 10 sampai 40 jam per minggu atau 3-6 jam perhari tergolong pengguna *medium users*. Sementara ada pengguna yang menghabiskan waktu dengan intensitas lebih dari 40 jam per minggu atau 6 jam perhari tergolong pengguna *heavy users*. Selanjutnya pengguna yang menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per minggu atau kurang dari 3 jam perhari tergolong pengguna *light users*. Kecanduan media sosial menurut Longstreet dan Brooks (2017) merupakan bagian dari kecanduan internet terkait dengan penggunaan media sosial. Menurut van Den Eijnden, Lemmens, dan Valkenburg (2016), kecanduan media sosial adalah gangguan perilaku yang disebabkan oleh penggunaan media sosial yang tidak terbatas, yang menyebabkan kecenderungan untuk terus menggunakannya. Hal ini membuktikan bahwa jika seorang anak hanya mengakses aplikasi media TikTok selama 40 jam seminggu atau 6 jam dalam sehari dapat mengarah pada kecanduan.

Ketergantungan terhadap media sosial mengakibatkan dampak negatif yang akan dialami remaja. Media sosial menjadikan remaja abai terhadap tugas dan tanggung jawabnya karena terlalu sibuk menghabiskan waktunya untuk bermain media sosial (Mim, Islam, & Paul, 2018). Salah satu dampak negatif yang paling sering dijumpai adalah penggunaan media sosial secara berlebihan yang mengarah pada ketergantungan terhadap aplikasi media sosial itu sendiri. Kecanduan media sosial sama seperti kecanduan penggunaan narkoba, alkohol, atau perjudian yang mengakibatkan kegagalan akademis, penurunan kinerja, bahkan perselisihan (Young, 1998).

Penggunaan TikTok yang berlebihan menimbulkan dampak perasaan kompulsif berupa dorongan untuk menggunakan aplikasi TikTok terus menerus (Idris, 2020). Selain itu, terdapat hubungan antara kecanduan internet dengan depresi karena individu mengembangkan kebiasaan kompulsif yang dapat menyebabkan peningkatan depresi (Dewiratri, Karini, & Machmuroh, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2023) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengganggu kegiatan akademik, hubungan sosial dengan keluarga dan teman, dan kehidupan personal remaja.

Untuk mengurangi penggunaan media sosial TikTok yang berlebihan, peneliti menggunakan teknik modifikasi perilaku yaitu token ekonomi. Token ekonomi merupakan salah satu teknik modifikasi perilaku yang menggunakan sistem token seperti poin, stiker atau koin. Token ekonomi menerapkan *reinforcement positif* di mana token akan diberikan jika anak melakukan perilaku yang diinginkan (Martin & Pear, 2019). Token ekonomi adalah sebuah sistem modifikasi perilaku berdasarkan pengkondisian operan yang memanfaatkan penguatan terhadap perilaku target (Matson, Estabillo, & Martheis, 2016). Token tersebut berguna sebagai *reinforce* (penguat) yang nantinya dijumlahkan dan ditukarkan dengan hadiah atau *reward* (Miranti & Praktiko, 2020).

Konsep token ekonomi adalah memberikan penguatan langsung terhadap perilaku yang diinginkan sesuai aturan-aturan yang telah ditentukan di awal modifikasi. Menurut Indrijati, Mastuti, dan Surjaningrum (2002), penggunaan metode token ekonomi ini efektif untuk seluruh usia dimana kontrol pada pemberian token menjadi intervensi yang baik. *Reinforcement* yang nyata, fleksibel dalam memilih penguat, dan minat peserta adalah keuntungan dari pendekatan ini. Penelitian yang dilakukan oleh Yumna, Husniah, dan Kurniawan (2022) menunjukkan bahwa token ekonomi efektif mengurangi kecanduan media sosial pada siswa SMP pada kategori sedang dan rendah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hasibuan dan Daulima (2023) menunjukkan bahwa *behavior therapy* token ekonomi membantu mengurangi durasi bermain *game* dengan pemberian *reward* atau poin jika target yang ditentukan terpenuhi. Penelitian yang dilakukan oleh Idris (2022) menunjukkan bahwa *token economy* yang dilakukan dapat mengurangi perilaku penggunaan aplikasi TikTok. Hal ini membuktikan bahwa *token economy* cukup efektif untuk mengatasi penggunaan media sosial TikTok yang berlebihan. Oleh sebab itu peneliti bertujuan untuk menggunakan teknik token ekonomi guna mengurangi durasi penggunaan TikTok pada remaja.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan *single-case experiment* yang melibatkan pengukuran perilaku

Penelitian ini menggunakan *single-case experiment* yang melibatkan pengukuran perilaku target pada satu individu dengan tujuan untuk mengetahui apakah hasil intervensi yang dilakukan mempengaruhi perilaku target (Kazdin, 2011). Model penelitian A-B yang merupakan desain penelitian paling sederhana pada modifikasi perilaku. Berdasarkan Miltenberger (2016), desain penelitian A-B terbagi dua yaitu fase *baseline* (A), fase intervensi (B). Fase *baseline* (A) dilakukan sebelum intervensi dilakukan dan digunakan untuk mengukur perilaku target tanpa intervensi atau perlakuan. Fase ini bertujuan untuk mengetahui seberapa normal perilaku subjek tanpa intervensi. Fase ini dilakukan selama 1 minggu dan diamati setiap hari. Fase intervensi (B) adalah di mana intervensi atau perlakuan diberikan, perilaku target diukur kembali untuk mengetahui apakah ada perubahan. Fase intervensi dilakukan selama 2 minggu dengan menerapkan modifikasi perilaku berupa token ekonomi. Selain itu penelitian ini menggunakan *quasi eksperimental* untuk melihat efek dari sesudah dan sebelum intervensi dilakukan agar tercapainya target perilaku (Stuart & Rubin, 2008).

Berdasarkan hasil *baseline* saat ini, subjek menggunakan aplikasi media sosial TikTok dengan durasi 40 jam 4 menit perminggu atau 6 jam perhari yang tergolong sebagai *heavy user*. Peneliti menentukan target perilaku yang diharapkan dari penerapan token ekonomi ini yaitu berkurangnya durasi bermain aplikasi TikTok pada K di mana dari *heavy user* menjadi *light user* dalam seminggu tidak lebih dari 20 jam, sehingga rata-rata per harinya hanya sekitar 2.5 jam saja dan K dapat memanfaatkan waktu dengan kegiatan lain.

Subjek

Penelitian diawali dengan pemilihan partisipan dengan teknik *convenience sampling*. *Convenience Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2018). Subjek penelitian ini adalah K yang bersekolah di MTSN 1 Bukittinggi. K merupakan seorang anak perempuan berusia 14 tahun yang sering bermain aplikasi media sosial TikTok lebih dari 40 jam 4 menit per minggu dengan rata-rata per hari menghabiskan durasi selama 6 jam. Hal ini menunjukkan bahwa K berada pada kategori pengguna berat (*heavy user*) media sosial TikTok yaitu 6 jam perhari. Selain itu, K memiliki masalah pada penggunaan aplikasi TikTok yang terkadang membuatnya malas belajar dan membantu orang tua.

Selain itu K juga lebih sering menghabiskan waktunya dengan melihat aplikasi TikTok daripada keluar bermain dengan teman nya. K juga sulit untuk lepas dari gadget karena menurutnya lebih menarik melihat video berbau kpop, *daily vlog* dan video lucu di aplikasi TikTok berjam-jam bahkan tidak jarang hal tersebut membuatnya pusing. Selain itu K menjadi sering menunda-nunda pekerjaan rumah karena lebih memilih bermain media sosial TikTok.

Akibatnya pekerjaan rumah menumpuk dan menjadi malas mengerjakan nya. Hal tersebut harus diatasi agar kedepannya apa yang K alami tidak semakin memburuk. Peneliti bertujuan untuk melakukan intervensi agar K tidak lagi bermain aplikasi TikTok secara berlebihan.

Prosedur Penelitian

Pelaksanaan penelitian terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap *screening*, pada tahap ini peneliti melakukan wawancara pada subjek dan peneliti menemukan bahwa subjek dapat menghabiskan waktu bermain TikTok hingga 6 jam dalam sehari. Pada tahap *baseline* dilakukan selama 1 minggu untuk mendapatkan data durasi penggunaan TikTok (Tabel 1) Pada wawancara peneliti mengetahui seberapa lama subjek menghabiskan waktu bermain TikTok dan berdasarkan data *baseline* yang didapat, subjek menghabiskan waktu bermain TikTok selama seminggu hingga 40 jam lebih dengan rata-rata penggunaan TikTok selama 6 jam perhari.

Tahap intervensi yang dilakukan selama 14 sesi (2 minggu). Setiap sesi dilihat dalam satu hari pada durasi yang digunakan subjek saat bermain media sosial TikTok. Intervensi dilaksanakan oleh peneliti di mana peneliti setiap hari memantau penggunaan media sosial TikTok yang dimiliki K dengan meminta K untuk mengirimkan hasil *screenshot* penggunaan TikTok selama satu hari dan hasil *screenshot* dikirim kepada peneliti sebelum K tidur. Selama intervensi, penerapan penguatan berupa token dilakukan dengan aturan, jika subjek berhasil mengurangi waktu bermain TikToknya setiap 30 menit, maka subjek akan mendapatkan 1 token. Tetapi jika subjek tidak mencapai waktu pengurangan bermain TikTok hingga 30 menit maka subjek tidak akan mendapatkan token. Token ekonomi diberikan dalam bentuk stiker bintang jika subjek K berhasil mengurangi durasi penggunaan media sosial TikTok. Untuk akumulasi penukaran dan skema pemberian token dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1
Baseline Durasi Penggunaan TikTok

No	Hari	Durasi Bermain	
		Jam	Menit
1	Senin	8 jam	480 menit
2	Selasa	2 jam 20 menit	140 menit
3	Rabu	15 menit	15 menit
4	Kamis	5 jam 40 menit	340 menit
5	Jum'at	7 jam 25 menit	445 menit
6	Sabtu	7 jam 24 menit	444 menit
7	Minggu	9 jam	540 menit
	Jumlah	40 jam 4 menit/perminggu	
	Rata-rata	6 jam/perhari	

Tabel 2
Skema Pemberian Token

No	Pengurangan Durasi Bermain Tiktok	Token yang didapat	Penukaran Token
1	30 menit	1 stiker bintang	0-42 stiker bintang: buku binder
2	60 menit	2 stiker bintang	43-84 stiker bintang: aksesoris
3	90 menit	3 stiker bintang	85-12 stiker bintang: tumbler
4	120 menit	4 stiker bintang	127-167 stiker bintang: parfum
5	150 menit	5 stiker bintang	168 stiker bintang: poster boy group Seventeen
6	180 menit	6 stiker bintang	
7	210 menit	7 stiker bintang	
8	240 menit	8 stiker bintang	
9	270 menit	9 stiker bintang	
10	300 menit	10 stiker bintang	
11	320 menit	11 stiker bintang	
12	360 menit	12 stiker bintang	

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan menggunakan statistik deskriptif yang digambarkan dalam bentuk grafik. Untuk melakukan analisis data, dilakukan perbandingan antara durasi penggunaan media sosial TikTok sebelum melalui *baseline* (A) selama satu minggu dan sesudah intervensi (B) dalam waktu dua minggu. Intervensi dianggap berhasil jika durasi penggunaan media sosial TikTok lebih rendah dibandingkan dengan *baseline* (A).

HASIL DAN PEMBAHASAN

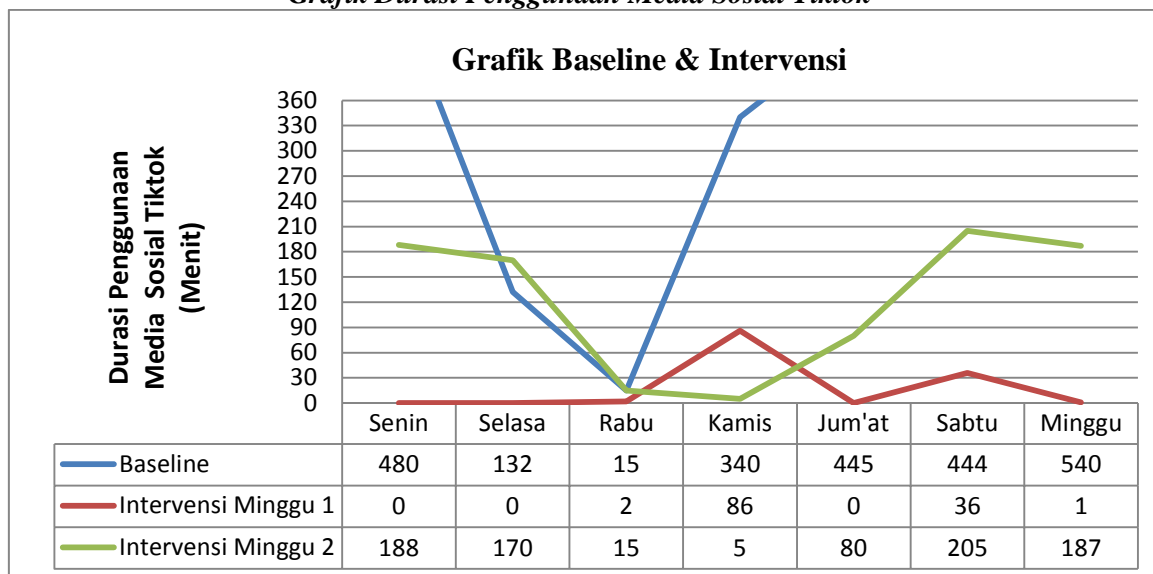
Hasil

Hasil intervensi yang dilakukan selama 14 hari (2 minggu) menunjukkan pengurangan durasi bermain media sosial TikTok pada subjek K. Hal ini ditandai dengan pengambilan fase *baseline* selama 7 hari di mana subjek menghabiskan durasi sebesar 40 jam/minggu dengan rata-rata 6 jam setiap harinya. Hasil pengukuran fase intervensi subjek K di minggu 1 hanya sebesar 2 jam 1 menit per minggu. Untuk minggu 2 subjek menghabiskan waktu bermain media sosial TikTok sebesar 13 jam 41 menit. Subjek K berhasil mengurangi durasi bermain media sosial TikTok menjadi 15 jam selama 14 hari intervensi. Jika dirata-ratakan subjek K menggunakan media sosial Tiktok sebesar 1 jam setiap harinya. Untuk melihat hasil intervensi pengurangan durasi bermain media sosial TikTok dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Intervensi Pengurangan Durasi Bermain Media Sosial TikTok

No	Hari/Tanggal	Durasi Bermain TikTok	Durasi Pengurangan TikTok	Jumlah Token yang Didapat
1	Minggu/19 Mei 2024	1 menit	359 menit	11 token
2	Senin/20 Mei 2024	0 menit	360 menit	12 token
3	Selasa/21 Mei 2024	0 menit	360 menit	12 token
4	Rabu/22 Mei 2024	2 menit	358 menit	11 token
5	Kamis/23 Mei 2024	86 menit	274 menit	9 token
6	Jum'at/24 Mei 2024	0 menit	360 menit	12 token
7	Sabtu/25 Mei 2024	36 menit	324 menit	11 token
8	Minggu/26 Mei 2024	187 menit	173 menit	5 token
9	Senin/27 Mei 2024	188 menit	172 menit	5 token
10	Selasa/28 Mei 2024	170 menit	190 menit	6 token
11	Rabu/29 Mei 2024	15 menit	345 menit	11 token
12	Kamis/30 Mei 2024	5 menit	355 menit	11 token
13	Jum'at/31 Mei 2024	80 menit	280 menit	9 token
14	Sabtu/1 Juni 2024	205 menit	155 menit	5 token
Jumlah roken yang didapat				130 token

Gambar 1
Grafik Durasi Penggunaan Media Sosial Tiktok



Grafik pengurangan durasi bermain media sosial TikTok subjek K dari fase *baseline* dan fase intervensi dapat dilihat pada Gambar 1. Berdasarkan gambar 1, diperoleh kesimpulan bahwa dalam memodifikasi perilaku menggunakan teknik token ekonomi dapat mengurangi durasi penggunaan media sosial TikTok pada anak remaja berusia 14 tahun. Dari grafik terlihat bahwa subjek K mengalami pengurangan durasi bermain secara signifikan. Berdasarkan data *baseline* jumlah rata-rata penggunaan harian dari subjek yaitu 6 jam perhari. Pada fase intervensi selama 14 hari (2 minggu) durasi penggunaan berkurang menjadi 1 hingga 2 jam per

hari. Selama fase intervensi subjek terjadi beberapa kali peningkatan durasi waktu bermain media sosial TikTok yaitu pada minggu 1 di hari Kamis dan minggu 2 di hari Minggu, Senin, Selasa, Jumat dan Sabtu. Namun demikian, peningkatan jumlah penggunaan tersebut tidak melebihi jumlah rata-rata harian yaitu 6 jam.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa token ekonomi, efektif dalam mengurangi durasi bermain media sosial TikTok pada anak remaja. Terdapat pengurangan durasi, di mana pada fase *baseline* subjek K menggunakan aplikasi TikTok selama 40 jam perminggu atau rata-rata 6 jam perhari. Selama fase intervensi durasi penggunaan TikTok subjek K berkurang menjadi 2 jam 1 menit (di minggu 1) dan 13 jam (di minggu 2). Hal ini terbukti dari jumlah stiker bintang yang didapatkan dari program intervensi subjek yaitu sebanyak 130 stiker bintang.

Selama intervensi, K mengurangi waktu bermain media sosia TikTok nya dengan melakukan kegiatan lain seperti menambah waktu belajar. Hal ini sesuai dengan batas kecanduan *gadget* yang menggunakan minimal 40 jam per minggu untuk *online* atau sekitar 5-6 jam per harinya (Young & de Abreu, 2010). Namun, selama proses intervensi 14 hari penggunaan TikTok oleh subjek K menurun yaitu hanya *online* selama 2 jam 1 menit di minggu 1 dan 13 jam di minggu 2. Hal ini memperlihatkan rata-rata penggunaan harian subjek K menjadi 1 jam selama dua minggu. Hal ini menunjukkan bahwa K berhasil mengurangi durasi bermain media sosialnya dari *heavy user* menjadi *light user*. Ini membuktikan metode modifikasi perilaku menggunakan token ekonomi berhasil untuk mengatasi masalah penggunaan TikTok yang berlebihan.

Tabel 4
Data Penurunan Durasi Bermain Media Sosial TikTok

Hari/ Sesi	<i>Baseline</i>	Intervensi I	Intervensi II	Token Intervensi I	Token Intervensi II
1	480 menit	1 menit	187 menit	11	5
2	140 menit	0 menit	188 menit	12	5
3	15 menit	0 menit	170 menit	12	6
4	340 menit	2 menit	15 menit	11	11
5	445 menit	86 menit	5 menit	9	11
6	444 menit	0 menit	80 menit	12	9
7	540 menit	36 menit	205 menit	11	5
Jumlah	2.404 menit	142 menit	805 menit	78	52
Total intervensi selama 14 hari		975 menit		130 bintang	
Rata-rata Total		1 jam 25 menit			

Token ekonomi dalam penelitian ini diberikan saat subjek K berhasil mengurangi durasi bermain TikTok setiap 30 menit untuk 1 token atau bintang. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Idris (2022) bahwa penggunaan token ekonomi efektif dalam penanganan perilaku kecanduan penggunaan aplikasi TikTok. Pemberian bintang sebagai token kepada subjek K, mampu membuat subjek berhasil mengontrol dirinya dari dorongan menggunakan aplikasi TikTok. Selain itu dari penelitian ini, ditemukan bahwa ada faktor lain yang membuat subjek K beberapa kali meningkat durasi bermain media sosial TikTok yaitu pada minggu 1 di hari Kamis dan minggu 2 di hari minggu, Senin, Selasa, Jumat dan Sabtu. Hal itu dipengaruhi oleh hari libur dan perasaan bosan ketika tidak ada aktivitas di rumah. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yumna, Husniah, dan Kurniawan (2022) terhadap penggunaan teknik token ekonomi untuk mengurangi kecanduan media sosial yang tinggi melalui pemberian bintang untuk setiap kali perilaku sasaran muncul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemberian intervensi menggunakan teknik token ekonomi dapat dikatakan efektif karena K berhasil mencapai target perilaku yang telah ditetapkan. Pertama, intervensi ini memberikan perubahan yang signifikan terhadap rentang durasi bermain Tiktok K, yang semula 40 jam 1 menit perminggu (tergolong dalam batas kecanduan) menjadi 15 jam per minggu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa token ekonomi berhasil untuk mengurangi durasi bermain TikTok dari rata-rata 6 jam per hari menjadi 1 jam per hari. Artinya, subjek K tidak mengalami kecanduan bermain media sosial TikTok selama 40 jam 1 menit perminggu.

Penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan pemberian token selama intervensi berlangsung agar hasilnya signifikan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan model penelitian lain berupa A-B-A untuk melihat perkembangan setelah intervensi diberikan. Selain itu, jumlah subjek juga dapat ditambahkan untuk melihat perbandingan antara subjek satu dengan lain nya. Selanjutnya peneliti perlu melibatkan orang tua dalam mengawasi pelaksanaan program pemberian token sehingga manfaat dari teknik ini dapat diterapkan dengan lebih baik. Hal ini akan menambah data dan keterangan manfaat dari token itu dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Asmaya, F. (2015). Pengaruh penggunaan media sosial Facebook terhadap perilaku prososial remaja di Kenagarian Koto Bangun. *Jom FISIP*, 2(2), 1-15.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. (2023). APJII jumlah pengguna Internet Indonesia tembus 221 juta orang. Diakses tanggal 26 Mei 2024. Diunduh dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang terhadap penggunaan aplikasi TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2), 77-83.
- Dewiratri, T. D., & Karini, S. M., & Machmuroh, M. (2014). Hubungan antara kecanduan internet dan depresi pada mahasiswa pengguna warnet di Kelurahan Jebres Surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*, 3(2), 75-84.
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Hasibuan, S. Y., & Daulima, N. H. C. (2023). Penerapan behavior therapy (token ekonomi) terhadap risiko kecanduan game online: Case study. *Mahesa: Malahayati Health Student Journal*, 3(8), 2320-2329.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan*. Erlangga.
- Idris, F. (2022). *Penanganan perilaku kecanduan penggunaan aplikasi TikTok (studi kasus pada satu mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Makassar)*. Skripsi (tidak diterbitkan). Universitas Negeri Makassar.
- Indrijati, H., Mastuti, E., & Surjaningrum, E. R. (2001). *Studi perbedaan efektivitas antara metode manajemen kelas good behavior game dengan metode manajemen kelas yang selama ini diterapkan*. Laporan penelitian (tidak diterbitkan). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Katadata.co.id. (2023). APJII: Pengguna Internet Indonesia 215 juta jiwa pada 2023, naik 1,17%. Diakses 26 Mei 2024, dari <https://katadata.co.id/digital/teknologi/646342df38af1/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-1-17>
- Kazdin, A. E. (2011). *Single-case research designs*. Oxford.
- Kompas.com. (2023). Pengguna TikTok di Indonesia tembus 113 Juta, terbesar kedua di dunia. Diakses tanggal 26 Mei 2024, dari https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia#google_vignette

- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Martin, G., & Pear, J. J. (2019). *Behavior modification: What it is and how to do it*. Routledge
- Matson, J. L., Estabillio, J. A., & Matheis, M. (2016). Token economy. *Encyclopedia of personality and individual differences*, 1, 1-3.
- Miltenberger, R. G. (2016). *Behavior modification (6th ed.)*. Wadsworth Cengage Learning
- Mim, F. N., Islam, M. A., & Paul, G. (2018). Impact of the use of social media on students' academic performance and behavior change. *International Journal of Applied Mathematics*, 3(1), 299-302.
- Miranti, D., & Pratikto, H. (2020). Modifikasi perilaku dengan cara token ekonomi untuk meningkatkan kemampuan bersosialisasi pada anak retardasi mental. *Jurnal Psikologi Klinis Indonesia*, 5(2), 30-36.
- Puspitasari, W., & Fikry, Z. (2023). Kontribusi kontrol diri terhadap kecanduan media sosial TikTok pada remaja di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13958-13964.
- Stuart, E. A., & Rubin, D. B. (2008). Best practices in quasi-experimental designs: Matching methods for causal inference. In J. Osborne (Ed.), *Best practices in quantitative methods* (pp. 155-176). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412995627.d14>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Surya, Y. W. I. (2002). *Pola konsumsi dan pengaruh internet sebagai media komunikasi interaktif pada remaja (studi analisis resepsi pada remaja di Kotamadya Surabaya)*. Laporan penelitian (tidak diterbitkan). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121-127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- We Are Social. (2024). Digital 2024: 5 Billion social media users. Di akses tanggal 26 Mei 2024, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237-244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

- Young, K. S., & de Abreu, C. N. (2010). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. John Wiley & Sons.
- Yumna, W. O., Husniah, W. O., & Kurniawan, U. T. (2022). Bimbingan kelompok melalui teknik token economy untuk mengurangi kecanduan media sosial siswa. *Frame (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, 1(1), 22-28.