

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial atau kerap disingkat sebagai medsos adalah sarana digital yang memberikan fasilitas bagi penggunanya untuk saling berinteraksi dan/atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan lain-lain. Medsos juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain secara daring yang memungkinkan penggunanya berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Nasrullah (dalam Setiadi, 2016) menjelaskan bahwa media sosial adalah media di internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain dalam membentuk ikatan sosial secara virtual.

Medsos bukanlah suatu fenomena baru yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Medsos sudah sangat awam bagi masyarakat umum. Medsos sudah menjadi bahan konsumsi yang reguler dalam kehidupan sehari-hari, bahkan bagi sebagian orang media sosial merupakan bagian dari pekerjaan mereka. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika di era digital sekarang ini media sosial sudah menjadi hal yang esensial bagi mayoritas individu di dunia.

Asumsi bahwa medsos merupakan konsumsi utama bagi masyarakat didukung oleh data dari *We Are Social* yang menunjukkan bahwa terdapat 5,16 miliar pengguna internet saat ini, angka tersebut merupakan 68 persen dari total populasi dunia yang merupakan 8,01 miliar. Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet naik sekitar 1,9 persen pada 12 bulan terakhir ini, bahkan diasumsikan

tannya kemungkinan lebih besar dari itu sebab adanya keterlambatan elaporan data. Sedangkan, khusus untuk pengguna media sosial



ditemukan 4,76 miliar di seluruh penjuru dunia yang setara dengan 60 persen dari total populasi dunia (We are social, 2023). Data tersebut menunjukkan hampir keseluruhan dari pengguna internet merupakan pengguna media sosial juga.

Didukung lagi oleh studi terbaru yang dilakukan oleh GWI (dalam We are social, 2023) yang mengurutkan motif-motif utama yang menjadi alasan individu menggunakan internet. Tiga alasan teratas merupakan *finding information* (57,8 %), *staying in touch with friends and family* (53,7 %), dan *keeping up to date with news and events* (50,9 %). Ketiga alasan tersebut merupakan hal-hal yang disediakan oleh media sosial dan paling minimal dua diantaranya (*staying in touch* dan *keeping up to date*) pasti didapatkan melalui bermain medsos. Bahkan lebih jauh lagi, data menunjukkan dua tipe laman yang paling sering dikunjungi pada beberapa bulan terakhir di tahun 2023 ialah *chat and messaging* (94,8 %) dan *social networks* (94,6 %), lagi-lagi dua hal yang mengarah kepada interaksi dalam medsos. Data tersebut memberikan indikasi bahwa motif utama individu mengakses internet di zaman sekarang ini ialah untuk bermain medsos.

Narasi bahwa mayoritas individu mengakses internet hanya untuk bermain medsos didukung oleh survei dari SIMILARWEB (dalam We are social, 2023) yang mengurutkan laman yang paling sering dikunjungi dari rentang waktu desember 2021 hingga desember 2022. Survei menemukan bahwa empat dari lima laman teratas yang paling sering dikunjungi merupakan laman medsos. Laman pertama yang paling sering dikunjungi ialah *google.com* (dengan total 87.1 miliar pengunjung perbulannya), kemudian diikuti oleh 4 media sosial yaitu *youtube.com*, *facebook.com*, *twitter.com*, dan *Instagram.com*. Data tersebut membuktikan



ampir sebagian besar pengguna internet merupakan pengguna media sosial, dengan kata lain sebagian besar alasan individu menggunakan

internet ialah untuk menggunakan media sosial seperti halnya data yang menunjukkan motif utama individu menggunakan internet. Bahkan dapat diasumsikan bahwa alasan *google.com* berada paling di atas, karena *google.com* merupakan salah satu jalur utama untuk mengunjungi laman-laman media sosial tersebut.

Individu seakan-akan sudah tidak bisa lepas dari medsos sebagai bagian dari kesehariannya, hal tersebut dibuktikan dengan waktu yang dihabiskan oleh pengguna internet dalam sehari di seluruh penjuru dunia dirata-ratakan menjadi 6 jam 37 menit, sedangkan untuk di Indonesia sendiri pengguna internet menghabiskan rata-rata 7 jam 42 menit dalam sehari. Pengguna media sosial di Indonesia berjumlah sebesar 167 juta pengguna dengan *facebook*, *youtube*, *instagram*, dan *tiktok* menempati posisi teratas sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak. Sementara itu, survei terkait medsos dengan *screentime* tertinggi menunjukkan platform *tiktok*, *youtube*, dan *facebook* sebagai media sosial yang paling banyak dihabiskan waktu di dalamnya. *Tiktok* memiliki angka 23,5 jam dalam sebulan, *youtube* dengan 23,1 jam dalam sebulan, *facebook* dengan 19,7 jam dalam sebulan, diikuti oleh whatsapp dengan 17 jam 20 menit dan Instagram dengan 12 jam (We are social, 2023; Haryanto, 2023).

Berdasarkan data tersebut, Indonesia termasuk negara dengan waktu penggunaan internet yang tinggi dilihat dari rata-rata waktu yang dihabiskan oleh penggunaannya dalam sehari di atas rata-rata waktu yang dihabiskan oleh pengguna internet di dunia. Sehubungan dengan itu, dapat dilihat bahwa media sosial yang memiliki paling banyak *screentime* ialah media sosial yang fokusnya pada jahan konten berupa foto/video. Data tersebut memberikan insight ragginya *screentime* medsos saat ini sejalan dengan jenis medsos yang



laku saat ini juga. Kesimpulannya ialah tingginya *screentime* medsos saat ini disebabkan oleh rasa senang (*pleasure*) yang tercipta ketika menikmati konten foto/video dari medsos-medsos tersebut (medsos dengan *screentime* tertinggi), artinya medsos saat ini bersifat sebagai pusat kesenangan bagi kebanyakan orang.

Kesimpulan di atas didukung dengan fakta bahwa hanya empat medsos dari “lima belas medsos teratas yang paling sering digunakan” merupakan media murni untuk *chat* dan *messaging* (We are social, 2023). Bahkan enam teratas dalam daftar ini merupakan *facebook*, *youtube*, *whatsapp*, *Instagram*, *wechat*, dan *tiktok*. Hanya dua diantaranya yang merupakan platform murni untuk bertukar pesan (*whatsapp* dan *wechat*). Daftar tersebut didominasi oleh medsos yang merupakan tempat untuk mengunggah konten berupa foto atau video yang dapat menciptakan perasaan senang (*pleasure*) bagi penggunanya ketika menghabiskan waktu di dalam media sosial tersebut.

Media sosial tampak perlahan-lahan menjadi kebutuhan utama bagi individu dalam sehari-hari layaknya makan dan minum, dikarenakan perasaan senang/bahagia (*pleasure*) yang tercipta darinya. Bermain medsos memang memiliki banyak dampak positif karena dapat memberikan akses untuk berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Bermain media sosial juga sangat mengasyikkan, bahkan itu menjadi alasan banyaknya pengguna media sosial dan banyaknya waktu yang dihabiskan di dalamnya. Penelitian telah membuktikan media sosial memunculkan reaksi yang sama dengan perilaku yang berkaitan dengan *brain's rewarding system* (pemroduksian *dopamine*) di otak. Media sosial

akan reaksi yang sama seperti mengonsumsi makanan/minuman



kesukaan, menonton film favorit, kebutuhan seksual, dan sebagainya (MACiT *et al.*, 2018).

Interaksi-interaksi yang hadir di medsos merupakan replikasi dari interaksi di dunia nyata, namun kelebihan interaksi di medsos tidak dibatasi oleh ruang dan waktu membuat interaksi di medsos bisa dilakukan kapan saja dan bisa meraih orang di mana saja. Hal ini membuat interaksi di media sosial tampak memiliki kelebihan dibandingkan interaksi di dunia nyata. Penelitian menemukan bahwa reaksi otak manusia terhadap penolakan dan penerimaan sosial yang terjadi di dunia nyata terbukti sama dengan reaksi otak ketika mengalami hal yang sama di media sosial. Reaksi tersebut ialah reaksi terproduksi *dopamine* di *Ventral Tegmental Area* (VTA) pada otak ketika individu mengalami interaksi yang menyenangkan di media sosial (*"The psychology of social media,"* 2019).

Produksi *dopamine* sebagai bentuk *brain's rewarding system* merupakan salah satu kunci paling fundamental pada motivasi individu, pemroduksian tersebut bisa diarahkan ke perubahan positif (termotivasi untuk bekerja) atau destruktif (kecanduan) pada perilaku manusia (Haynes, 2018). Kerja media sosial hampir sama dengan kerja para objek-objek yang bisa memicu adiksi, seperti narkoba, judi, alkohol, dan sebagainya. Penggunaan media sosial dengan kuantitas yang tinggi (melebihi batas) dan dalam waktu yang panjang dapat menciptakan defisit pada otak sehingga penggunanya tidak dapat merasakan senang/*pleasure* selain dari bermain media sosial. Penyebabnya ialah ketika individu merasakan kesenangan dari bermain media sosial dalam waktu yang lama maka *level dopamine* individu tersebut sedang naik drastis, ketika individu tersebut berhenti

dari media sosial maka terjadilah penurunan yang drastis pula. Hal apabila terjadi terus-menerus maka individu akan selalu merasa cemas



dan depresi ketika tidak bermain media sosial sehingga menciptakan adiksi untuk terus bermain media sosial (McNamara, 2021).

Interaksi di media sosial memang memiliki banyak kelebihan dan kemudahan. Bermain media sosial memang menciptakan perasaan senang melalui terproduksinya *dopamine* sebagai salah satu hormon bahagia. Akan tetapi, mempertimbangkan fakta bahwa desain dari media sosial itu sendiri dan lingkungan yang tercipta olehnya dapat membuat individu "terikat" dengan media sosial, bahkan sampai dengan tahap kecanduan/adiksi maka hal tersebut yang menjadi resiko bahaya dari bermain media sosial. Otak individu akan terus terikat oleh media sosial untuk terus mencari kenikmatan yang instan, sehingga berakhir pada obsesi, kompulsif, dan adiksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Riehm dkk. menunjukkan bahwa remaja yang menggunakan media sosial lebih dari 3 jam perhari berpotensi meningkatkan resiko masalah pada kesehatan mental mereka (Riehm *et al.*, 2019). Pada studi meta analisis ditemukan prevalensi individu terkena *social media addiction* (SMA) di Asia ialah 31 persen, kedua tertinggi setelah Africa sebesar 37 persen (Cheng *et al.*, 2021). Fakta-fakta tersebut merupakan bukti bahwa remaja memiliki resiko terkena *social media addiction* dan Asia termasuk kawasan yang memiliki prevalensi yang tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa kajian terkait *social media addiction* penting untuk dikaji di Indonesia ini.

Remaja merupakan generasi penerus bangsa di masa depan. Estafet penerus bangsa akan diberikan kepada remaja-remaja saat ini di masa depan. Berdasarkan penelitian di atas, dapat dilihat urgensi untuk mengkaji SMA di

a karena Indonesia termasuk di Kawasan Asia yang memiliki prevalensi



yang tinggi dan remaja yang merupakan generasi penerus bangsa menjadi usia yang beresiko terkena SMA.

Diperkirakan bahwa terdapat 7 dari 10 remaja dan dewasa muda di Amerika Serikat memiliki SMA, sedangkan berdasarkan gender diperkirakan bahwa lebih dari 60 persen lelaki dan lebih dari 55 persen perempuan terkena SMA. Apabila melihat dari segi usia, maka ditemukan bahwa 84 persen dari seluruh warga Amerika Serikat dengan rentan usia 18-29 tahun paling tidak mengunjungi satu media sosial perhari. Uniknya ialah terdapat 57 persen *Asian Americans* kecanduan terhadap beragam jenis media sosial (Drew, 2023).

Social media addiction (SMA) ialah perilaku kecanduan yang didefinisikan sebagai kekhawatiran berlebih terhadap media sosial, dorongan yang tidak dapat dikontrol untuk bermain media sosial, dan menghabiskan sangat banyak waktu dan energi ke media sosial sehingga mengganggu aspek kehidupan yang lain (Hiliard *et al.*, 2023). Bahaya dari SMA ialah membuat individu terikat oleh media sosial karena media sosial menghasilkan reaksi lonjakan *dopamine* yang begitu besar sehingga individu akan merasa ingin terus kembali ke media sosial. Sehubungan dengan itu, *dopamine* merupakan *neurotransmitter* yang diproduksi oleh kumpulan saraf bernama *dopaminergic* yang terletak di *Ventral Tegmental Area* (VTA) pada lobus temporal. Setelah *dopamine* tersebut diproduksi, maka akan dibawa ke salah satu area di otak bagian depan (lobus frontal) yang bernama *prefrontal cortex* (PFC) (Olguín *et. al.* 2016). Dengan demikian, SMA akan membuat individu selalu menghabiskan waktunya di medsos yang akan berakhir pada pemroduksian *dopamine* di atas batas normal sehingga *prefrontal cortex*

an *overload dopamine*.



Riset telah menemukan bahwa *prefrontal cortex* (PFC) merupakan kunci terhadap fungsi kognisi yang terkait dengan sosial, emosional, dan motivasi untuk berperilaku. *Prefrontal cortex* bertanggung jawab atas *working memory, goal-driven attention, task switching, planning, problem solving, inhibition, motivational, updating goal-directed behavior*, dan lain-lain. Sederhananya ialah PFC bertanggung jawab atas *executive function* pada individu (Jones & Graff-Radford, 2021).

Executive function adalah suatu set mental proses yang kompleks dengan fungsi sebagai monitor/pengatur jalannya kognisi seperti bernalar, mengambil keputusan, berbicara, menghitung, dan sebagainya. Fungsi *executive function* menelaraskan penggunaan kognisi yang tepat pada tugas yang sesuai/relevan. Kehilangan/penurunan *executive function* akan berakibat pada tidak optimalnya penggunaan kognisi yang dimiliki oleh individu. *Executive function* memiliki peran yang krusial bagi hidup seorang individu (Miyake *et al.*, 2000).

Miyake *et al.* (2000) membuat suatu studi untuk merumuskan *executive function* pada individu. Miyake dan kawan-kawan merumuskan *executive function* menjadi 3 fungsi utama, yaitu *shifting, updating, dan inhibition*. *Shifting* ialah kemampuan untuk menonaktifkan seperangkat fungsi kognisi yang tidak relevan dengan tugas dan mengaktifkan seperangkat fungsi kognisi yang relevan dengan tugas saat itu. *Updating* ialah kemampuan untuk menyimpan dan memperbarui informasi yang lama (irrelevant) dengan informasi yang baru (relevant) di otak. *Inhibition* ialah kemampuan untuk dengan sadar/sengaja menahan respon yang dominan/otomatis atau yang lebih mungkin dikeluarkan dan menggantinya dengan

ang lebih tepat/*necessary*.



Konsep *executive function* (EF) biasanya dihubungkan dengan perilaku *goal-directed*, kontrol perilaku, dan proses otomatis. Hal tersebut bermakna bahwa EF seringkali dianggap bertanggung jawab atas kemampuan individu untuk mengarahkan perilakunya menuju tujuannya (*goal-directed*), kemampuan individu dalam mengontrol perilakunya, dan berhubungan dengan motivasi individu. EF dan faktor umum psikopatologi seperti impulsifitas seringkali dipertimbangkan hubungannya (Friedman & Robbins, 2022). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa EF memiliki peran yang sangat krusial bagi individu sebab EF yang dapat membuat individu bisa memaksimalkan kompetensi (fungsi kognitif) yang dimiliki. EF yang mampu membuat individu bisa bersikap dewasa dengan mengontrol perilakunya dan memilah respon mana yang sebaiknya dikeluarkan, kemudian mampu membuat individu bisa produktif dengan fokus mengarahkan energinya terhadap usaha mencapai tujuannya.

Disebabkan oleh pentingnya peran dari *executive function* (EF) maka individu akan dimudahkan apabila memiliki EF yang baik dan akan kesulitan apabila memiliki masalah dengan EF-nya. Individu dengan EF yang baik akan mampu menganalisis tugas dengan baik, merencanakan suatu tugas, menyusun langkah-langkah untuk mengeksekusi suatu tugas, mengembangkan suatu *timeline* untuk menyelesaikan suatu tugas, mengubah sesuatu dari rencana awal apabila dibutuhkan, dan menyelesaikan tugas tersebut dengan perencanaan yang matang. Namun, individu yang memiliki masalah dengan EF-nya akan mengalami kesulitan untuk merencanakan, untuk memfokuskan perilakunya menuju tujuan jangka panjang, untuk mengatur jadwalnya, untuk mengontrol emosinya (impulsif), kesulitan untuk menganalisis atau memproses suatu informasi (Rodden,



Beberapa studi telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara bentuk perilaku adiksi seperti *social media addiction*, *social-network use*, *social media disorder*, ataupun *gaming disorder* terhadap *executive function* ataupun hal-hal yang dipengaruhi oleh *executive function* seperti pengambilan keputusan, impulsifitas, dan lain-lain. Terbukti bahwa individu yang dikategorikan ekstrem pada adiksi tersebut memiliki penurunan pada *executive function* dan peningkatan impulsifitas. Terdapat juga studi yang menunjukkan bahwa spesifik pada mahasiswi SMA (*social media addiction*) memiliki dampak pada kemampuan mereka mengontrol diri mereka (kemampuan *inhibitory*) terhadap makanan berkalori tinggi (Müller *et al.*, 2021; Reed, 2023; He & Li, 2022; Soares *et al.*, 2023; Wegmann *et al.*, 2020).

Media sosial terbukti berpotensi menciptakan adiksi pada penggunaannya, serta penelitian-penelitian telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan *social media addiction* (SMA) terhadap *executive function*. Indonesia merupakan negara yang termasuk di atas rata-rata waktu penggunaan media sosialnya dalam sehari, kemudian remaja merupakan rentan usia yang memiliki prevalensi tinggi terkena *social media addiction* (SMA). Berdasarkan semua data dan hasil penelitian tersebut, maka peneliti merasa bahwa fenomena media sosial perlu untuk dikaji melalui penelitian ini. Peneliti merasa terdapat urgensi untuk mengkaji fenomena pengguna sosial yang sangat banyak ini, sebab terdapat resiko besar dibaliknya.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat perbedaan *executive function* (EF) yang ditinjau dari level *social media addiction* (SMA) pada remaja di Kota Makassar? Perbedaan *function* diuji dari perbedaan skor *inhibition*, *updating*, dan *shifting* pada yang terindikasi *social media addiction* dan tidak terindikasi *social media*



addiction.

1.3 Maksud, Tujuan, dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini ialah mengukur skor *social media addiction* (SMA) untuk membagi responden ke dalam grup terindikasi adiksi dengan grup non-adiksi, kemudian kedua grup tersebut akan diukur *executive function*-nya (*inhibition-updating-shifting*). Setelah didapatkan hasil pengukuran, maka data tersebut dianalisis secara statistik untuk melihat perbedaan skor di antara kedua grup tersebut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan kemampuan *executive function* (EF) ditinjau dari level *social media addiction* (SMA) di Kota Makassar.

1.3.3 Manfaat Penelitian

1.3.3.1 Manfaat Teoritis

Studi yang meneliti terkait perbedaan EF pada individu dengan indikasi SMA dan non-SMA masih sedikit, bahkan studi yang meneliti hal serupa tidak meneliti *executive function* dengan cara yang sama seperti pada penelitian ini (tidak membagi EF menjadi 3, yaitu *inhibition-updating-shifting*). Hal tersebut membuat penelitian ini akan menjadi kontribusi pada ketersediaan kajian yang berkaitan dengan *social media addiction* dan *executive function*.

1.3.3.2 Manfaat Praktis

Indonesia merupakan negara dengan waktu penggunaan media sosial yang di atas rata-rata dan remaja merupakan rentang usia yang paling rentan terkena

edia addiction, hal tersebut membuat penelitian ini mampu menjadi motivasi pada remaja di Indonesia (yang merupakan responden



penelitian ini) untuk menjauhi adiksi media sosial ini. Sebab melalui penelitian ini, remaja akan mengetahui bahaya dari adiksi media sosial dan hal tersebut akan membantu remaja untuk lebih *aware* dengan penggunaan medsosnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Executive Function*

2.1.2 Definisi *Executive Function*

Executive function (EF) adalah proses kognitif tingkat tinggi yang mencakup kemampuan merencanakan, pengambilan keputusan, pemecahan masalah, perencanaan perilaku, pengerjaan dan pengorganisasian tugas, usaha pencapaian tujuan, menahan sikap impulsif, fleksibilitas dalam pemilihan tujuan, dan memecahkan konflik berhubungan tujuan. *Executive function* erat kaitannya dengan penggunaan bahasa, penilaian terhadap sesuatu, pemahaman terhadap konsep abstrak, logika, dan penalaran. *Executive function* seringkali diasosiasikan dengan jaringan saraf yang terletak di Lobus Frontal Otak, khususnya pada bagian *prefrontal cortex* (VandenBos, 2015).

Executive function layaknya manajer pada suatu perusahaan yang mengatur jalannya perusahaan, sehingga dapat dikatakan EF adalah pengatur segala jalannya proses kognitif pada individu. EF yang baik membuat individu mampu mengontrol perilakunya dengan lebih baik, lebih dewasa dalam berperilaku, lebih terstruktur dan terorganisir, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang. Sedangkan EF yang kurang baik akan membuat kemampuan kognisi individu tidak termaksimalkan, sebab tidak peduli sebaik apapun kemampuan kognisi seseorang tanpa EF yang baik, maka kemampuan kognisi tersebut akan kurang terorganisir dengan baik (Miyake *et al.*, 2000; Miyake & Friedman, 2012; Friedman & Robbins, dden, 2023).



2.1.3 Jenis *Executive Function*

Miyake dan Friedman (2000) merumuskan teori terkait *executive function* (EF) yang tercipta dari studi yang dilakukan oleh mereka. Teori EF yang disusun oleh mereka menjelaskan bahwa EF dapat dipecah menjadi tiga kemampuan yang berbeda. Mereka merumuskan bahwa terdapat tiga jenis kemampuan EF, yaitu *shifting*, *updating*, dan *inhibition*. Ketiga jenis EF tersebut merupakan kemampuan yang terpisah, namun memiliki fungsi yang saling melengkapi satu sama lain. Hal tersebut berarti fungsi dari ketiga jenis EF ini saling bekerja sama satu sama lain.

2.1.3.1 *Shifting*

Shifting between tasks or mental sets atau disingkat *shifting* merupakan jenis kemampuan *executive function* (EF) yang membuat individu mampu berganti-ganti dari satu tugas ke tugas lainnya. *Shifting* bertanggung jawab atas kemampuan individu mengubah fokus pengerjaan terhadap satu tugas menuju tugas yang lainnya dan *shifting* juga bertanggung jawab atas kemampuan mengaktifkan set mental yang relevan dengan tugas yang sedang dikerjakan. *Shifting* kadang juga disebut dengan nama *task switching* atau *attention switching* (Miyake et al., 2000).

Shifting adalah proses individu mengalihkan fokusnya dari suatu tugas yang tidak relevan menuju tugas yang relevan. *Shifting* termasuk di dalamnya pengaktifan dan penonaktifan set mental yang dibutuhkan terhadap suatu tugas. Contohnya ketika individu sedang mengerjakan “pengurangan” pada suatu pasang stimulus (seperangkat angka), kemudian diberikan instruksi baru untuk “penjumlahan” pada seperangkat angka yang sama. Dalam proses individu mengubah set mentalnya untuk fokus kepada “penjumlahan” dari sebelumnya

ke “pengurangan” dibutuhkan kemampuan *shifting*. Individu harus mampu



menonaktifkan mental set “pengurangan” dan mulai mengaktifkan mental set “penjumlahan” (Miyake *et al.*, 2000).

Kemampuan *shifting* tidaklah sama dengan kemampuan mengubah atensi visual melalui pergerakan mata secara sadar, meskipun keduanya tampak serupa. Posner dan Raichle (1994) (dalam Miyake *et al.*, 2000) mengungkapkan bahwa terdapat pengaktifan jaringan saraf yang berbeda antara mengubah atensi visual dengan perubahan yang dilakukan oleh *shifting*. Lebih spesifik lagi bahwa atensi visual diregulasi lebih banyak di area lobus parietal, sedangkan *shifting* diregulasi di area lobus frontal.

2.1.3.2 Updating

Updating and monitoring of working memory representations atau sederhananya disebut *updating* merupakan kemampuan *executive function* (EF) yang sangat erat kaitannya dengan *working memory* individu. *Working memory* merujuk pada suatu set memori yang aktif untuk keperluan tugas yang sedang dikerjakan oleh individu. Kemampuan *updating* membutuhkan pemantauan dan pengkodean informasi mendatang agar informasi yang sedang diproses tetap relevan dengan tugas yang sedang dilaksanakan, kemudian secara berkala memperbarui informasi di memori dengan menggantikan informasi lama (tidak relevan) dengan informasi terbaru (yang relevan) (Miyake *et al.*, 2000).

Fungsi *updating* jauh dari sekedar menjaga informasi yang relevan terhadap tugas saat ini. Akan tetapi, esensi dari fungsi *updating* bekerja dengan secara aktif memanipulasi/mengolah informasi yang relevan di *working memory*, bukan secara pasif menyimpan informasi saja. Hal tersebut membuat *updating* ini sangat penting

ampuan individu menyelesaikan suatu tugas, tanpa hal tersebut individu



tidak akan memiliki informasi yang diperlukan ketika hendak menyelesaikan suatu tugas (Miyake *et al.*, 2000).

Updating dapat dilihat fungsinya ketika mengerjakan suatu tugas yang memerlukan fokus terus-menerus dan merespon stimulus secara berkala. Contohnya pada tugas *letter memory task*, yaitu tugas yang menguji kemampuan *updating* pada individu. Tugas tersebut mengharuskan individu untuk terus mengingat huruf yang terakhir kali dilihat dan disatukan dengan huruf yang sedang dilihat, hal tersebut dilakukan sampai 5 susun huruf. Tugas tersebut mengharuskan individu untuk selalu mengolah ulang informasi yang ada di memorinya dan menambah informasi baru agar informasi di memori masih relevan untuk menyelesaikan tugas tersebut (Miyake *et al.*, 2000).

2.1.3.3 *Inhibition*

Inhibition of prepotent response atau biasa disingkat *inhibition* merupakan kemampuan untuk dengan sadar/sengaja menahan respon yang dominan, otomatis atau yang lebih mungkin terjadi ketika dibutuhkan. Individu memiliki kecenderungan untuk merospespon suatu stimulus dengan cara tertentu secara otomatis, dengan kata lain individu memiliki respon (yang otomatis) untuk stimulus tertentu khususnya stimulus yang familier. Kemampuan *inhibition* bertugas untuk mengarahkan individu menahan respon otomatis tersebut dan memilih respon yang lebih dibutuhkan atau lebih tepat untuk kondisi saat itu. *Inhibition* ini dapat membuat individu berperilaku lebih dewasa dan lebih bijak (Miyake *et al.*, 2000; Miyake & Friedman, 2012).

Kemampuan *Inhibition* secara spesifik mengacu pada usaha yang disengaja

untuk menahan respon otomatis atau respon yang lebih dominan untuk kemudian mengeluarkan respon yang lebih tepat. Hal yang termasuk



inhibition harus meliputi proses mengontrol diri secara sadar dan pertimbangan kembali respon yang sebaiknya dikeluarkan, bukan suatu hal yang terpikirkan secara otomatis. Pada dasarnya *inhibition* merupakan kemampuan *executive function* yang mampu membuat individu menahan respon otomatis terlebih dahulu agar respon yang lebih tepat dapat keluar (Miyake, *et al.*, 2000).

Salah satu tugas yang menguji kemampuan *inhibition* individu ialah *stroop task*. *Stroop task* ialah tugas yang menghadirkan tulisan dari “nama-nama warna” yang dicetak berwarna, namun nama warna yang dituliskan tersebut tidak sinkron dengan warna dicetaknya. Tugas individu ialah menyebutkan warna dicetaknya “tulisan nama-nama warna” tersebut, bukan membaca nama warnanya. Tugas itu mengharuskan individu untuk menahan respon yang lebih dominan untuk keluar (membaca tulisannya) dan mengeluarkan respon yang dibutuhkan oleh tugas tersebut (menyebutkan warna cetaknya) (Miyake, *et al.*, 2000).

2.1.4 **Social Media Addiction (SMA)**

2.1.5 **Definisi**

Social media addiction (SMA) ialah perilaku kecanduan yang didefinisikan sebagai kekhawatiran berlebih terhadap media sosial, dorongan yang tidak dapat dikontrol untuk bermain media sosial, dan menghabiskan sangat banyak waktu dan energi ke media sosial, sehingga mengganggu aspek kehidupan yang lain. Adiksi media sosial akan terlihat seperti layaknya adiksi lainnya yang memiliki gejala-gejala dalam diri individu. Individu akan mengalami perubahan mood, tersibukkan dengan media sosial, semakin meningkatkan ketergantungan terhadap media sosial, merasa tidak nyaman apabila penggunaan media sosial

terjadi, konflik pribadi, dan mudah untuk kembali kecanduan pada media



sosial walaupun telah mencoba berhenti darinya (Andreassen, & Pallesen, 2014; Hiliard *et al.*, 2023).

Individu yang terindikasi *social media addiction* (SMA) akan terganggu aspek-aspek kehidupannya yang lain. Individu akan menunjukkan gejala sebagai tanda terindikasi *social media addiction*. Terdapat 7 tanda individu terindikasi *social media addiction*, yaitu individu akan merasa cemas dan terganggu ketika sedang tidak dapat mengakses media sosial (bentuk ketergantungan), waktu individu tersita sebab menggunakan media sosial, terdorong untuk segera mengecek hp ketika mendengar suara notifikasi, selalu mengecek jumlah “like” ketika mengunggah sesuatu, jika individu menggunakan media sosial sebagai hal yang pertama dan terakhir dalam keseharian, jika individu menilai lingkungan sekelilingnya berdasarkan seberapa pantas hal tersebut untuk diunggah di media sosial, dan jika keluarga merasa kehilangan sosok individu, sehingga mereka kangen untuk menghabiskan waktu bersama individu (Andreassen *et al.*, 2016).

2.1.6 Dampak *Social Media Addiction* pada otak

Fenomena *social media addiction* ini dapat dikatakan sebagai lingkungan pengurus *dopamine* yang disediakan oleh internet. Hal tersebut bermakna bahwa kehadiran media sosial menciptakan sebuah lingkungan yang individu di dalamnya akan merasakan kesenangan pada titik yang berlebihan, dalam kata lain *dopamine* para pengguna internet terkuras ketika berada di lingkungan media sosial. Terbukti bahwa media sosial seperti *facebook*, *tiktok*, *youtube*, dan *instagram* memicu jaringan saraf yang sama dengan perilaku berjudi dan obat-obatan yang membuat penggunaannya harus terus-menerus menggunakan produk tersebut. Studi telah



menunjukkan bahwa menerima *retweet*, *share*, *likes*, dan lainnya di media sosial memicu reaksi kimia yang sama dengan menggunakan kokain. Faktanya ialah

ilmuwan telah membandingkan media sosial ini dengan suntikan *dopamine* yang memang diarahkan langsung ke sistem dalam otak (Andreassen, & Pallesen, 2014; Hiliard *et al.*, 2023).

Media sosial sangat adiktif secara fisik maupun psikologis, hal tersebut didasarkan pada dampak yang bisa diciptakannya terhadap otak (pemroduksian *dopamine* berlebihan). Merujuk pada studi terbaru dari Universitas Harvard dengan judul “*self-disclosure on social networking sites*” menunjukkan terdapat kesamaan bagian otak yang diaktifkan ketika mengonsumsi zat adiktif dengan media sosial. Bagian *rewarding system* di otak akan aktif saat individu menggunakan media sosial. Ketika individu merasakan kenikmatan saat menggunakan zat adiktif, maka jaringan saraf yang memproduksi *dopamine* akan aktif sehingga otak akan memberikan label pada aktivitas tersebut sebagai penguatan positif (*positive reinforcement*) (Andreassen, & Pallesen, 2014; Hiliard *et al.*, 2023).

2.1.6.1 Brain's Rewarding System

Rewarding-system (brain's rewarding system) dalam otak individu diaktifkan oleh beberapa stimulus tertentu. Secara alamiah, efek dari pengaktifan *rewarding system* ini akan menciptakan dua respon yang berbeda, yaitu “suka” dan “menginginkan”. “Suka” merupakan perasaan nikmat yang dirasakan ketika sedang mengalami kejadian yang mengaktifkan *rewarding system* ini. Menginginkan merupakan kondisi menginginkan untuk melakukan hal yang dapat mengaktifkan *rewarding system* ini (Nolen-Hoekeama dkk., 2009).

Penelitian yang dilakukan pada 2007 menemukan bahwa saraf-saraf yang

jawab untuk menghasilkan *dopamine* disebut sebagai *dopaminergic*.

ergic merupakan sumber utama pemroduksian *dopamine* di otak.



Dopamine yang diproduksi tersebut memiliki pengaruh atas kontrol gerakan dan pengiriman sinyal yang berhubungan dengan *reward*, motivasi, dan kognisi (Arias-Carrión dan Pöppel, 2007). Hal tersebut menunjukkan bahwa stimulus yang mampu memicu saraf-saraf *dopaminergic* untuk aktif akan memengaruhi individu untuk bergerak, berperilaku, hingga motivasi individu dalam melakukan sesuatu.

2.1.6.2 Alur produksi *Dopamine*

Serabut saraf yang bertugas untuk memproduksi *dopamine* ketika terdapat stimulus yang memicunya dinamakan *dopaminergic*. *Dopaminergic* merupakan serabut saraf atau kumpulan jaringan saraf yang berada di otak bagian lobus temporal, khususnya pada bagian yang bernama VTA (Ventral Tegmental Area). Ketika individu menerima stimulus yang menyenangkan, maka *dopaminergic* yang berada di VTA akan memproduksi *dopamine*, kemudian *dopamine* tersebut akan dihantarkan ke otak bagian lobus frontal, khususnya PFC (*Prefrontal cortex*) (Olguín *et al.*, 2016).

2.1.6.3 Faktor-faktor yang memengaruhi *Social Media Addiction*

Social media addiction dapat dipengaruhi oleh beragam faktor. Faktor-faktor tersebut berkontribusi dalam memengaruhi *social media addiction* (SMA). Al-Menayes (2016) menyebutkan bahwa faktor yang memengaruhi *social media addiction* pada individu ialah FOMO (*fear of missing out*), yaitu perasaan tidak nyaman bahwa individu lain mungkin memiliki pengalaman yang menyenangkan, sedangkan diri mereka tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan tersebut. FOMO dicirikan oleh keinginan untuk terus terhubung dengan hal yang dilakukan individu lain. Kimberly (2010) merumuskan tiga faktor yang memengaruhi



an media sosial, yaitu:

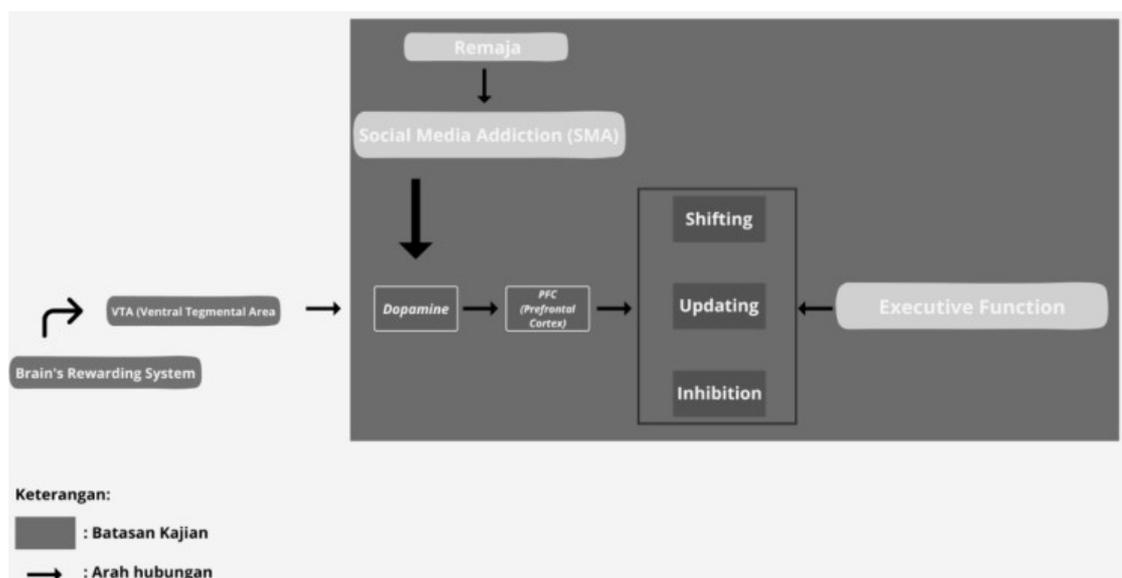
kelamin. Pria lebih sering dihadapkan dengan kecanduan seperti *tugas*

online, *cybersex*, dan *judi online*. Sedangkan wanita akan mengalami kecanduan pada belanja secara *online* dan *chatting*.

2. Kondisi psikologis. Kondisi emosional individu seperti depresi, kecemasan, dan lain-lain, sehingga individu menggunakan media sosial sebagai pengganti dari perasaan psikologis yang tidak sesuai atau keadaan yang membuat tertekan.

3. Tujuan penggunaan media sosial. Tujuan dan waktu penggunaan internet sangat penting sebagai faktor kecanduan terhadap media sosial. Tujuan untuk menggunakan media sosial untuk mengurangi atau sebagai bentuk pelarian dari permasalahan yang dihadapi, maka terdapat peningkatan resiko terkena *social media addiction* (SMA).

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Brain's rewarding system merupakan konsep otak manusia dalam memberikan *reward* dengan dirilisnya salah satu hormon bahagia, yaitu *dopamine*. *Brain's*



g system melibatkan beberapa bagian otak dalam prosesnya, seperti *ergic* yang merupakan kumpulan jaringan saraf tempat *dopamine* diproduksi yang terletak di bagian lobus temporal otak khususnya *VTA* (*Ventral*

Tegmental Area). *Dopamine* yang diproduksi akan dihantarkan ke bagian lobus frontal otak khususnya *PFC (Prefrontal Cortex)* yang bertanggung jawab langsung pada *EF (executive function)* pada otak. Produksi *dopamine* tersebut dapat diintervensi oleh *Social Media Addiction (SMA)* yang juga secara tidak langsung menghubungkan *SMA* dengan *EF*. *Dopamine, social media addiction, prefrontal cortex, dan executive function* merupakan *scope* penelitian ini.

2.2 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini ialah terdapat perbedaan *executive function (inhibition, updating, dan shifting)* yang ditinjau dari level *social media addiction (SMA)* pada remaja di Kota Makassar. Hipotesis penelitian ini lebih rincinya dibagi menjadi tiga hipotesis.

2.2.1 H1 1

Terdapat perbedaan skor *Inhibition* antara grup *SMA* dengan grup non-*SMA*.

2.2.2 H1 2

Terdapat perbedaan skor *updating* antara grup *SMA* dengan grup non-*SMA*.

2.2.3 H1 3

Terdapat perbedaan skor *shifting* antara grup *SMA* dengan grup non-*SMA*.





Optimized using
trial version
www.balesio.com