

**Detox Media Digital**  
**(Sikap Milenial terhadap Detox Media Digital)**

*Digital Media Detox (Millenial Behaviour towards Digital Media Detox)*

**Sri Wahyuning Astuti**  
**Dyah Sri Subandiah**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana  
Jl.Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat 11650  
sri.wahyuning.astuti@mercubuana.ac.id, dyah.pradoto@mercubuana.ac.id

*Dikirim: 9 Mei 2020, Direvisi: 26 Desember 2020, Diterima: 28 Desember 2020,  
Terbit: 31 Desember 2020*

*Sitasi: Astuti. S.W, Subandiah. D.S, (2020). Detox Media Digital  
(Sikap Milenial terhadap Detox Media Digital), PRoMEDIA.  
Volume 6 (2), Desember 2020, hal 335 - hal 364*

***Abstract***

*The penetration of digital media use, especially millennials, is getting longer and more massive. In a day, on average, millennials in Indonesia use digital media for up to 5 hours per day. The use of digital media which has become increasingly massive has created problems for its users. Starting from physical problems to psychological problems. To reduce dependency and the negative impact of social media users, a digital media detox is needed. Digital media detox is an effort to reduce to select the use of digital media, from social media to the use of internet-based applications. Detox digital media aims to make users use only the applications they need. This study aims to determine the attitudes of social media users regarding digital media detox using a descriptive quantitative approach. The subjects in this study were social media users. The data collection technique used was convenience sampling. The results showed, at the cognitive, affective and conative level most of the respondents already had a positive attitude towards digital media detox.*

***Keywords: Detox, Digital media, Attitude***

### **Abstraksi**

Penetrasi penggunaan media digital khususnya milenial semakin lama dan masif. Dalam sehari rata rata milenial di Indonesia menggunakan media digital hingga 5 jam perhari. Penggunaan media digital yang sudah semakin masif memunculkan permasalahan bagi para penggunanya. Mulai dari masalah fisik hingga masalah psikologis. Untuk mengurangi ketergantungan dan dampak negatif dari pengguna media sosial maka diperlukan detox media digital. Detox media digital adalah upaya mengurangi hingga menyeleksi penggunaan media digital mulai dari media sosial hingga penggunaan aplikasi berbasis internet. Detox media digital bertujuan agar pengguna, hanya menggunakan aplikasi yang dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap pengguna media sosial terkait detox media digital dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan, pada tataran kognitif, afektif maupun konatif sebagian besar responden sudah memiliki sikap positif terhadap detox media digital.

**Kata Kunci: Detox, Media digital, Sikap**

---

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan media digital dari tahun ketahun semakin tidak terbendung. Tidak dalam hitungan tahun, hitungan hari dan bulan selalu muncul teknologi baru khususnya smartphone. Bagi para pemburu teknologi baru tentu hal itu menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk mendapatkannya pertama kali. Peningkatan kepemilikan smartphone tentu berbanding lurus

dengan penggunaan media sosial karena *smartphone* dijadikan alat untuk mengakses media sosial.

Pengguna media sosial saat ini memang sudah semakin masif. Berdasarkan hasil riset *Wearesocial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi (BPS (Biro Pusat Statistik), 2018).

Dari jumlah tersebut, rata-rata penggunaan *smartphone* sangat beragam. Bagi generasi milenial yang sebagian waktunya digunakan untuk mengakses internet, maka lebih dari 5 jam mereka menggunakan *smartphone*. Sedangkan bagi generasi dengan usia yang lebih matang, kebanyakan penggunaan *smartphone* untuk keperluan bisnis dan kolega. Sementara bagi pengguna lanjut usia, *smartphone* digunakan untuk berbelanja online (Laila Meiliyandrie Indah Wardina & Sri Wahyuning Astuti, 2019).

Meski memiliki keragaman dalam penggunaan, data dari *Global Web Index* mengungkap penduduk dunia rata-rata menggunakan media sosial selama 2.38 jam dalam satu hari. Bahkan, sejumlah negara menghabiskan waktu lebih banyak dari itu. Filipina menjadi yang paling lama, yaitu 4.02 jam per hari. Sementara itu, Indonesia mencatatkan waktu selama 3.25 jam per hari. Berdasarkan *Flagship Report 2019*, rerata lama waktu

penggunaan media sosial dipengaruhi oleh keberadaan penduduk usia 16-24 tahun. Mereka paling antusias terhadap media sosial dan menjadi pasar yang tumbuh paling cepat. Beberapa negara di Eropa dan Jepang, yang lebih banyak diisi penduduk usia tua, hanya menggunakan media sosial sekitar satu jam dalam satu hari.

Penggunaan media sosial yang terus menerus dan dalam jangka waktu yang lama, tentu memunculkan banyak masalah. Sejumlah penelitian mengungkap, diantaranya terlalu sering menggunakan media sosial ternyata membuat penggunanya rentan akan rasa frustrasi dan mudah iri dengan orang lain. Temuan itu dimuat dalam penelitian berjudul *A Tool to Help or Harm? Online Social Media Use and Adult Mental Health in Indonesia* yang secara khusus menyoroti gangguan kesehatan mental akibat penggunaan media sosial di Indonesia. Menurut Sujarwoto, peneliti yang meriset masalah gangguan kesehatan mental, perasaan iri dan getir muncul karena pengguna media sosial sering membanding-bandingkan kehidupannya dengan orang lain di medsos. Kecenderungan rasa iri yang timbul juga semakin tinggi mengingat lingkup media sosial yang lebih luas.

Media sosial selain dapat menjadi sarana penularan emosi juga dapat mempengaruhi suasana hati penggunanya. Turkle (Turkle, 1995) mengemukakan bahwa seberapa lama seseorang menghabiskan waktu di media sosial akan terjadi proses perbandingan sosial yang bisa mengakibatkan efek depresif akibat munculnya reaksi “alone together”. Penelitian lain yang

mendukung hasil penelitian tersebut menjabarkan bahwa semakin sering seseorang mengakses Facebook maka semakin tidak bahagia orang tersebut (Pontes et al., 2018). Penggunaan Facebook secara berlebihan dapat memicu luapan emosi negatif seperti depresi ketika tidak mendapatkan respon atau komentar yang diharapkan dari pengguna media sosial lain, peristiwa masa lalu yang memalukan dan menyakitkan diungkap oleh pengguna media sosial lain, dan sedikitnya jumlah teman atau pengikut di sosial media dibandingkan orang lain.

Selain mempengaruhi emosi penggunanya, penggunaan media sosial yang terus menerus juga menyebabkan Gangguan dalam hubungan interpersonal. Orang merasa lebih nyaman melakukan komunikasi melalui media sosial dibandingkan komunikasi langsung. Tidak hanya itu kehangatan dan keakraban dengan lingkungan keluarga juga semakin berkurang karena setiap anggota keluarga terlalu sibuk dengan media sosial mereka masing-masing. Mereka bahkan rela melakukan berbagai macam cara demi untuk mendapatkan content yang menarik sehingga mendapatkan like dan komentar yang banyak.

Pada taraf yang lebih luas, mereka yang menggunakan media sosial terus menerus juga dilaporkan mengalami gangguan kesehatan, mulai dari sakit kepala, kram tangan, hingga tidak dapat tidur. Serangkaian keluhan yang muncul tentu akan menjadi bom waktu dikemudian hari jika tidak disikapi dengan bijaksana.

Diperlukan sebuah tindakan nyata untuk mengatasi semua dampak buruk dari media sosial yang digunakan terus menerus.

Salah satu yang biasa dilakukan adalah dengan mengurangi penggunaan media sosial atau detox sosial media. Detox adalah istilah yang seringkali digunakan dalam dunia kesehatan dalam membuang zat buruk dari tubuh. Berbeda dengan *detox* diet yang membuang racun dari dalam tubuh, *detox* sosial media justru membantu membuang semua racun yang mengganggu mental, sehingga kita terbangun dan hidup dalam realita.

Detox sosial media bukan berarti berhenti total dalam menggunakan sosial media. Detox dilakukan jika pengguna sosial media merasa stress dan resah dengan kehidupan sosial orang lain. Detox tidak serta merta menghentikan semua penggunaan media sosial. Umumnya detox sosial media dimulai dengan mengurangi jumlah waktu penggunaan media sosial, jika umumnya penggunaan menggunakan sosial media mereka selama lebih dari tiga jam, maka sebagai langkah pertama yang bisa dilakukan adalah dengan menguranginya hingga satu jam pemakaian.

Detox sosial media mungkin bukan istilah baru, wacana ini sudah sering sekali diangkat menjadi isu yang krusial, untuk mengcounter penggunaan sosial media yang sudah sangat masif dan menimbulkan banyak efek negatif. Sayangnya, tidak semua pengguna media sosial menyadari program ini. Mereka merasa belum membutuhkan detox media sosial dan menganggap

penggunaan media sosial yang mereka lakukan masih dalam taraf wajar.

Keengganan untuk melakukan detox media sosial, bisa jadi karena kurangnya pemahaman terhadap konsep tersebut, karena kurang gencarnya pemberitahuan program tersebut dan belum ada lembaga ataupun instansi khusus yang mengkampanyekan detox media sosial. Tidak hanya itu, milenial yang kesehariannya menggunakan media digital merasa masih sangat tergantung dengan media sosial. Buat mereka tidak ada waktu tanpa mengakses media sosial. Selain itu keinginan untuk diakui, sekaligus bagian dari eksistensi diri membuat mereka tidak tertarik untuk melakukan detox media sosial.

Penetrasi penggunaan media sosial oleh milenial memang masih sangat tinggi, Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (S. W. Astuti et al., 2019) menyebutkan bahwa lebih dari lima jam milenial menggunakan media sosial. Ada banyak tujuan milenial menggunakan media sosial, diantaranya adalah sebagai hiburan, mencari eksistensi atau mencari pertemanan. Beberapa diantaranya bahkan menggunakan media sosial untuk kepentingan bisnis.

Penelitian serupa juga menyebutkan, bahwa banyak milenial justru menggunakan media sosial mereka sebagai tempat untuk mengais rejeki. Sebut saja beberapa Youtuber yang memang fokus menekuni content di youtube mereka demi untuk mendapatkan rupiah. Apa yang dilakukan para influencer inilah yang kemudian

diikuti oleh pengguna sosial media yang lain, sehingga semakin sulit melakukan detox media sosial.

Atas alasan itulah, peneliti tertarik untuk mengetahui sikap milenial terhadap detox media sosial dan bagaimana tingkat partisipasi mereka terhadap detox media sosial.

## **II. PEMBAHASAN**

### **A. Detox Digital**

Digital detox mengacu pada periode waktu di mana seseorang secara sukarela menahan diri untuk tidak menggunakan perangkat digital seperti smartphone, komputer, dan platform media sosial. Bentuk detoksifikasi ini telah mendapatkan popularitas, karena individu telah meningkatkan waktu mereka dihabiskan untuk perangkat digital dan Internet.

Subset dari detoks digital adalah detoks media sosial, yang merupakan periode waktu ketika individu secara sukarela menjauh dari media sosial. Dalam penelitian akademis, detoksifikasi media sosial umumnya disebut sebagai "tidak digunakannya media sosial", dan berada di bawah payung "Digital Detox", dengan fokus khusus pada mencabut dari media sosial.

Detox sosial media biasa dilakukan oleh orang-orang yang kecanduan dan Mengalami “stress”. Stress yang di maksud adalah, kondisi dimana orang-orang merasa tertekan akan kondisi dan situasi dalam hidupnya karena membandingkan hidupnya dengan hidup orang lain dengan menggunakan socmed sebagai alat takar.



Digital detox berdiri dalam tradisi resistensi media dan teknologi dan menyerupai reaksi terhadap telepon (Kline, 2003), bioskop (Grievesson, 2004), televisi (Krcmar, 2009) dan teknologi komunikasi lainnya (untuk tinjauan umum, lihat Syvertsen, 2017) (Syvertsen & Enli, 2019) (Parsafar & Davis, 2018). Argumen untuk digital detox mencakup banyak dari nilai dan ekspresi yang sama seperti bentuk resistensi media sebelumnya, tetapi ada juga hal baru. Berbeda dengan kampanye politik untuk membatasi konten media, argumen untuk detoks digital lebih mengarah pada tanggung jawab individu dan optimalisasi diri (OJ, 2015) . Digital detox juga berbeda dengan puasa media seperti gerakan minggu bebas TV, yang umum pada tahun 1990-an dan awal 2000.

Berpantang dari televisi biasanya berakar dari evaluasi negatif dari produk media, konten dan industri (Krcmar, 2009), serta di nilai-nilai yang lebih luas seperti moralitas, pelestarian budaya, pencerahan dan demokrasi (Syvertsen & Enli, 2019). Sebagai kata kunci dan peluang bisnis, argumen untuk detoksifikasi digital lebih didasarkan pada anggapan keseimbangan yang mirip dengan mindfulness; istirahat sementara dipandang sebagai kendaraan untuk meningkatkan kesadaran dan belajar pengaturan diri untuk mengurangi stres dan meningkatkan kehadiran diri disini dan sekarang (Glomb et al., 2011).

Detoksifikasi digital mematikan semua ponsel, telepon pintar, tablet, laptop, dan komputer untuk jangka waktu tertentu. Meskipun ilmu tentang bagaimana teknologi mempengaruhi

perilaku manusia masih dalam masa pertumbuhan, detoks digital telah menemukan disebutkan dalam kamus. Kamus Oxford mendefinisikannya sebagai periode waktu di mana seseorang menahan diri dari menggunakan perangkat elektronik seperti Smartphone atau komputer, yang dianggap sebagai peluang untuk mengurangi stres atau fokus pada interaksi sosial di dunia fisik. Ini dianggap sebagai kesempatan untuk mengurangi stres, lebih fokus pada interaksi sosial sejati dan koneksi dengan alam di dunia fisik. Manfaat yang diklaim termasuk peningkatan kewaspadaan, menurunkan kecemasan, dan secara keseluruhan penghargaan yang lebih baik terhadap lingkungan seseorang.

Cara terbaik untuk detoksifikasi adalah dengan masuk ke alam. Studi telah menunjukkan bahwa tekanan darah, detak jantung, ketegangan otot dan tingkat "hormon stres" seperti Cortisol semuanya berkurang lebih cepat dalam pengaturan alami. Depresi, kemarahan, dan agresivitas berkurang di lingkungan hijau dan gejala Anak dengan attention deficit hyperactivity disorder (ADHD) pada anak berkurang ketika mereka bermain di lingkungan hijau. Digital detoxing adalah fenomena yang berkembang yang berfungsi sebagai reaksi terhadap kelebihan informasi yang datang dengan media baru dan perangkat penghubung digital. Smartphone, laptop, dan tablet, dikombinasikan dengan aksesibilitas Internet nirkabel yang meningkat, memungkinkan pengguna teknologi untuk terus-menerus terhubung ke dunia digital. Konektivitas online terus-

menerus dapat berdampak negatif pada pengalaman pengguna dengan perangkat penghubung elektronik dan menghasilkan keinginan untuk sementara waktu. menahan diri dari penggunaan teknologi komunikasi.

## **B. Metode Detoxifikasi**

Beberapa metode yang bisa dilakukan untuk melakukan detox media digital antara lain:

1. Buat daftar gadget
2. Menetapkan batas waktu penggunaan media digital
3. Menetapkan Target sesuai kemampuan
4. Berkomitmen untuk mengubah satu kebiasaan pada satu waktu
5. Menghindari menyimpan smartphone di ruang tidur
6. Memberi perhatian terhadap orang lain
7. Mencari teman untuk sama-sama melakukan detox
8. Tinggalkan gadget di rumah
9. Beri tahu semua orang apa yang kamu lakukan
10. Nonaktifkan dorongan Untuk mengurangi ketergantungan digital Anda, matikan pemberitahuan push ponsel Anda
11. Gunakan jam untuk menyalakan alarm, dan jangan menggunakan ponsel anda
12. Matikan ke mode pesawat
13. Matikan handphone untuk satu hari
14. membiasakan untuk 24 jam dalam 1 minggu tanpa HP

15. Bersiap untuk menghadaoi godaan selama melakukan detox
16. Melakukan identifikasi media sosial yang digunakan
17. mengulang ulang tekad untuk melakukan detox dengan mengucapkan berulang kali

### **C. Sikap**

Menurut Sarnoff, Sikap menjadi sebuah kesediaan yang diperuntukkan bereaksi , entah itu secara positif maupun negatif pada objek-objek tertentu. Menurut D.Krech & R.S Crutchfield, sikap sebagai sebuah organisasi yang memiliki sifat menetap dari sebuah proses emosional, motivasional, perseptual, serta kognitif yang berkaitan dengan aspek dunia individu. Menurut La Peirre, sikap sebagai sebuah pola perilaku, kesiapan antisipatif, dan predisposisi yang mana digunakan untuk dapat menyesuaikan diri di dalam situasi sosial. Sederhanya, sikap merupakan respon pada stimuli sosial yang sudah terkondisikan.

Sementara itu Menurut Soetarno, sikap merupakan pandangan maupun perasaan yang mana disertai dengan kecenderungan untuk bisa bertindak pada objek tertentu. Sikap senantiasa diarahkan pada benda, orang, pandangan, peristiwa, norma, lembaga, dan lainnya. Ada beberapa faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan sikap dalam seseorang, antara lain adalah:

1. Faktor Intern, faktor yang terdapat di dalam diri seseorang itu sendiri. Berupa daya pilih seseorang yang digunakan untuk dapat menerima serta mengolah pengaruh yang berasal dari luar dirinya sendiri. Pilihan tersebut akan sangat berkaitan erat pada motif dan attitude di dalam dirinya dalam suatu waktu.
2. Faktor Esktern, faktor yang ada di luar seseorang. Dapat berupa interaksi sosial yang terjadi di luar kelompoknya dengan gasil dari kebudayaan manusia. Biasanya dilakukan melalui media komunikasi. Pembentukan serta perubahan sikap dapat terjadi sendiri.

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan skala Sikap terhadap detox media digital.

#### **B. Unit Analisis**

Unit analisis merupakan prosedur pengambilan sampel yang didalamnya mencakup sampling dan satuan kajian. Sampel dalam penelitian ini adalah milenial dilingkungan universitas mercubuana dengan teknik pengambilan sampel insidental sampling.

### C. Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari skala Sikap tentang detox media sosial.

### D. Metode dan Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Alat pengumpulan data berupa kuesioner tentang sikap terhadap detox digital

## III. PEMBAHASAN

### A. Gambaran Demografi Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar melalui google drive kepada mahasiswa mercu buana, terkait sikap terhadap detox media digital diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 1. Data Demografi Responden

Deskriptif		frequency
Jenis kelamin	Wanita	22
	Laki-laki	12
Usia	18	11
	19	4
	20	5
	21	8
	22	2
	>22	4
Pekerjaan	Mahasiswa	
	Karyawan	
	Swasta	

## B. Sikap terhadap Detox Media

Komponen sikap terdiri dari kognitif, afektif dan konatif, dan berikut hasil pengujian masing-masing komponen

### 1. Katergor Kognitif (Pengetahuan responden terhadap Detox Media Sosial)

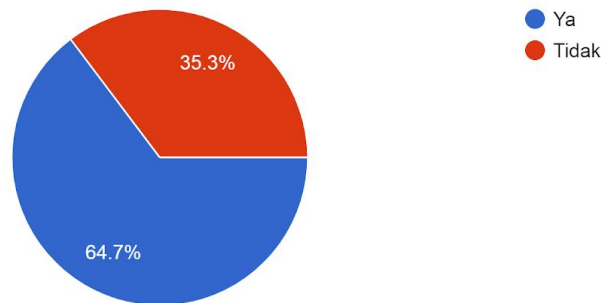
Berdasarkan hasil kuesioner, pengetahuan subyek terhadap media digital sangat beragam, dengan penjelasan berikut.

1). Apakah kamu pernah mendengar istilah detox media digital?

Gambar 1. Istilah detox media digital

Apakah kamu pernah mendengar istilah detox media sosial?

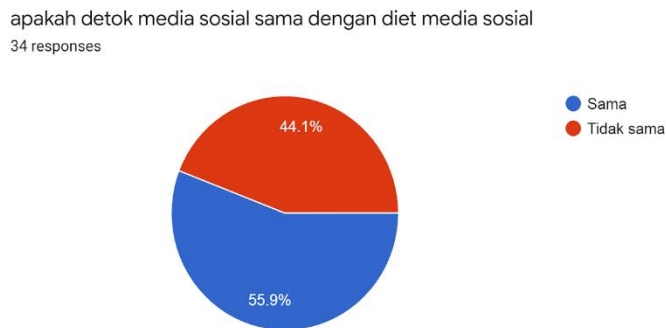
34 responses



Berdasarkan hasil jawaban yang diungkapkan subyek sebagai besar subyek yakni berjumlah 64,7% atau sebanyak 22 orang mengaku telah mendengar istilah detox media digital, sementara sisanya yakni sebesar 35,3% atau sekitar 12 orang belum pernah mendengar istilah detox media digital.

## 2). Apakah detox media digital sama dengan diet media sosial

Gambar 2. Persamaan detox media dengan diet media



Dari kurva pie chart diatas dapat dijelaskan, umumnya responden menganggap bahwa diet media digital sama dengan diet media sosial. yakni hampir 60% menyatakan sama, dan 40% mengatakan tidak sama.

## 3). Pengertian detox media sosial menurut kamu

Gambar 3. Pengertian detox media



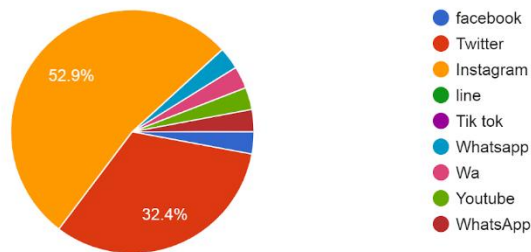


Pengetahuan selanjutnya yang ditanyakan kepada responden adalah tentang pengertian detox media digital. Hasil Pie chart diatas menunjukkan bahwa jawaban dan pengetahuan responden sangat beragam, sebagian besar yakni sebanyak 32.4% menyatakan detox media digital adalah hanya menggunakan media sosial yang dibutuhkan, sementara 29.4% menyatakan detox media digital adalah mengurangi penggunaan internet, dan 26,5% menyatakan detox media digital adalah menseleksi penggunaan internet.

#### 4). Media sosial yang memberikan banyak manfaat

Gambar 4. Media sosial yang bermanfaat

Jika iya menurut kalian media sosial yang paling banyak memberikan manfaat  
34 responses



Pertanyaan selanjutnya yang ditujukan kepada responden adalah media sosial yang paling memberikan manfaat. Dari jawaban responden, lebih dari 50% menyatakan bahwa media sosial yang banyak memberikan manfaat adalah instagram,

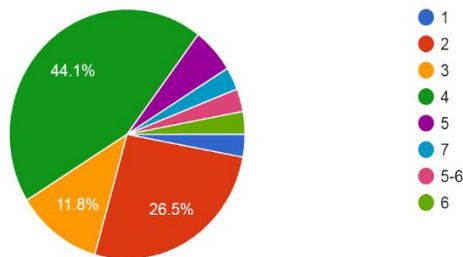
disusul twitter 32,4% dan selebihnya youtube, Whatsup, Tik Tok dll.

#### 5). Berapa banyak menggunakan Media Sosial

Ada sejumlah media sosial yang digunakan oleh responden dalam mengakses media. Seperti dilihat dalam grafik berikut:

Gambar 5. Media sosial yang digunakan

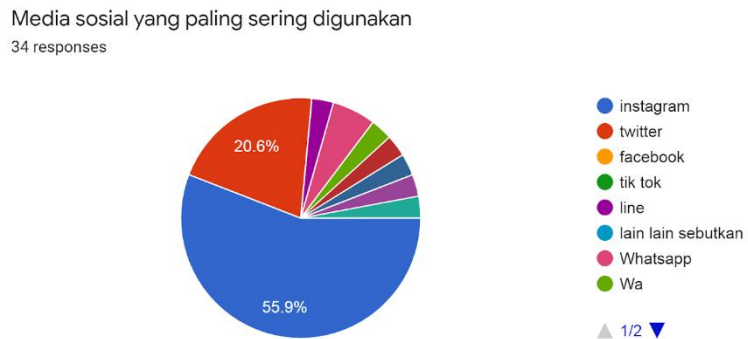
Media sosial yang digunakan berapa banyak  
34 responses



Berdasarkan pertanyaan diatas, responden menjawab umumnya menggunakan media sosial sebanyak 4 media sosial, selebihnya hanya menggunakan hanya 2 media sosial. Namun masih banyak responden yang menggunakan media sosial lebih dari 6 media sosial.

## 6). Media sosial yang paling sering digunakan

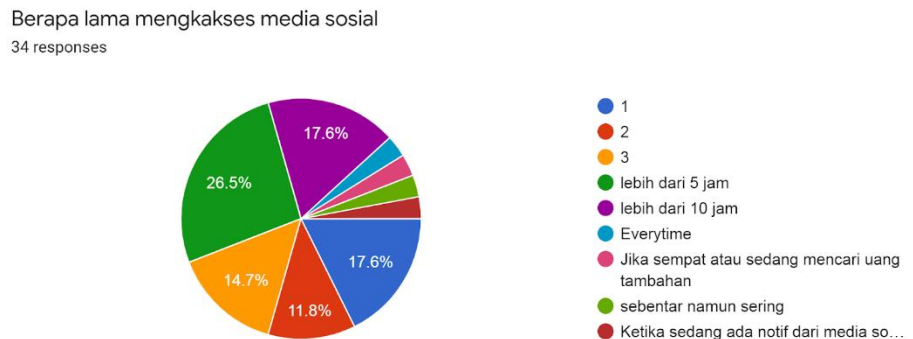
Gambar 6. Media sosial yang sering digunakan



Jawaban responden berdasarkan pertanyaan diatas, dilihat dari pie chart adalah bahwa sebagian responden paling sering menggunakan instagram, yakni sebanyak 56%, disusul twitter dan whatsapp.

## 7. Lama mengakses media sosial

Gambar 7. Lama penggunaan media sosial



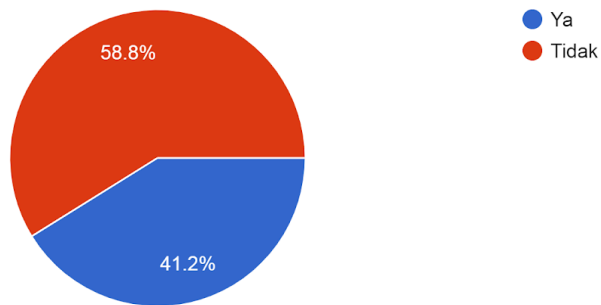
Dari jawaban yang masuk, rata-rata subyek mengakses media sosial lebih dari 5 jam yakni sebanyak 26,5% responden, disusul mereka yang menghabiskan waktu hanya 1 jam perhari, dan 2 hingga 3 jam perhari masing-masing sebanyak 18%, 15%, dan 12%.

## 2. Kategori Afektif

1). Apakah memiliki target berapa lama menggunakan media sosial

Gambar 8. Target lama penggunaan media

Apakah memiliki target berapa lama menggunakan media sosial  
34 responses



Berdasarkan jawaban responden, rata-rata responden menjawab tidak memiliki target menggunakan media sosial yakni sebesar 59%, sementara sisanya 41% menjawab memiliki target dalam menggunakan media sosial.

## 2). Target saat ini atas penggunaan media sosial

Gambar 9. Target penggunaan media

target apa yang saat ini kamu lakukan  
34 responses



Berdasarkan pie chart diatas, sebagian responden menyatakan memiliki target untuk hanya menggunakan media sosial yang dibutuhkan yakni sebanyak 41,2%, sementara sebanyak 35,5% menyatakan akan mengurangi waktu penggunaan media sosial, dan sebanyak 17,6% persen menyatakan hanya akan menggunakan media sosial hanya jika dibutuhkan.

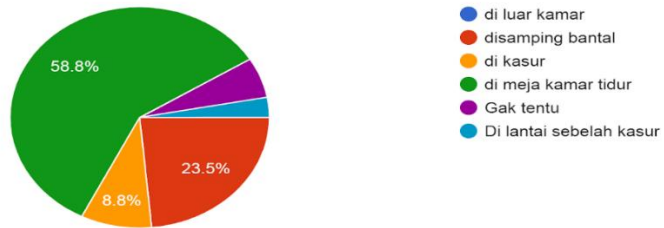
### 3. Kategori Konatif

Pada kategori konatif ini, responden sudah pada taraf melakukan kegiatan atau perilaku yang terkait dengan detox media sosial. Beberapa Perilaku yang menunjukkan proses Detox Media sosial diantaranya:

### 1). Meletakkan Smartphone saat tidur

Gambar 10. Tempat meletakkan smartphone

Dimana anda meletakkan smartphone saat tidur  
34 responses

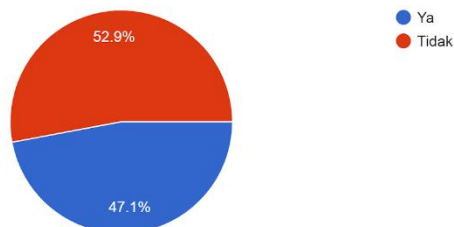


Berdasarkan jawaban responden saat ditanyakan dimana mereka meletakkan smartphone saat tidur, umumnya responden yakni sebanyak 58,5% menyatakan meletakkan smartphone di meja kamar tidur, sementaraa sebanyak 23,5% menyatakan meletakkan smartphone disamping bantal, dan sebanyak 8,5% meletakkan di kasur.

### 2). Pernahkah mematikan smartphone dalam satu hari

Gambar 11. Pernah mematikan smartphone

Pernahkah mematikan HP dalam satu hari  
34 responses

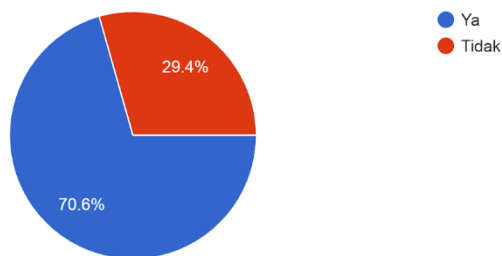


Pertanyaan ini diajukan sebagai bagian dari perilaku detox media digital, mereka yang tengah menjalankan program ini diharapkan pernah atau tidak merasa takut untuk mematikan HP dalam satu hari. Dari pertanyaan ini, jawaban responden berdasarkan pie chart diatas adalah, lebih dari 50 persen menyatakan tidak pernah mematikan HP dengan sengaja dalam sehari, sementara sisanya sebanyak 47,1% menyatakan pernah dengan sengaja mematikan HP.

3).Pertanyaan berikutnya yang saling terkait dengan kesanggupan mematikan HP.

Gambar 12. Kesiediaan mematikan smartphone

Jika diminta untuk mematikan HP dalam sehari apakah bersedia  
34 responses



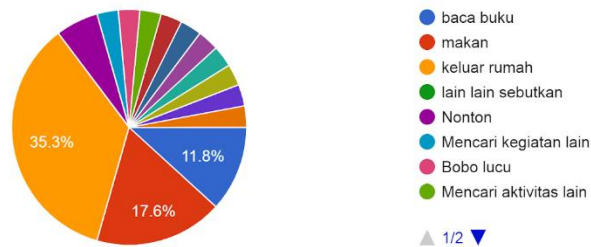
Dari jawaban yang diberikan responden lebih dari 70,6% responden menyatakan bahwa mereka bersedia mematikan HP

dalam sehari jika diminta, dan sisanya 29,4% menyatakan tidak bersedia mematikan HP.

4). Saat tergoda kembali menyalakan smartphone apa yang biasanya dilakukan

Gambar 13. Godaan dalam menyalakan smartphone

Jika dalam masa mematikan HP kamu tergoda untuk menyalakan lagi apa yang biasanya dilakukan  
34 responses



Responden yang memberikan jawaban yang terangkum dalam pie chart menyatakan bahwa, saat tergoda kembali menyalakan HP padahal telah berkomitmen untuk mematikan HP dalam satu hari, umumnya mereka memilih untuk keluar rumah dengan jumlah prosentase responden sebanyak 35,5%, disusul mengalihkannya dengan makan sebanyak 17,6% dan baca buku sebanyak 11,8%. Sementara sisanya memberikan jawaban bobo lucu, nonton dan mencari aktivitas lain.

Sikap mahasiswa terhadap detox media sosial diantaranya ditunjukkan dari bagaimana pemahaman mereka terhadap detox media sosial (ranah kognitif), minat untuk melakukan detox



media digital (ranah konatif) dan perilaku sebagai bagian dari detox media digital (ranah konatif) (S. W. Astuti, 2020).

Responden yang berada dalam rentang usia millennial umumnya adalah pengguna media digital (S. Astuti et al., 2020). Penggunaan media digital yang terus menerus tentu membuat mereka sangat akrab dan mampu mencari informasi terkait detox media digital. Karena itulah, banyak yang sudah memahami pengertian dari detox media digital. Meski demikian masih banyak responden yang belum dapat membedakan detox media digital dengan detox media sosial. Umumnya mereka menyamakan kedua pengertian tersebut.

Penggunaan media digital khususnya media sosial oleh responden umumnya berada pada taraf heavy ligth, yakni lebih dari 5 jam sehari. Selain itu, mereka juga memiliki media sosial lebih dari satu, dan seluruh media sosial yang mereka miliki, mereka menjadi pengguna aktif. Dari kesusruhan responden, 50% menyatakan bahwa mereka memiliki akun instagram, selebihnya 30% twitter dan sisanya adalah media sosial yang lain. Mereka mengaku bahwa dari media sosial yang ada, umumnya mengakui bahwa instagram merupakan media sosial yang paling banyak memiliki manfaat.

Pada ragam minat, responden menyatakan bahwa memiliki keinginan untuk mengurangi penggunaan media sosial. Bentuk minat ini, diawali dengan mengklasifikasikan media sosial berdasarkan kebutuhan penggunaannya. Selain itu responden

juga berniat untuk mengurangi waktu penggunaan media sosial dari lebih dari 5 jam perhari hingga minimal 3 jam perhari. Selain itu responden juga berniat untuk hanya menggunakan media sosial yang benar benar dibutuhkan.

Dari sisi konatif umumnya responden memulai mengurangi penggunaan smartphone dengan mengganti penggunaan Handphone untuk alarm. Langkah ini dilakukan sebagai langkah pendahuluan untuk tidak meletakkan smartphone di ruang tidur. Tidak hanya itu, responden juga sudah mulai terbiasa untuk tidak menggunakan smartphone saat hari libur dan memilih menggantinya dengan melakukan tindakan fisik lainnya. Responden juga bersedia untuk mematikan HP dalam satu hari, dan akan melakukannya sebagai kebiasaan rutin. Hal ini berarti ada niatan dari responden untuk mengurangi penggunaan smartphone dalam kehidupan sehari-hari.

Niatan responden untuk mengurangi penggunaan smartphone dengan memulai mengurangi penggunaan media sosial, patut diapresiasi. Namun meski demikian, responden belum konsisten dengan niatnya untuk melakukan detox media digital. Mereka yang memulai atau memiliki keinginan untuk memulai melakukan detox media digital tidak menunjukkan penyesalan saat kembali menyentuh smartphone selama berjam berjam. Apa yang dilakukan menurut mereka adalah hal yang wajar mengingat seluruh responden adalah millennial yang memang kehidupan sehari-harinya memerlukan media digital.

Generasi millennial dalam melakukan aktifitas sehari-hari tidak lepas dari penggunaan media digital (S. W. Astuti, 2018), karena itu kecil kemungkinan mereka tidak menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya. Selain itu, banyaknya ruang hiburan yang digantikan oleh penggunaan *smartphone* membuat penggunaannya menjadi paket lengkap yang bisa digunakan kapanpun dan dimanapun. Sayangnya, penggunaan yang terus menerus membuat mereka mengalami sejumlah gangguan baik fisik maupun psikologis (Yenny. & Astuti, 2018).

Sejumlah gangguan psikologis yang dilaporkan diantaranya kecemasan, depresi dan anti sosial. Tidak hanya itu penggunaan media digital yang terus menerus juga membuat pola komunikasi millennial berubah dan lebih banyak menggunakan komunikasi dengan media dibandingkan tatap muka langsung (S. W. Astuti et al., 2019).

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, umumnya pengguna media sosial belum memiliki kesadaran penuh untuk melakukan *detox media digital*. Masih banyak pengguna media digital yang menggunakan waktunya untuk mengakses media sosial dalam jumlah yang sangat banyak. Selain itu mereka juga tidak memiliki target untuk mengurangi penggunaan media digital maupun media sosial. Selain itu, pengguna media sosial juga belum memiliki

kesadaran untuk mulai mengurangi penggunaan media digital. Kondisi ini muncul selain karena adanya ketergantungan, juga karena umumnya mereka menganggap media digital bagian dari gaya hidup.

Penggunaan media sosial yang terus menerus tentu membawa dampak bagi penggunanya, mulai dari dampak psikologis hingga dampak fisik. Karena itu untuk menyeimbangkan diperlukan kontrol diri untuk mengurangi penggunaan media digital, dimulai dari hanya menggunakan untuk hal-hal yang benar-benar dibutuhkan. Detox perlu dilakukan untuk menghindari dampak negatif yang muncul yakni rasa iri, kesepian, depresi, merenung dan melakukan perbandingan sosial. Sejumlah perilaku yang muncul ini bila dibiarkan terus menerus akan membuat pengguna media digital mengalami kesehatan mental yang buruk. (Majid et al., 2020)

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. Bajari, A., Rachmiatie, A., & Venus, A. 2020. *Correlation between Interpersonal Communication Motive and Interpersonal Communication Gratification with Psychological Well Being of Media Digital user in Indonesian Millennial Generation*. 1–7. <https://doi.org/10.4108/eai.26-11-2019.2295165>
- Astuti, S. W. 2018. Hubungan antara pemilihan media konvergensi Smartphone dengan Alienasi SOSial Pada Mahasiswa Universitas Mercu buana. *Promedia*, 4(1), 1–16. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/1103>
- Astuti, S. W. 2020. *Psikologi Ruang Maya* (1st ed.). Penerbit CV Pena Persada.
- Astuti, S. W., Bajari, A., Rachmiatie, A., & Venus, A. 2019. *Hubungan antara Motif Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Komunikasi Antar Pribadi Generasi Milenial Relationship between Interpersonal Communication Motives and Millennial Generation Interpersonal Communication Satisfaction*. 2, 171–206.
- BPS (Biro Pusat Statistik). 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*.
- Glomb, T. M., Duffy, M. K., Bono, J. E., & Yang, T. 2011. Mindfulness at work. In *Research in Personnel and Human Resources Management* (Vol. 30). Emerald Group Publishing Ltd. [https://doi.org/10.1108/S0742-7301\(2011\)0000030005](https://doi.org/10.1108/S0742-7301(2011)0000030005)
- Laila Meiliyandrie Indah Wardina & Sri Wahyuning Astuti. 2019. Gambaran Kesejahteraan Psikologi Generasi Milenial Pengguna Media Digital Di Jakarta Selatan. *Southeast Asia Psychology Journal*, 7(1), 1–14.
- Majid, A., Yasir, M., Javed, A., & Ali, P. 2020. From envy to social anxiety and rumination: How social media site addiction triggers task distraction amongst nurses. *Journal of Nursing Management*, 28(3), 504–513. <https://doi.org/10.1111/jonm.12948>

- OJ, M. (2015). *Optimizing the Self: Social Representations of Self-Help*. Routledge.
- Parsafar, P., & Davis, E. L. 2018. Fear and anxiety. In *The Function of Emotions: When and Why Emotions Help Us*.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-77619-4\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-77619-4_2)
- Pontes, H. M., Taylor, M., & Stavropoulos, V. 2018. Beyond “facebook Addiction”: The Role of Cognitive-Related Factors and Psychiatric Distress in Social Networking Site Addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(4), 240–247.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0609>
- Syvetsen, T., & Enli, G. 2019. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence*.  
<https://doi.org/10.1177/1354856519847325>
- Turkle, S. 1995. *Life on the screen*. Simon&Schuster paperback.
- Yenny., & Astuti, S. W. 2018. *Efek Psikologis Penggunaan Content dan Media Konvergensi Smartphone Pada Mahasiswa Efek Psikologis Penggunaan Content dan Media Konvergensi Smartphone Pada Mahasiswa*. 2, 18–35.