

Abstrak

Penggunaan media sosial *tiktok* dengan intensitas tinggi yang mengarah pada *social media addiction* berpengaruh pada menurunnya aktivitas fisik, menjauh dari aktivitas sosial dengan orang-orang disekitar, melakukan perbandingan sosial secara *online* hingga muncul rasa rendah diri, perasaan cemas dan banyak hal negatif lainnya yang mana hal tersebut merupakan faktor risiko depresi. Studi ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *social media addiction* dengan kecenderungan depresi pada pengguna aplikasi *tiktok*. Subjek pada penelitian ini berjumlah 111 mahasiswa pengguna aplikasi *tiktok*, dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala (*Beck Depression Inventory Second Edition* (BDI-II) & Skala Kecanduan Media Sosial). Teknik analisis data yang digunakan adalah kolerasi *product moment* dari Karl Pearson. Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar = 0,473 ($p = 0,000$) yang berarti terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social media addiction* dengan kecenderungan depresi. *Social Media Addiction* menyumbangkan kontribusi sebesar 22,4% terhadap kecenderungan depresi pada pengguna aplikasi *tiktok*, sisanya 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: *depresi, media sosial, social media addiction, tiktok*

Abstract

Using social media tiktok with high intensity which leads to social media addiction has an effect on decreasing physical activity, staying away from social activities with people around, doing social comparisons online until low self-esteem appears, feelings of anxiety and many other negative things. It is a risk factor for depression. This study aims to examine the relationship between social media addiction and the tendency to depression in tiktok application users. The subjects in this study were 111 students using the tiktok application, with an age range of 18-25 years. The data collection method in this study used two scales (Beck Depression Inventory Second Edition (BDI-II) & Social Media Addiction Scale). The data analysis technique used is product moment correlation from Karl Pearson. The results of the data analysis showed that the correlation coefficient (r_{xy}) was = 0.473 ($p = 0.000$), which means that there is a significant positive relationship between social media addiction and depression tendencies. Social media addiction contributed 22.4% to the tendency of depression in tiktok application users, the remaining 77.6% was influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *depression, social media, social media addiction, tiktok*