KETERGANTUGAN *SCROLLING* TIKTOK DALAM PEMBENTUKAN FENOMENA *BRAIN ROT*

Alyah Khaerunnisa[1)], Devi Purnamasari[2)]
Universitas Dian Nuswantoro
alyahkhaerunisaa@gmail.com

Abstract

TikTok is a social media platform widely used for entertainment, allowing users to create, share, and consume audiovisual content through short-form videos. In Indonesia, TikTok has experienced significant growth, with its users reaching 194 million. In 2024, Indonesian TikTok users were also reported to spend more than 44 hours per month on the platform. This high level of use indicates Generation Z's strong engagement with fast, brief, and repetitive content. This study examines TikTok scrolling dependency in the formation of the brain rot phenomenon among Generation Z by applying Media Ecology Theory and Media Dependency Theory. This research employs a qualitative approach with a phenomenological method to understand users' experiences in consuming TikTok content. Data were collected through in-depth interviews with five active Generation Z TikTok users. The findings reveal that dependency develops through repeated app use, difficulty controlling usage duration, and the tendency to rely on TikTok as instant entertainment. This condition contributes to brain rot, reflected in decreased cognitive focus, delayed activities, mood changes, and disrupted time management. The study concludes that brain rot is shaped by TikTok's media characteristics and users' dependence on fast digital content. Digital literacy and self-control are necessary to promote wiser social media use.

Keywords: TikTok,, Media Effects, Brain rot

Abstrak

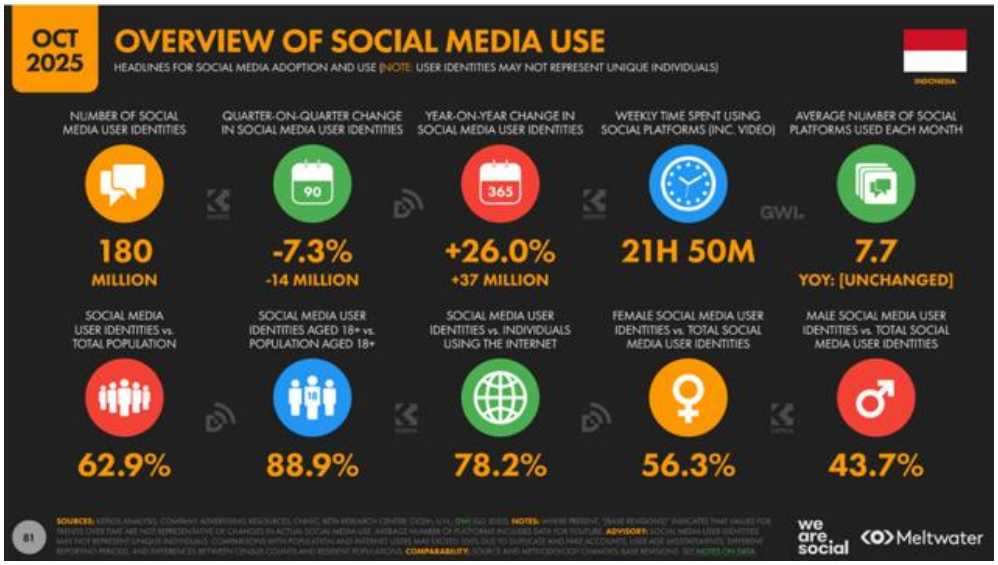
Aplikasi TikTok digunakan sebagai media hiburan yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, dan mengonsumsi konten audiovisual melalui format video pendek. Perkembangan TikTok di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan, dengan jumlah pengguna mencapai 194 juta. Pada tahun 2024, pengguna TikTok di Indonesia juga tercatat menghabiskan waktu lebih dari 44 jam per bulan. Tingginya penggunaan ini memperlihatkan keterikatan pengguna terhadap konten yang cepat, singkat, dan berulang. Penelitian ini membahas ketergantungan *scrolling* TikTok dalam pembentukan fenomena brain rot pada Generasi Z dengan menggunakan Media Ecology Theory dan Media Dependency Theory. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman pengguna dalam mengonsumsi konten TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap lima pengguna aktif Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketergantungan tersebut terbentuk melalui kebiasaan membuka aplikasi secara berulang, kesulitan mengontrol durasi penggunaan, serta kecenderungan menjadikan TikTok sebagai hiburan instan. Kondisi ini memunculkan fenomena *brain rot* berupa penurunan fungsi kognitif, penundaan aktivitas, perubahan suasana hati, dan terganggunya pengelolaan waktu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *brain rot* terbentuk melalui karakteristik media TikTok dan ketergantungan pengguna terhadap konten digital cepat. Literasi digital dan kontrol diri diperlukan agar penggunaan media sosial lebih bijak.

Kata Kunci: TikTok, Efek Media, *Brain rot*

PENDAHULUAN

Intensitas penggunaan TikTok di Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat, terutama pada Generasi Z sebagai kelompok yang memiliki keterikatan kuat dengan media digital. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna mengakses, membuat, dan membagikan konten audiovisual secara cepat. Karakteristik TikTok yang mengandalkan format video singkat, algoritma *For You Page* atau FYP, serta fitur *scrolling* tanpa henti membuat pengguna mudah terlibat dalam konsumsi konten yang cepat, berulang, dan sulit dihentikan. Survei JIIP melaporkan bahwa 47% dari 1.513 responden Generasi Z menghabiskan lebih dari satu jam dalam satu sesi penggunaan TikTok. Kondisi ini menunjukkan adanya keterikatan pengguna terhadap konten instan. Paparan konten yang cepat dan repetitif dapat menurunkan kontrol atensi meskipun pengguna

menyadari adanya kelelahan mental (Yousef et al., 2025) Selain itu, penggunaan media secara berlebihan juga dapat berkontribusi pada munculnya gejala awal *brain rot* (Manzoor et al., 2024). Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia memperkuat fenomena tersebut.



Gambar 1. Data Jumlah Pengguna Media Sosial

We Are Social tahun 2025 melaporkan bahwa Indonesia memiliki 180 juta pengguna media sosial, dengan kelompok usia 16–24 tahun sebagai salah satu kelompok pengguna dominan. Data Kominfo tahun 2023 menunjukkan bahwa 35% Generasi Z mengakses internet lebih dari enam jam per hari. Selain itu, GoodStats tahun 2024 melaporkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan waktu lebih dari 44 jam per bulan pada platform tersebut. Durasi penggunaan yang tinggi ini memperlihatkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi digital Generasi Z.

Fenomena meningkatnya penggunaan TikTok dapat dipahami melalui perspektif efek media. Fenomena meningkatnya intensitas penggunaan TikTok tersebut dapat dipahami dalam perspektif Ilmu Komunikasi, khususnya kajian komunikasi massa dan efek media. TikTok merupakan platform media sosial yang menyediakan berbagai fitur, seperti video berdurasi pendek, filter, musik latar, serta templat sinkronisasi bibir yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan konten sebagai sarana komunikasi dengan komunitas daring (Rusman et al., 2024).

Marshall McLuhan melalui konsep *the medium is the message* menjelaskan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga membentuk cara individu berpikir dan berperilaku (Khotimah & Umam, 2025).

Dalam konteks TikTok, karakteristik media seperti video pendek, alur visual yang cepat, algoritma FYP, dan sistem *scrolling* tanpa henti menjadi faktor yang memengaruhi pola atensi, kebiasaan konsumsi konten, serta perilaku digital pengguna. Salah satu karakteristik media sosial yang memperkuat keterlibatan

pengguna adalah fitur infinite scroll. Fitur ini memungkinkan konten terus dimuat secara otomatis saat pengguna menggulir layar, sehingga menciptakan aliran informasi tanpa batas. Mekanisme tersebut membuat durasi penggunaan media sosial semakin panjang dan menjadikan perhatian pengguna sebagai aspek utama dalam desain platform (Christantio et al., 2025)

Generasi Z merupakan generasi *figital* (*physical-digital*), yaitu generasi yang menggabungkan dunia fisik dan digital sebagai bagian dari aktivitas sosial, komunikasi, dan hiburan. Konsep *figital* menunjukkan bahwa batas antara interaksi langsung dan interaksi digital pada Generasi Z semakin kabur. Media digital tidak lagi hanya menjadi pelengkap, tetapi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka. (Indra Herlambang et al., 2026) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki tingkat keterikatan yang tinggi terhadap media digital dalam aktivitas sehari-hari. Keterikatan tersebut membuat Generasi Z lebih rentan terhadap pola konsumsi konten yang instan, singkat, dan repetitif.

Penggunaan TikTok secara berulang juga berkaitan dengan perubahan perilaku dan aspek kognitif pengguna. (Saputra et al., 2025) menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi TikTok dapat menyebabkan penurunan durasi dan kualitas waktu belajar, gangguan konsentrasi, serta kecenderungan prokrastinasi akademik. Paparan konten cepat juga dapat memicu overstimulasi yang menghambat kemampuan pengendalian diri. Lemahnya *self-control* membuat remaja lebih rentan terhadap penggunaan gawai yang tidak teratur (Fitri & Hasmira, 2024). Selain itu, kecanduan digital dapat terbentuk melalui pengulangan konsumsi media yang menimbulkan ketergantungan emosional dan kognitif (Raisasari et al., 2025)

Aktivitas *scrolling* pada TikTok yang dilakukan secara berulang tidak hanya berdampak pada kontrol diri, tetapi juga dapat memengaruhi kondisi emosional pengguna. Pada TikTok, algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna dapat memperkuat dorongan untuk terus mengakses konten serupa. Penyesuaian konten berdasarkan preferensi pengguna juga dapat memperkuat respons impulsif untuk terus mengakses TikTok (Teuku Rezeki Rahmat et al., 2026). Paparan konten secara terus-menerus berpotensi melemahkan regulasi diri sehingga pengguna terdorong untuk terus mencari stimulus digital. Paparan konten dangkal secara terus-menerus dapat melemahkan regulasi diri dan mendorong ketergantungan pada stimulus digital. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya berkaitan dengan durasi akses, tetapi juga dengan terbentuknya kebiasaan digital yang memengaruhi perilaku pengguna.

Fenomena tersebut berkaitan dengan istilah *brain rot* yang diumumkan oleh Oxford University Press sebagai *Word of the Year* pada tahun 2024. *Brain rot* digunakan untuk menggambarkan kekhawatiran terhadap penurunan kondisi mental atau intelektual akibat konsumsi konten daring yang dangkal dan berlebihan. Efek yang muncul dapat berupa menurunnya kemampuan berpikir reflektif, mudah terdistraksi, hilangnya minat terhadap aktivitas nyata, serta meningkatnya ketergantungan pada hiburan digital. Dalam penelitian ini, *brain rot* tidak dipahami sebagai diagnosis medis, melainkan sebagai fenomena perilaku bermedia yang muncul akibat konsumsi konten cepat, singkat, dan berulang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya memahami ketergantungan *scrolling* TikTok dalam pembentukan fenomena *brain rot* pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan *Media Ecology Theory* dan *Media Dependency Theory* untuk melihat bagaimana karakteristik TikTok sebagai media digital serta ketergantungan pengguna terhadap media dapat membentuk perilaku konsumsi konten yang berulang. Kajian ini penting dilakukan karena penelitian sebelumnya masih terbatas dalam menjelaskan bagaimana efek media TikTok, khususnya melalui format video pendek, algoritma FYP, dan fitur *scrolling* tanpa henti, berkontribusi terhadap munculnya fenomena *brain rot* pada Generasi Z.

LANDASAN TEORI

Media Ecology Theory

Media Ecology Theory memandang media sebagai lingkungan yang tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga memiliki peran dalam membentuk cara manusia berpikir, merasakan, dan berperilaku. Media Ecology Theory yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan (1964) memandang bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, berpikir, dan berinteraksi(Wiguna & Windari, 2025). Melalui perspektif ini, media tidak hanya dipahami sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai suatu lingkungan yang membentuk kesadaran baru serta memengaruhi struktur sosial masyarakat.

Dalam konteks penelitian ini, TikTok dipahami sebagai lingkungan media digital yang memiliki karakteristik khusus, seperti format video pendek, algoritma *For You Page* atau FYP, serta fitur *scrolling* tanpa henti. Karakteristik tersebut membuat pengguna menerima konten secara cepat, singkat, dan berulang. Media tidak lagi hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga membentuk kebiasaan pengguna dalam mengonsumsi informasi dan hiburan secara instan.

Prinsip *Media Ecology Theory* menekankan bahwa teknologi media menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, sehingga aktivitas individu banyak dipengaruhi oleh keberadaan media (Tarigan, 2024) Pada TikTok, bentuk media yang cepat dan visual mendorong pengguna untuk terus menerima stimulus digital dalam waktu singkat. Kondisi ini dapat memengaruhi pola atensi, cara pengguna menikmati konten, serta kecenderungan untuk lebih menyukai informasi yang cepat dan mudah dikonsumsi.

Media Dependency Theory

Media Dependency Theory yang dikemukakan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat ketergantungan individu terhadap media, semakin besar pula pengaruh media tersebut terhadap cara berpikir, perasaan, dan perilaku individu. Dalam pengembangan teori *A Dependency Model of Mass Media Effects*, Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) memandang ketergantungan media sebagai hubungan yang saling memengaruhi antara sistem media, sistem sosial, dan individu. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media akan semakin kuat ketika individu menjadikan media sebagai sumber utama untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, seperti memperoleh informasi, hiburan, orientasi, maupun sebagai sarana pelarian dari rutinitas atau rasa bosan(Hasrullah & Rahmadani, 2024).

Dalam penelitian ini, TikTok dipahami sebagai media yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi cepat dan ruang pelarian dari kejenuhan. Ketergantungan terhadap TikTok dapat muncul ketika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan mereka secara instan. Konten yang terus berganti, algoritma yang menyesuaikan minat pengguna, serta kemudahan akses membuat TikTok menjadi media yang sering digunakan dalam berbagai situasi.

Ketergantungan pengguna terhadap TikTok dapat dilihat melalui beberapa aspek, seperti motif penggunaan, intensitas penggunaan, kesulitan mengontrol durasi, dan efek yang dirasakan setelah menggunakan aplikasi. Menurut Ball-Rokeach, ketergantungan terhadap media dipengaruhi oleh kebutuhan individu dalam menggunakan media. Kebutuhan tersebut meliputi memperoleh informasi untuk memahami diri sendiri dan lingkungan (*understanding*), mendapatkan arahan dalam menentukan sikap dan perilaku (*orientation*), serta memenuhi kebutuhan hiburan atau melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (*play/escapism*) (Utami, 2026).

Media Dependency Theory juga menjelaskan bahwa ketergantungan terhadap media dapat menimbulkan efek kognitif, afektif, dan perilaku. Efek kognitif berkaitan dengan perubahan fokus dan cara pengguna memproses informasi. Efek afektif berkaitan dengan perubahan suasana hati setelah mengonsumsi konten. Sementara itu, efek perilaku dapat terlihat dari kebiasaan membuka aplikasi secara berulang, sulit menghentikan penggunaan, serta menunda aktivitas lain karena terlalu lama menggunakan media. Oleh karena itu, teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana ketergantungan terhadap TikTok dapat berkontribusi pada munculnya fenomena *brain rot*.

Fenomena Brain Rot

Brain rot merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kekhawatiran terhadap penurunan kondisi mental atau intelektual akibat konsumsi konten digital yang dangkal dan berlebihan. Oxford University Press menetapkan *brain rot* sebagai *Word of the Year* pada tahun 2024 karena istilah ini dinilai mencerminkan kekhawatiran masyarakat terhadap dampak konsumsi konten daring dalam jumlah besar dan kualitas yang rendah.

Dalam penelitian ini, *brain rot* tidak dipahami sebagai diagnosis medis, melainkan sebagai fenomena perilaku bermedia. Fenomena ini berkaitan dengan kebiasaan mengonsumsi konten cepat, singkat, dan berulang yang dapat memengaruhi fokus, pengelolaan waktu, suasana hati, serta minat pengguna terhadap aktivitas lain yang membutuhkan konsentrasi lebih panjang. Gejala yang dapat muncul antara lain mudah terdistraksi, sulit mempertahankan fokus, cepat bosan terhadap konten berdurasi panjang, menunda aktivitas, dan bergantung pada hiburan instan.

Fenomena *brain rot* dapat dijelaskan melalui hubungan antara karakteristik media TikTok dan ketergantungan pengguna terhadap media tersebut. Melalui perspektif *Media Ecology Theory*, TikTok membentuk lingkungan media yang mendorong konsumsi konten secara cepat dan berulang. Sementara itu, melalui *Media Dependency Theory*, pengguna menjadi semakin bergantung pada TikTok karena media tersebut mampu memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan pelarian secara instan. Hubungan antara karakteristik media dan

ketergantungan pengguna inilah yang menjadi dasar munculnya fenomena *brain rot* pada Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data, menginterpretasikan makna, serta memahami perspektif subjek penelitian (Sugiyono, 2021). Pendekatan ini digunakan untuk memahami pengalaman pengguna TikTok dalam mengalami ketergantungan penggunaan media serta efek yang muncul dari konsumsi konten digital secara berulang. Metode fenomenologi dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif pengguna dalam menggunakan TikTok, khususnya terkait intensitas penggunaan, ketergantungan terhadap konten cepat, dan dampak yang dirasakan pada fokus, emosi, serta pengelolaan waktu.

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021). Kriteria informan meliputi Generasi Z berusia 16–24 tahun, berdomisili di Kota Semarang, pengguna aktif TikTok, serta memiliki intensitas penggunaan TikTok lebih dari tiga jam per hari. Pemilihan informan tersebut dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian mengenai ketergantungan penggunaan TikTok dan efek media yang muncul akibat konsumsi konten secara intens.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi mengenai motif penggunaan TikTok, durasi penggunaan, kebiasaan membuka aplikasi, kesulitan mengontrol penggunaan, serta efek yang dirasakan setelah menggunakan TikTok. Wawancara merupakan suatu kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang didasarkan pada butir-butir pertanyaan secara ketat(Syamsuddin, 2023).Efek tersebut mencakup perubahan fokus, pengelolaan waktu, suasana hati, dan kecenderungan bergantung pada hiburan instan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara.

Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang berkaitan dengan ketergantungan penggunaan TikTok dan efek media. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif agar hubungan antara penggunaan TikTok, ketergantungan, dan fenomena *brain rot* dapat terlihat secara jelas. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menghubungkan temuan penelitian dengan *Media Ecology Theory* dan *Media Dependency Theory*. *Media Ecology Theory* digunakan untuk melihat bagaimana karakteristik TikTok sebagai media digital memengaruhi pengalaman pengguna, sedangkan *Media Dependency Theory* digunakan untuk menganalisis tingkat ketergantungan pengguna terhadap TikTok sebagai sumber hiburan, informasi, dan stimulus digital cepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan Generasi Z pengguna aktif TikTok. Berdasarkan temuan penelitian, ketergantungan terhadap aktivitas *scrolling* dipengaruhi oleh karakteristik TikTok yang mampu menciptakan pengalaman bermedia secara cepat, personal, dan berkelanjutan. Informan memanfaatkan TikTok sebagai media hiburan, sumber informasi, serta sarana mengikuti tren yang sedang berkembang. Meskipun motif penggunaan setiap informan berbeda, seluruhnya menunjukkan kecenderungan melakukan *scrolling* secara berulang dengan durasi penggunaan yang sering kali melebihi waktu yang direncanakan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik TikTok tidak hanya memudahkan pengguna mengakses berbagai jenis konten, tetapi juga membentuk kebiasaan penggunaan media dalam kehidupan sehari-hari. Karakteristik tersebut meliputi format video pendek, algoritma *For You Page* (FYP), dan fitur interaktif yang saling mendukung dalam mempertahankan keterlibatan pengguna. Untuk memahami temuan tersebut, penelitian ini menganalisis hasil wawancara menggunakan Media Ecology Theory yang menjelaskan bahwa media tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga membentuk cara individu berinteraksi dengan lingkungan digital.

Karakteristik TikTok sebagai Lingkungan Media

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa format video pendek menjadi salah satu alasan utama mereka memilih TikTok dibandingkan media sosial lainnya. Video dengan durasi singkat dianggap lebih menarik, mudah dipahami, dan mampu menyampaikan informasi maupun hiburan secara cepat.

> *"Aku merasa cara aku menonton konten berubah sejak menggunakan TikTok. Kalau dulu mungkin aku menonton konten hanya sebatas yang muncul atau yang memang ingin aku lihat, tapi sejak menggunakan TikTok aku jadi lebih sering mengikuti konten yang muncul di FYP, terutama kalau kontennya menarik atau punya kelanjutan. Misalnya ketika ada potongan film, series, atau video yang berpart-part lewat, aku biasanya jadi penasaran dan mencari kelanjutannya sampai selesai. Jadi aku bukan hanya scrolling dari satu video ke video lain, tapi juga bisa lanjut ke pencarian untuk menemukan part berikutnya. Hal seperti itu yang membuat durasi menonton jadi lebih lama, bahkan bisa sampai 4–6 jam kalau kontennya punya banyak bagian." (FIL)*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, format video pendek memberikan kemudahan bagi informan dalam memperoleh informasi tanpa memerlukan waktu yang lama. Penyajian konten yang singkat membuat pengguna terdorong untuk terus berpindah dari satu video ke video berikutnya sehingga aktivitas *scrolling* berlangsung secara berulang. Kondisi ini menunjukkan bahwa bentuk media memiliki peran pentingdalam membentuk cara pengguna mengakses informasi dan menggunakan TikTok.

Temuan tersebut sejalan dengan Media Ecology Theory yang dikemukakan

oleh Marshall McLuhan melalui konsep *the medium is the message*. Teori ini menjelaskan bahwa media tidak hanya memengaruhi isi pesan yang diterima pengguna, tetapi juga membentuk pola pikir, pengalaman, dan kebiasaan dalam menggunakan media (Tarigan, 2024).

Dalam konteks penelitian ini, format video pendek menciptakan pengalaman bermedia yang serba cepat sehingga pengguna terbiasa menerima informasi secara instan. Karakteristik tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong aktivitas *scrolling* berlangsung terus-menerus karena setiap video dapat diakses dalam waktu singkat tanpa memberikan jeda yang cukup bagi pengguna.

Selain format video pendek, algoritma *For You Page* (FYP) juga menjadi faktor yang memperkuat intensitas penggunaan TikTok. Seluruh informan mengungkapkan bahwa konten yang muncul pada halaman FYP umumnya sesuai dengan minat, aktivitas, maupun riwayat interaksi mereka di aplikasi.

> *"Sesuai sih. Soalnya aku merasa FYP aku sudah terbentuk dari apa yang sering aku lihat. Kalau aku sering nonton atau mencari konten tertentu, atau ketika ada konten yang bagus lalu aku like, nanti TikTok akan menampilkan konten yang mirip. Jadi lama-lama yang muncul memang kebanyakan sesuai dengan apa yang aku suka." (RP)*

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa algoritma TikTok menghadirkan pengalaman penggunaan yang bersifat personal melalui rekomendasi konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Semakin sering pengguna berinteraksi dengan suatu jenis konten, semakin relevan pula rekomendasi yang ditampilkan pada halaman FYP. Akibatnya, pengguna terdorong untuk terus melanjutkan aktivitas *scrolling* karena selalu menemukan konten yang dianggap menarik dan sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam perspektif *Media Ecology Theory*, algoritma merupakan bagian dari karakteristik media yang membentuk pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan teknologi. TikTok tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga menciptakan lingkungan digital yang terus menghadirkan stimulus baru melalui sistem rekomendasi yang dipersonalisasi. Kondisi tersebut membuat aktivitas *scrolling* menjadi lebih panjang karena perhatian pengguna terus dipertahankan oleh konten yang relevan. Peran algoritma FYP tersebut memperlihatkan bahwa TikTok mampu membentuk pola penggunaan yang berlangsung secara berulang. Selain algoritma, penelitian ini juga menemukan bahwa fitur interaktif, seperti tombol *like*, komentar, *share*, *save*, serta sistem *infinite scrolling*, turut meningkatkan keterlibatan pengguna. Informan menilai bahwa fitur-fitur tersebut memudahkan mereka berinteraksi dengan konten maupun pengguna lain sehingga pengalaman menggunakan TikTok terasa lebih menarik dan nyaman.

> *"Iya bener, apalagi kalau yang muncul itu konten yang emang aku suka atau sering aku tonton. Kadang habis satu video selesai, langsung muncul video lain yang menarik juga, jadi rasanya pengen lanjut terus. Apalagi akhir-akhir ini suka nonton editan sinetron Asmara Gen Z, biasanya aku jadi semakin betah scrolling. Awalnya mungkin cuma niat lihat beberapa video*

saja, tapi karena kontennya terus muncul dan sesuai sama minatku, akhirnya aku jadi terus menonton tanpa sadar sudah cukup lama membuka TikTok. Kadang juga muncul konten yang masih berhubungan dengan video sebelumnya, jadi bikin penasaran dan ingin melihat video berikutnya lagi." (RZ)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, fitur interaktif tidak hanya mempermudah proses komunikasi antarpengguna, tetapi juga meningkatkan keterlibatan pengguna terhadap platform. Kemudahan memberikan respons, menyimpan, maupun membagikan konten membuat informan lebih sering kembali membuka TikTok untuk melihat pembaruan konten maupun respons dari pengguna lain. Sementara itu, system *infinite scrolling* memungkinkan perpindahan antarvideo berlangsung tanpa batas sehingga pengguna tetap berada di dalam aplikasi dalam waktu yang relatif lama.

Ketergantungan *Scrolling* TikTok dalam Pembentukan Fenomena *Brain Rot*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap aktivitas *scrolling* TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik media, tetapi juga oleh motif penggunaan, intensitas akses, dan pengalaman yang dirasakan pengguna selama menggunakan aplikasi. Berdasarkan hasil wawancara, informan memanfaatkan TikTok sebagai media hiburan, sumber informasi, mengikuti tren, hingga mengisi waktu luang. Beragam kebutuhan tersebut membuat TikTok menjadi salah satu media yang paling sering diakses dalam kehidupan sehari-hari.

" Biasanya pas bosan, gabut, atau tidak ada kegiatan. Apalagi kalau sendirian, sekarang juga karena aku lagi jomblo, sering ngerasa sepi, jadi waktu kosongnya lebih banyak buat nonton TikTok biar ga sepi dan buat isi waktu. Aku biasanya membuka TikTok untuk menghilangkan rasa bosan, mencari video lucu, melihat konten yang menarik, atau sekadar mengisi waktu luang ketika tidak ada kegiatan , Jadi tergantung kondisi sih Ay dan kegiatan apa yang aku lakukin hari itu. Kalau kalau lagi banyak kegiatan mungkin ga ya terlalu lama ay, tapi kalau santai atau tidak ada kegiatan bisa lebih lama ku tonton terus. Waktu paling lama aku pernah menggunakan TikTok sekitar lima jam dalam sehari." (SA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, TikTok tidak lagi digunakan hanya sebagai media hiburan, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas informan dalam memenuhi kebutuhan informasi dan rekreasi. Kemudahan memperoleh berbagai jenis konten dalam satu platform mendorong pengguna untuk kembali membuka aplikasi ketika memiliki waktu luang atau membutuhkan hiburan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran yang cukup besar dalam memenuhi kebutuhan media informan.

Temuan ini sejalan dengan Media Dependency Theory yang dikemukakan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur, yang menjelaskan bahwa tingkat ketergantungan seseorang terhadap media akan meningkat ketika media mampu memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi

pula kecenderungan individu untuk terus menggunakan media tersebut. Dalam penelitian ini, TikTok tidak hanya memenuhi kebutuhan hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi dan referensi bagi informan, sehingga memperkuat intensitas penggunaan aplikasi.

Selain motif penggunaan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar informan menghabiskan waktu cukup lama untuk melakukan aktivitas *scrolling*. Durasi penggunaan sering kali berlangsung lebih lama dari yang direncanakan karena pengguna terus menemukan konten yang menarik dan sesuai dengan preferensinya.

Hal tersebut diungkapkan oleh informan JA yang menyatakan bahwa penggunaan TikTok telah menjadi bagian dari rutinitas hariannya. Bahkan, di tengah aktivitas penting sekalipun, informan tetap menyempatkan diri untuk membuka aplikasi TikTok.

> *"Kalau dihitung dalam sehari, aku bisa menggunakan TikTok sekitar 5–6 jam. Biasanya sejak bangun tidur aku langsung membuka TikTok, lalu saat makan juga sering sambil scrolling. Sebelum tidur pun aku masih membuka TikTok, bahkan saat ada kegiatan penting seperti menjelang sidang aku tetap menyempatkan diri untuk melihat TikTok."* (JA)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan RP yang mengungkapkan bahwa durasi penggunaan TikTok dapat mencapai sekitar empat jam dalam sehari. Namun, penggunaan tersebut dilakukan secara bertahap pada beberapa kesempatan, bukan dalam satu kali akses.

> *"Kalau sedang banyak waktu luang atau sering membuka TikTok dari pagi sampai malam, durasinya bisa mencapai sekitar 4 jam dalam sehari. Biasanya penggunaan itu ga langsung sekaligus, tapi kebagi dalam beberapa waktu, misalnya saat bangun tidur, terus nanti berhenti dan setelah beberapa jam bisa scrolling TikTok lagi, jadi tidak sekali main langsung 4 jam."* (RP)

Pola penggunaan seperti ini memperlihatkan bahwa TikTok mampu mempertahankan perhatian pengguna melalui kombinasi karakteristik media dan rekomendasi konten yang dipersonalisasi.

Dalam perspektif Media Dependency Theory, tingginya intensitas penggunaan menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap aktivitas sehari-hari pengguna. Ketika TikTok menjadi media yang paling sering digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, ketergantungan terhadap platform tersebut akan meningkat. Kondisi ini terlihat dari kecenderungan informan yang menjadikan aktivitas *scrolling* sebagai kebiasaan yang dilakukan secara berulang tanpa disadari.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan TikTok secara terus-menerus memberikan berbagai Efek terhadap aktivitas informan. Beberapa informan mengaku lebih sulit menghentikan aktivitas *scrolling*, menunda pekerjaan atau tugas, serta kehilangan kesadaran terhadap waktu ketika menggunakan TikTok.

Hal tersebut diungkapkan oleh informan RZ yang mengakui bahwa dirinya menyadari penggunaan TikTok dalam durasi yang lama dapat menghabiskan

waktu dan mengganggu aktivitas lain. Meskipun demikian, TikTok tetap menjadi media yang dipilih ketika merasa bosan atau membutuhkan hiburan.

> *"Pernah. Aku sadar si, kalau penggunaan TikTok yang terlalu lama, bisa membuat banyak waktu terpakai dan kadang ganggu aktivitas lain. Tapi karena TikTok udah jadi hiburan yang sering aku pakai, aku tetap pakai. Apalagi saat sedang bosan atau ingin mencari hiburan, biasanya aku tetap memilih membuka TikTok meskipun tahu bisa menghabiskan waktu cukup lama. Jadi kadang aku sadar ada dampaknya, tetapi tetap menggunakannya karena merasa terhibur saat menonton konten-konten yang ada di TikTok."* (RZ)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan lainnya yang menyadari dampak penggunaan TikTok dalam waktu yang lama. Namun, rasa penasaran terhadap konten yang terus muncul serta fungsi TikTok sebagai media hiburan membuat mereka tetap kembali melakukan aktivitas *scrolling*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan TikTok dalam memenuhi kebutuhan hiburan memperkuat ketergantungan pengguna terhadap platform, sebagaimana dijelaskan dalam Media Dependency Theory bahwa media akan memiliki pengaruh yang lebih besar ketika mampu memenuhi kebutuhan penggunanya.

Selain memperkuat keterikatan pengguna, hasil wawancara juga menunjukkan adanya perubahan dalam cara informan memperoleh informasi. Informan FIL mengungkapkan bahwa dirinya lebih menyukai informasi yang disajikan dalam bentuk video dibandingkan artikel atau buku, termasuk konten berdurasi panjang yang dikemas menjadi beberapa bagian agar lebih mudah dipahami.

> *"Kalau aku pribadi jarang membaca artikel atau buku, tapi kalau konten panjang seperti podcast atau video pembahasan baru aku suka. Aku suka video yang durasinya panjang asal isinya jelas dan menarik. Tapi kalau di TikTok, biasanya konten panjang sering disajikan dalam bentuk potongan pendek atau berpart-part, contohnya video Youtube podcast Timothy Ronald setelah di TikTok dibuat video yang lebih pendek sehingga lebih mudah dikonsumsi dan bikin penasaran."* (FIL)

Temuan tersebut menunjukkan adanya perubahan preferensi dalam menerima informasi. Informan cenderung memilih penyampaian informasi berbasis visual yang lebih singkat dan menarik dibandingkan teks yang panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa karakteristik TikTok turut memengaruhi cara pengguna mengakses dan memahami informasi.

Perubahan lain juga dirasakan oleh informan JA, yang mengungkapkan bahwa penggunaan TikTok secara intensif memengaruhi konsentrasi, kebiasaan sehari-hari, serta pengelolaan waktu.

> *"Kadang aku merasa jadi kurang fokus. Misalnya saat sedang berbicara dengan orang lain, aku kadang kurang memahami pertanyaan yang diberikan. Ada juga situasi ketika jawabanku tidak sesuai dengan apa yang ditanyakan*

karena kurang memperhatikan pembicaraan dengan baik." (JA)

"TikTok sudah menjadi bagian dari rutinitasku sehari-hari. Saat bangun tidur biasanya aku langsung membuka TikTok, saat makan juga sering sambil scrolling, dan sebelum tidur masih menonton TikTok. Bahkan ketika ada kegiatan penting, aku tetap menyempatkan diri untuk membuka aplikasi TikTok." (JA)

"Iya, ada. Aku jadi lebih sering menghabiskan waktu untuk scrolling TikTok dibanding yang direncanain. Selain itu, aku juga sering begadang sampai malam bahkan dini hari karena terus menonton video di TikTok. Akibatnya waktu tidurku jadi berkurang dan pola tidurku cukup terganggu." (JA)

Berdasarkan temuan tersebut, ketergantungan terhadap aktivitas *scrolling* tidak hanya tercermin dari lamanya penggunaan, tetapi juga dari perubahan dalam pengelolaan waktu dan prioritas aktivitas sehari-hari. Informan menyadari bahwa penggunaan TikTok sering kali berlangsung melebihi batas yang direncanakan, namun tetap terdorong untuk terus mengakses aplikasi karena adanya rasa penasaran terhadap konten berikutnya.

Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara ketergantungan *scrolling* TikTok dengan fenomena *brain rot*. Berdasarkan hasil wawancara, informan cenderung melakukan aktivitas *scrolling* secara terus-menerus, menghabiskan waktu lebih lama dari yang direncanakan, serta mengalami kesulitan menghentikan penggunaan TikTok. Beberapa informan juga mengungkapkan dampak berupa penurunan konsentrasi, perubahan rutinitas sehari-hari, berkurangnya kemampuan mengelola waktu, hingga terganggunya pola tidur akibat penggunaan TikTok secara intensif.

Dampak tersebut menunjukkan karakteristik yang sering dikaitkan dengan fenomena *brain rot*, seperti menurunnya kemampuan mempertahankan fokus dan konsentrasi, mudah merasa lelah, munculnya rasa gelisah ketika tidak mengakses media sosial, serta perubahan emosi akibat paparan konten digital yang berlangsung secara cepat dan berulang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketergantungan *scrolling* TikTok pada Generasi Z terbentuk melalui karakteristik platform, seperti format video pendek, algoritma *For You Page* (FYP), dan fitur interaktif yang menciptakan pengalaman bermedia secara cepat, personal, dan berkelanjutan. Karakteristik tersebut mendorong pengguna melakukan aktivitas *scrolling* secara berulang sehingga TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, mengikuti tren, dan mengisi waktu luang. Berdasarkan analisis menggunakan Media Ecology Theory dan Media Dependency Theory, karakteristik media dan tingginya ketergantungan terhadap aktivitas *scrolling* saling berinteraksi dalam membentuk pola penggunaan TikTok pada Generasi Z. Pengguna TikTok diharapkan lebih bijak dalam mengelola durasi penggunaan media sosial agar aktivitas *scrolling* etap terkendali. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji fenomena *brain rot* dengan cakupan informan yang lebih luas, membandingkan berbagai platform media sosial, atau menggunakan

pendekatan kuantitatif maupun *mixed methods* sehingga hubungan antara ketergantungan media sosial dan fenomena *brain rot* dapat dipahami secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Christantio, D., Pratama, G. W., Ramadinata, A., & Nastiti, P. (2025). Zombie Scrolling Syndrome: Mengapa Gen Z Sulit Lepas dari Infinite Scrolling (Vol. 5, Number 2). https://doi.org/https://doi.org/10.24002/konstelasi.v5i2.11315

Hasrullah, & Rahmadani, N. P. (2024). Implikasi Indikator Trustworthy News AMSI Tingkat Mikro Ditinjau dari Perspektif Teori Dependensi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2). https://pdfs.semanticscholar.org/1355/f7c1dcc893efe7388d45183c6a08df11ce57.pdf

Indra Herlambang, B., Cesy, Syakirah, D., Akbar, F., Noraini, S., & Triana, N. (2026). Navigating Digital Spaces: Generation Z's Communication Behavior On Instagram, Facebook, Tiktok And Twitter. 20(1). https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/8231?utm

Khotimah, F. K., & Umam, C. (2025). Pengaruh Kredibilitas dan Konten Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers (Studi Pada @tigadewaadventureindonesia). In Synergy: Journal of Communication and Media (SJCM) (Vol. 2025, Number 1). https://sinergijournal.id/index.php/sjcm|

Manzoor, R., Sajjad, M., Shams, S., & Sarfraz, S. (2024). TikTok Scrolling Addiction and Academic Procrastination in Young Adults. Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences, 3290–3295. https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i4.2592

Raisasari, K., Fahmawati, Z. N., & Wibowo, D. S. (2025). Hubungan Antara Kesepian Dan Leisure Boredom Dengan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Remaja. Proceedings of Symposium, 3, 2025.

Rusman, A. A., Adistri, N., & Irwansyah. (2024). Penggunaan dan Kepuasan terhadap Video Pendek melalui Media Sosial TikTok: Systematic Literature Review. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 8(2), 75–88. https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5540

Saputra, Y. A., Tawulo, M. A., & Merlins, R. R. (2025). Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Belajar Siswa. Societal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi, 224–234.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Sunarto, Ed.; 1st ed.). Alfabeta.

Syamsuddin, N. (2023). Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif (I. Haidar, S. Nurjanah, & S. B. Tondok, Eds.; 1st ed.). Yayasan hamjah diha.

Tarigan, R. E. (2024). Media Pembawa Perubahan : Tinjauan atas Teori Ekologi Media Media Bringing Change: A Review of Media Ecology Theory. Lectura:Jurnal Komunikasi, 1(1), 2024. https://ojs.uph.edu/index.php/lectura

Teuku Rezeki Rahmat, Ahmudika, A., & Lesmana, A. (2026). Pengaruh Algoritma Tiktok Dan Konten Kreatif Pada Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Universiatas Linggabuana Pgri Sukabumi). Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE), 2(1), 44–56. https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i1.1573

Utami, N. F. G. (2026). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Sedentari. https://digilib.unila.ac.id/96484/

Wiguna, W. D. P., & Windari, K. (2025). Tatkala.co sebagai ekosistem literasi digital berbasis komunitas dalam perspektif ekologi media. 5(1). https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/pedalitra/article/view/5843

Yousef, A. M. F., Alshamy, A., Tlili, A., & Metwally, A. H. S. (2025). Demystifying the New Dilemma of Brain Rot in the Digital Era: A Review. In Brain Sciences (Vol. 15, Number 3). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). https://doi.org/10.3390/brainsci15030283