

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN TEKNIK TOKEN ECONOMY TERHADAP PERILAKU KECANDUAN SOSIAL MEDIA PADA MAHASISWA

Nirina Nasywa Amalia¹, Juliana Nur Afifah², Muhammad Jamaluddin³
220401110102@student.uin-malang.ac.id¹, 220401110132@student.uin-malang.ac.id²,
jamaluddin@psi.uin-malang.ac.id³

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

ABSTRAK

Kecanduan media sosial merupakan fenomena yang semakin umum terjadi di kalangan mahasiswa dan berdampak negatif terhadap produktivitas, kesehatan mental, serta relasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguji efektivitas teknik token economy dalam mengurangi kecanduan media sosial pada mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksperimen Single Subject Research (SSR) tipe A–B–A, yang terdiri dari fase baseline awal (A1), intervensi (B), dan baseline kedua (A2). Subjek penelitian berjumlah dua orang mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan tingkat kecanduan media sosial sedang hingga tinggi. Intervensi dilakukan selama lima hari dengan pemberian token setiap kali partisipan berhasil menurunkan durasi penggunaan media sosial dibandingkan hari sebelumnya. Token dapat ditukar dengan hadiah yang disepakati di akhir intervensi. Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan signifikan pada skor kecanduan media sosial dan durasi screen time harian. Partisipan pertama mengalami penurunan skor dari 61 menjadi 44 dan pengurangan screen time sebesar 4 jam 3 menit per hari. Partisipan kedua menunjukkan penurunan skor dari 57 menjadi 40 dan pengurangan screen time sebesar 3 jam 22 menit. Kedua partisipan juga mampu mempertahankan perilaku adaptif setelah intervensi dihentikan. Temuan ini menunjukkan bahwa token economy efektif sebagai strategi modifikasi perilaku untuk mengurangi kecanduan media sosial dan dapat diterapkan dalam layanan bimbingan di lingkungan pendidikan tinggi.

Kata Kunci: Token Economy, Kecanduan Media Sosial, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, belajar, hingga menjalani kehidupan sosial. Salah satu produk teknologi yang paling dominan memengaruhi kehidupan sehari-hari adalah media sosial. Media sosial, sebagai bentuk media digital interaktif, memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, membangun jejaring sosial, serta menyampaikan ekspresi diri secara instan dan luas. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan YouTube kini menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan generasi muda, khususnya mahasiswa. Data dari Hootsuite dan We Are Social (2021) menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 170 juta jiwa atau 61,8% dari populasi, dan angka ini terus meningkat seiring kemajuan teknologi digital.

Namun, di balik manfaat dan kemudahan yang ditawarkan, media sosial juga menyimpan potensi risiko psikologis, terutama ketika digunakan secara berlebihan. Salah satu dampak negatif yang muncul adalah kecanduan media sosial (social media addiction). Kecanduan ini ditandai oleh penggunaan yang kompulsif, sulit dikontrol, dan mengganggu fungsi-fungsi penting kehidupan sehari-hari seperti belajar, bekerja, bersosialisasi, bahkan beristirahat. Menurut Andreassen & Pallesen (2014), adiksi media sosial dapat berdampak pada kualitas tidur, konsentrasi, hubungan interpersonal, hingga kesehatan mental individu. Di kalangan mahasiswa, kecanduan media sosial telah menjadi fenomena yang mengkhawatirkan. Mahasiswa yang terlalu lama terpapar media sosial sering mengalami

penurunan performa akademik, keterasingan sosial, hingga gangguan emosional seperti cemas dan depresi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa mengakses media sosial setiap hari, dengan durasi penggunaan lebih dari 5 jam per hari. Penelitian oleh Yunfahnur et al. (2022) di Universitas Syiah Kuala mengungkapkan bahwa 62,07% mahasiswa mengalami tingkat kecanduan media sosial pada kategori sedang. Sementara itu, studi oleh Jamaludin et al. (2022) di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menemukan bahwa faktor-faktor seperti stres akademik, kesepian, dan kontrol diri yang rendah berkorelasi signifikan terhadap tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Kondisi ini menandakan perlunya intervensi psikologis yang efektif dan tepat sasaran untuk membantu mahasiswa mengurangi ketergantungan mereka terhadap media sosial. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan dalam konteks modifikasi perilaku adalah teknik token economy. Token economy merupakan salah satu bentuk penguatan positif yang berakar dari teori operant conditioning oleh B.F. Skinner. Dalam praktiknya, individu akan diberikan token (misalnya: poin, bintang, kupon, dll.) setiap kali menunjukkan perilaku yang diharapkan. Token-token tersebut kemudian dapat dikumpulkan dan ditukarkan dengan hadiah yang bernilai bagi individu, seperti waktu bermain, akses hiburan, atau bentuk penghargaan lainnya.

Berbagai penelitian telah membuktikan efektivitas teknik token economy dalam memodifikasi perilaku maladaptif, termasuk perilaku adiktif digital. Penelitian oleh Dewa et al. (2025) menunjukkan bahwa token economy mampu menurunkan penggunaan handphone berlebih pada anak-anak usia sekolah dasar, sekaligus meningkatkan keterlibatan mereka dalam aktivitas non-digital yang lebih sehat. Di tingkat pelajar, studi oleh Yumna (2022) juga membuktikan bahwa bimbingan kelompok berbasis token economy efektif untuk menurunkan kecanduan media sosial siswa SMP. Bahkan, pada konteks mahasiswa, penelitian oleh Idris (2022) berhasil menunjukkan bahwa token economy efektif dalam membantu mahasiswa yang mengalami kecanduan aplikasi TikTok untuk mengatur waktu, mengendalikan dorongan, dan meningkatkan kesadaran diri.

Namun, meskipun efektivitas token economy telah banyak dikaji pada anak-anak dan pelajar, kajian yang secara spesifik mengeksplorasi penerapannya dalam konteks mahasiswa yang mengalami kecanduan media sosial masih terbatas. Mahasiswa berada pada fase perkembangan emerging adulthood, yakni periode transisi antara remaja menuju dewasa muda. Pada fase ini, individu mengalami perubahan signifikan dalam kemandirian, pencarian identitas, dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, intervensi terhadap perilaku adiktif mahasiswa memerlukan pendekatan yang tidak hanya struktural tetapi juga adaptif terhadap karakteristik psikososial mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji efektivitas teknik token economy dalam mengurangi kecanduan media sosial pada mahasiswa. Penelitian ini tidak hanya ingin melihat perubahan kuantitatif dalam durasi penggunaan media sosial, tetapi juga mengevaluasi dampaknya terhadap aspek psikologis seperti kontrol diri, motivasi, dan produktivitas belajar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan program intervensi berbasis modifikasi perilaku yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa masa kini, serta memberikan kontribusi pada praktik konseling pendidikan dan layanan kesehatan mental di lingkungan kampus.

Landasan Teori

1. Token Economy

Token economy merupakan salah satu teknik modifikasi perilaku yang berakar dari teori operant conditioning yang dikembangkan oleh B.F. Skinner. Dalam pendekatan ini, perilaku yang diinginkan diperkuat melalui pemberian token sebagai bentuk penguatan

positif (positive reinforcement). Token tersebut tidak memiliki nilai intrinsik, namun dapat ditukar dengan penguatan primer atau hadiah yang bernilai bagi individu (Skinner, 1953). Sistem ini telah lama digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari pengajaran di kelas, pengelolaan perilaku di rumah sakit jiwa, hingga program intervensi anak dan remaja di sekolah.

Menurut Soares et al. (2016), token economy efektif untuk memperkuat perilaku adaptif seperti kedisiplinan, kontrol impuls, dan penurunan perilaku bermasalah, karena memberikan imbalan langsung yang terstruktur. Sistem token bekerja berdasarkan prinsip bahwa penguatan yang diberikan secara konsisten dan segera setelah perilaku muncul akan memperbesar kemungkinan perilaku tersebut terulang kembali. Token economy juga memberikan rasa kendali dan motivasi karena individu terlibat langsung dalam mengatur kemajuan mereka melalui pengumpulan token dan penukaran reward.

2. Kecanduan Media Sosial

Kecanduan media sosial adalah bentuk dari behavioral addiction, yaitu ketergantungan yang tidak melibatkan zat, tetapi ditandai oleh penggunaan media sosial secara kompulsif dan sulit dikendalikan, meskipun sudah menimbulkan dampak negatif dalam kehidupan pribadi, sosial, dan akademik (Young, 1998). Menurut Griffiths (2005), kecanduan perilaku memiliki enam komponen utama: (1) salience (perilaku mendominasi pikiran), (2) mood modification (media sosial digunakan untuk mengubah suasana hati), (3) tolerance (butuh waktu lebih lama untuk efek yang sama), (4) withdrawal symptoms (gelisah jika tidak mengakses), (5) conflict (dampak negatif pada kehidupan sosial/akademik), dan (6) relapse (kembali ke perilaku lama setelah sempat berhenti).

Studi Andreassen dan Pallesen (2014) menegaskan bahwa kecanduan media sosial berkorelasi dengan rendahnya kontrol diri, stres, dan penggunaan waktu yang tidak terstruktur, terutama pada kelompok usia dewasa muda. Mahasiswa yang berada pada fase perkembangan emerging adulthood memiliki kecenderungan lebih tinggi mengalami kecanduan karena fase ini ditandai oleh eksplorasi identitas, ketidakstabilan emosi, dan pencarian penerimaan sosial.

3. Relevansi Token Economy terhadap Kecanduan Media Sosial

Penerapan token economy dalam konteks kecanduan media sosial bertujuan untuk membentuk perilaku penggunaan media sosial yang lebih terkontrol dan sadar. Melalui sistem penghargaan yang konkret dan menyenangkan, mahasiswa diarahkan untuk mengganti perilaku impulsif (bermain media sosial secara berlebihan) dengan aktivitas alternatif yang lebih produktif. Selain itu, token economy membantu meningkatkan kesadaran diri (self-monitoring) dan tanggung jawab personal terhadap waktu yang digunakan, sehingga dapat menjadi strategi yang efektif dalam mengurangi perilaku adiktif secara bertahap.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksperimen tipe Single Subject Research (SSR) model A-B-A. Desain ini terdiri dari tiga fase, yaitu baseline pertama (A1), fase intervensi (B), dan baseline kedua (A2) yang digunakan untuk melihat keberlanjutan efek intervensi setelah dihentikan. Subjek penelitian berjumlah dua orang mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria memiliki tingkat kecanduan media sosial yang tergolong sedang hingga tinggi berdasarkan hasil asesmen awal. Instrumen yang digunakan adalah skala kecanduan media sosial berupa 18 item, 10 favorable dan 8 unfavorable. Intervensi dilakukan dengan teknik token economy, di mana subjek diberikan token setiap kali berhasil mengurangi durasi penggunaan media sosial atau menggantinya dengan aktivitas positif. Token tersebut dapat ditukar dengan bentuk

penghargaan yang disepakati. Data dianalisis secara deskriptif melalui perbandingan skor pre-test dan post-test serta perubahan screentime media sosial selama ketiga fase untuk menilai efektivitas intervensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perubahan perilaku yang signifikan pada dua partisipan setelah diberikan intervensi token economy selama lima hari. Penelitian ini menggunakan desain Single Subject Research (SSR) tipe A–B–A, yaitu fase baseline awal (A1), intervensi (B), dan baseline kedua (A2). Sebelum intervensi diberikan, kedua partisipan terlebih dahulu diukur tingkat kecanduan media sosialnya menggunakan skala kecanduan media sosial serta dicatat durasi screen time hariannya melalui fitur pemantauan aplikasi bawaan ponsel. Pada fase awal ini, partisipan 1 memperoleh skor sebesar 61 dan termasuk dalam kategori tinggi, dengan rata-rata screen time harian sebesar 8 jam 12 menit. Sementara itu, partisipan 2 memperoleh skor sebesar 57 dan masuk dalam kategori sedang, dengan screen time harian sebesar 6 jam 24 menit.

Kategori ditetapkan berdasarkan rentang berikut:

Tabel 1. Kategorisasi Skor

Kategori	Rentang Skor
Rendah	18 - 31
Sedang	32 - 58
Tinggi	59 - 72

Selama fase intervensi berlangsung, token diberikan setiap kali partisipan berhasil mengurangi waktu bermain media sosial dibandingkan hari sebelumnya. Pengurangan ini dipantau langsung oleh partisipan melalui fitur pelacak screen time, yang kemudian dikonfirmasi oleh peneliti secara harian. Token yang terkumpul dapat ditukar dengan minuman atau makanan favorit partisipan, seperti kopi susu, boba, atau camilan ringan, dan penukaran dilakukan pada hari kelima. Sistem reward ini terbukti memotivasi partisipan untuk lebih sadar akan durasi waktu yang mereka habiskan di media sosial. Pada hari-hari awal intervensi, penurunan screen time masih bersifat fluktuatif, tetapi dari hari ke-3 hingga hari ke-5 mulai tampak pola penurunan yang lebih stabil. Partisipan 1, misalnya, berhasil mempertahankan tren penurunan selama tiga hari berturut-turut, dan partisipan 2 bahkan berhasil menurunkan waktu penggunaan media sosial secara signifikan pada hari keempat dan kelima.

Setelah intervensi dihentikan, fase baseline kedua (A2) dilakukan tanpa pemberian token. Dalam fase ini, kedua partisipan tetap menunjukkan kecenderungan untuk mempertahankan perilaku yang terbentuk. Walaupun tidak ada penguatan eksternal berupa token atau reward, keduanya masih mengontrol screen time mereka secara sadar. Hasil posttest yang diberikan pada akhir fase A2 menunjukkan adanya penurunan skor kecanduan media sosial pada kedua partisipan. Partisipan 1 mengalami penurunan skor dari 61 menjadi 44 dan berpindah dari kategori tinggi ke sedang. Partisipan 2 mengalami penurunan dari 57 menjadi 40, masih berada dalam kategori sedang tetapi dengan skor absolut yang jauh lebih rendah dari sebelum intervensi. Penurunan ini sejalan dengan perubahan signifikan dalam screen time harian. Data selengkapnya ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Skor Total, Kategori, dan Durasi Screen Time Pretest dan Posttest

Partisipan	Skor Pre-test	Kategori Pre-test	Screening Awal	Skor Post-test	Kategori Post-test	Screening Akhir	Penurunan Waktu
1	61	Tinggi	8 jam 12 menit	44	Sedang	4 jam 9 menit	4 jam 3 menit
2	57	Sedang	6 jam 24 menit	40	Sedang	3 jam 2 menit	3 jam 22 menit

Tabel tersebut menunjukkan bahwa baik skor skala maupun durasi penggunaan media sosial mengalami penurunan yang cukup tajam. Partisipan 1 mengalami penurunan waktu penggunaan media sosial sebanyak 4 jam 3 menit per hari, sedangkan partisipan 2 menunjukkan penurunan sebesar 3 jam 22 menit per hari. Kedua partisipan juga menunjukkan komitmen untuk mempertahankan perubahan perilaku tersebut bahkan setelah token tidak lagi diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi token economy tidak hanya memberikan efek sesaat melalui reward, tetapi juga membantu memunculkan kesadaran dan kontrol diri dalam penggunaan media sosial. Dengan adanya penurunan skor skala dan waktu screen time yang cukup besar dalam waktu lima hari, intervensi ini menunjukkan potensi sebagai strategi yang efektif dan sederhana untuk mengurangi kecanduan media sosial, setidaknya dalam jangka pendek. Hasil ini menjadi indikator awal bahwa pendekatan berbasis penguatan seperti token economy dapat digunakan untuk membentuk perilaku baru yang lebih adaptif pada individu yang mengalami kesulitan dalam mengontrol penggunaan media sosial secara berlebihan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas teknik token economy dalam mengurangi kecanduan media sosial pada mahasiswa. Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui desain Single Subject Research tipe A–B–A, intervensi token economy terbukti efektif dalam menurunkan tingkat kecanduan media sosial baik dari sisi skor psikometrik maupun durasi screen time harian. Kedua partisipan menunjukkan perubahan perilaku yang signifikan setelah intervensi, dan tetap mampu mempertahankan kontrol diri meskipun penguatan eksternal telah dihentikan.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa teknik token economy dapat diterapkan sebagai pendekatan sederhana namun efektif dalam program layanan konseling, khususnya untuk menangani perilaku adiktif terhadap media digital di kalangan mahasiswa. Teknik ini juga dapat mendukung pengembangan intervensi berbasis modifikasi perilaku di lingkungan pendidikan tinggi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar melibatkan jumlah partisipan yang lebih banyak dengan latar belakang beragam agar hasilnya dapat digeneralisasi secara lebih luas. Selain itu, studi jangka panjang juga diperlukan untuk mengevaluasi kestabilan perubahan perilaku dan efektivitas token economy dalam jangka waktu yang lebih lama setelah intervensi dihentikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction - An Overview, Current Pharmaceutical Design. *Psychological Reports*, Vol:20, page: 4053-4061.
- Dewa, A. R., Rosyidin, H. R., & Jamaluddin, M. (2025). Efektivitas modifikasi perilaku dengan teknik token ekonomi dalam mengurangi penggunaan handphone berlebih pada anak. *Jurnal*

- Psikologi, 2(4), 1–12.
- Griffiths, M. D. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Idris, F., Sinring, A., & Pandang, A. (2022). Penanganan perilaku kecanduan penggunaan aplikasi TikTok (Studi kasus pada satu mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Makassar). *Pinisi Journal of Education*, 1–11.
- Jamaludin, J., Syarifah, A., & Karyadi, K. (2022). Faktor-faktor penyebab kecanduan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Edu Dharma Journal: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 138–143.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and Human Behavior*. New York: Free Press.
- Soares, D. A., Harrison, J. R., Vannest, K. J., & McClelland, S. S. (2016). Effect size for token economy use in contemporary classroom settings: A meta-analysis of single-case research. *School Psychology Review*, 45(4), 379–399. <https://doi.org/10.17105/SPR45-4.379-399>
- Yumna, W. O., Husniah, W. O., Unhaluddin, & Kurniawan, T. (2022). Bimbingan kelompok melalui teknik token economy untuk mengurangi kecanduan media sosial siswa. *FRAME (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, 1(1), 22–28.
- Yunfahnur, S., Dineva, F., & Martina, M. (2022). Adiksi media sosial pada mahasiswa: Level of social media addiction to Syiah Kuala University students. *JIM Fakultas Keperawatan (JIM FKep)*, 6(3), 9–10.