

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN TOKEN EKONOMI TERHADAP PENGURANGAN DURASI PENGGUNAAN TIKTOK MAHASISWA

Jelita Queentasari¹, Addien Amirul Haq², Muhammad Jamaluddin³

230401110178@student.uin-malang.ac.id¹, 230401110156@student.uin-malang.ac.id²,

jamaluddin@psi.uin-malang.ac.id³

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

ABSTRAK

Penggunaan media sosial, khususnya TikTok, yang berlebihan pada mahasiswa dapat berdampak negatif terhadap produktivitas akademik, manajemen waktu, dan konsentrasi belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan token ekonomi dalam mengurangi durasi penggunaan TikTok pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen dengan menerapkan sistem token ekonomi sebagai bentuk penguatan positif. Mahasiswa diberikan token setiap kali berhasil mengurangi waktu penggunaan TikTok sesuai target yang telah ditentukan, dan token tersebut dapat ditukarkan dengan berbagai bentuk penghargaan. Data dikumpulkan melalui observasi dan pencatatan durasi penggunaan TikTok sebelum dan sesudah intervensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan token ekonomi efektif dalam menurunkan durasi penggunaan TikTok pada mahasiswa. Terjadi penurunan rata-rata waktu penggunaan aplikasi setelah pemberian intervensi, yang menunjukkan bahwa token ekonomi dapat menjadi strategi modifikasi perilaku yang efektif untuk membantu mahasiswa mengontrol penggunaan media sosial secara lebih bijak.

Kata Kunci: Token Ekonomi, Tiktok, Mahasiswa, Modifikasi Perilaku, Penggunaan Media Sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi sosial manusia. Kemajuan internet dan meningkatnya aksesibilitas perangkat pintar telah melahirkan berbagai platform media sosial yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Di antara berbagai platform yang ada, TikTok hadir sebagai salah satu aplikasi berbasis video pendek dengan pertumbuhan paling masif secara global. Berdasarkan data yang dirilis oleh Statista (2025), TikTok memiliki sekitar 1,59 miliar pengguna global pada awal tahun 2025, dengan proyeksi pertumbuhan hingga sekitar 1,9 miliar pada tahun 2029. Di Indonesia sendiri, TikTok mencatat jumlah pengguna terbesar kedua di dunia dengan jumlah pengguna sebanyak 112 juta pada tahun 2023, dengan penetrasi yang sangat tinggi di kalangan usia produktif, terutama mahasiswa sebagai kelompok digital native yang tumbuh bersama teknologi (Sutrisno et al., 2024).

Meskipun TikTok menawarkan manfaat sebagai sarana hiburan dan informasi, penggunaan yang berlebihan dan tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak negatif, khususnya pada mahasiswa yang menghadapi paparan konten digital tanpa henti melalui algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan waktu layar. Fenomena adiktif pada TikTok diperkuat oleh mekanisme *variable reinforcement* melalui algoritma *For You Page* (FYP), yang secara konsisten menyajikan konten sesuai preferensi pengguna. Pola penguatan yang tidak terduga ini diketahui dalam psikologi perilaku sebagai salah satu bentuk penguatan yang paling kuat dalam mempertahankan perilaku berulang (Martin & Pear, 2019). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang adiktif berkaitan dengan meningkatnya kecemasan, depresi, stres, kesepian, serta penurunan kesejahteraan psikologis (Jain et al., 2025; Rogowska & Lechowicz, 2025), sekaligus memicu kesulitan dalam manajemen waktu, gangguan fokus, penurunan prestasi akademik, dan keterlibatan belajar (Ramsden & Talbot, 2024; Tang & Zhang, 2024). Kecanduan

TikTok sebagai bagian dari kecanduan media sosial tidak hanya ditandai oleh tingginya durasi penggunaan, tetapi juga oleh karakteristik psikologis tertentu yang mencerminkan keterikatan individu terhadap platform tersebut. Berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian Musalmah et al. (2024), pengguna dengan durasi lebih dari 6 jam per hari dikategorikan sebagai heavy user yang berisiko tinggi mengalami kecanduan media sosial.

Mahasiswa generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi pada mahasiswa dapat memengaruhi aktivitas akademik, kualitas tidur, hingga kesehatan mental. Penelitian oleh Fatah dan Maulana menunjukkan bahwa hampir setengah dari responden mahasiswa generasi Z berada pada kategori kecanduan media sosial tinggi dengan karakteristik penggunaan media sosial yang intensif serta penurunan kualitas kesehatan mental dan pola tidur (Fatah & Farhan Maulana, 2026)

Griffiths (2001) menjelaskan bahwa kecanduan perilaku memiliki enam komponen utama, yaitu salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, dan relapse (Yumna et al., 2022). Salience mengacu pada kondisi ketika aktivitas tertentu menjadi pusat perhatian individu dan mendominasi pikiran maupun perilaku sehari-hari. Mood modification berkaitan dengan perubahan suasana hati yang dirasakan individu ketika melakukan aktivitas tersebut, misalnya merasa lebih nyaman, tenang, atau terhibur saat menggunakan media sosial. Tolerance ditunjukkan melalui kebutuhan untuk meningkatkan durasi penggunaan agar memperoleh kepuasan yang sama, sedangkan withdrawal muncul dalam bentuk rasa gelisah atau tidak nyaman ketika individu tidak dapat mengakses media sosial. Selain itu, conflict terjadi ketika penggunaan media sosial mulai mengganggu aktivitas lain seperti akademik maupun hubungan sosial, sedangkan relapse mengacu pada kecenderungan individu untuk kembali pada pola penggunaan berlebihan setelah mencoba mengurangnya. Dalam konteks penggunaan TikTok, komponen-komponen tersebut dapat terlihat melalui perilaku scrolling berlebihan, kesulitan mengontrol durasi penggunaan, serta kecenderungan terus membuka aplikasi meskipun individu menyadari dampak negatifnya.

Salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam mengatasi perilaku berlebihan adalah modifikasi perilaku dengan teknik token economy. Token economy bekerja dengan prinsip penguatan positif, di mana individu mendapatkan token seperti stiker atau poin sebagai imbalan atas perilaku yang diinginkan, dan token tersebut dapat ditukar dengan hadiah yang bernilai bagi individu (Martin & Pear, 2019). Penelitian Musalmah et al. (2024) melaporkan penurunan durasi bermain TikTok pada remaja usia 14 tahun dari rata-rata 6 jam per hari menjadi 1-2 jam per hari menggunakan teknik ini. Penelitian sebelumnya tentang token economy lebih banyak diterapkan pada populasi anak dan remaja di lingkungan klinis atau sekolah, sementara penerapannya pada populasi mahasiswa dengan konteks kecanduan media sosial masih terbatas. Padahal mahasiswa memiliki karakteristik yang berbeda, yaitu tingkat otonomi yang lebih tinggi, jadwal yang lebih fleksibel, serta tekanan sosial dan akademik yang kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji efektivitas token economy dalam mengurangi durasi penggunaan TikTok pada mahasiswa, serta menguji apakah perubahan perilaku yang terjadi bertahan (maintenance) dalam jangka pendek setelah intervensi dihentikan menggunakan desain A-B-A.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan studi eksperimen dengan desain *single-case* A-B-A yang mengacu pada kerangka kerja yang dikemukakan oleh Kazdin (2011). Desain A-B-A terdiri dari tiga fase berurutan, yaitu fase baseline pertama (A1) selama 7 hari tanpa intervensi, fase intervensi (B) selama 14 hari dengan penerapan token economy, dan fase baseline kedua

(A2) selama 7 hari di mana intervensi dihentikan. Pemilihan desain A-B-A didasarkan pada kebutuhan untuk menguji efektivitas intervensi sekaligus mengukur keberlanjutan perubahan perilaku setelah intervensi dihentikan. Desain ini memiliki internal *validity* yang lebih kuat dibandingkan desain A-B karena adanya fase A2 yang berfungsi sebagai kondisi pembandingan (*reversal phase*), sehingga perubahan perilaku dapat diatribusikan secara lebih kausal pada intervensi yang diberikan (Kratochwill et al., 2013).

Subjek penelitian adalah seorang mahasiswi berinisial HA, berusia 20 tahun, yang terdaftar sebagai mahasiswa aktif Program Studi Psikologi, Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. Subjek dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: rata-rata durasi penggunaan TikTok lebih dari 6 jam per hari berdasarkan data *Screen Time* selama 7 hari, melaporkan kesulitan mengontrol penggunaan TikTok, mengalami dampak negatif pada aktivitas akademik atau sosial, dan bersedia mengikuti seluruh rangkaian penelitian serta menandatangani *informed consent*. Hasil pengukuran baseline pertama (A1) selama 7 hari menunjukkan bahwa subjek HA memiliki rata-rata durasi penggunaan TikTok sebesar 6 jam 30 menit per hari. Data ini mengonfirmasi bahwa subjek termasuk dalam kategori *heavy user*. Dalam wawancara awal, subjek juga melaporkan bahwa ia sering menunda pekerjaan rumah dan tugas kuliah karena memilih membuka TikTok terlebih dahulu, serta mengalami kesulitan untuk berhenti menggunakan aplikasi tersebut karena konten yang selalu menarik perhatiannya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah token economy, yaitu sistem pemberian token berupa stiker bintang setiap subjek berhasil mengurangi durasi penggunaan TikTok dari target harian, sedangkan variabel terikatnya adalah durasi penggunaan TikTok yang diukur melalui fitur *Screen Time* pada perangkat subjek.

Prosedur Penelitian

Pelaksanaan penelitian diawali dengan tahap *screening* selama tiga hari, di mana peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi tentang pola penggunaan TikTok, dampak negatif yang dirasakan, motivasi untuk berubah, serta faktor-faktor pemicu. Peneliti dan subjek bersama-sama menetapkan menu *reward* secara bertingkat, mulai dari hadiah kecil berupa makanan ringan hingga hadiah yang lebih besar seperti tiket bioskop dan barang *wishlist*. Subjek juga menandatangani *informed consent* sebagai bukti kesediaan berpartisipasi. Selanjutnya, pada fase A1 (baseline awal) yang berlangsung selama 7 hari, subjek diminta menjalankan kebiasaan penggunaan TikTok seperti biasa tanpa intervensi apapun. Setiap malam sebelum tidur, subjek mengirimkan *screenshot* data *Screen Time* kepada peneliti, yang kemudian mencatat durasi penggunaan harian tanpa memberikan token atau umpan balik. Data A1 yang terkumpul menunjukkan durasi harian subjek yang sangat tinggi, dengan rata-rata 6 jam 30 menit.

Tabel 1 Durasi Screentime Fase A1

No	Hari	Durasi Bermain	
		Jam	Menit
1	Senin	4 Jam	240 Menit
2	Selasa	6 Jam 15 Menit	375 Menit
3	Rabu	5 Jam 13 Menit	313 Menit
4	Kamis	6 Jam 55 Menit	415 Menit
5	Jumat	7 Jam 21 Menit	441 Menit
6	Sabtu	8 Jam 7 Menit	487 Menit
7	Minggu	7 Jam 39 Menit	459 Menit
	Jumlah	45 Jam 30 Menit	
	Rata-rata	6 Jam 30 Menit	

Tabel 2 Mekanisme Token Economy

No	Penggunaan Durasi Bermain Tiktok	Token yang didapat	Penukaran Token
1	Kurangi 2 sesi dalam baseline	1 Token	1-10 token: Risol Matcha
2	Kurangi 4 sesi dalam baseline	2 Token	11-25 token: Mie Gacoan
3	Kurangi 6 sesi dalam baseline	3 Token	26-40 token: Matcha Ice
4	Kurangi 8 sesi dalam baseline	4 Token	41-55 token: Dimsum Mentai
5	Kurangi 10 sesi dalam baseline	5 Token	56-70 token: Ayam Goreng Warsun AA
6	Kurangi 12 sesi dalam baseline	6 Token	71-85 token: Nonton bioskop 86-100 token: Barang Wishlist
7	Tidak buka TikTok sama sekali	7 Token	

Memasuki fase B (intervensi) yang berlangsung selama 14 hari, token economy diterapkan dengan aturan bahwa setiap pengurangan durasi sebesar 30 menit dari target baseline harian mendapat 1 token berupa stiker bintang. Target harian ditetapkan berdasarkan hasil rata-rata yang didapatkan dari baseline subjek yaitu 6 jam 30 menit. Token diberikan setiap malam setelah peneliti memverifikasi *screenshot Screen Time*, dicatat secara fisik pada kartu khusus, dan dikonfirmasi kepada subjek melalui pesan singkat. Setiap akhir minggu, peneliti mengadakan sesi evaluasi singkat selama 10-15 menit untuk membahas kemajuan, mengidentifikasi hambatan, serta memberikan motivasi. Selama 14 hari intervensi, data durasi yang terkumpul menunjukkan penurunan yang sangat signifikan.

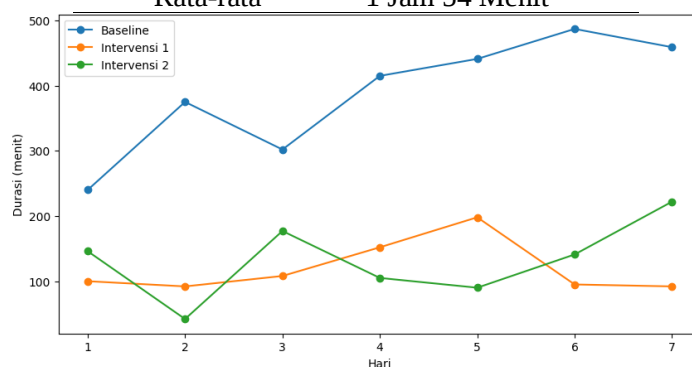
Tabel 3 Hasil Pengurangan Durasi dan Perolehan Token

No	Hari/Tanggal	Durasi Bermain Tiktok	Durasi Pengurangan Tiktok	Jumlah Token Yang Didapat
1	27 April	1 jam 40 menit	290 Menit	5 Token
2	28 April	1 jam 32 menit	298 Menit	5 Token
3	29 April	1 jam 48 menit	282 Menit	4 Token
4	30 April	2 jam 32 menit	238 Menit	4 Token
5	1 Mei	3 jam 18 menit	192 Menit	3 Token
6	2 Mei	1 jam 35 menit	295 Menit	5 Token
7	3 Mei	1 jam 32 menit	298 Menit	5 Token
8	4 Mei	2 jam 26 menit	244 Menit	4 Token
9	5 Mei	42 menit	348 Menit	6 Token
10	6 Mei	2 jam 57 menit	213 Menit	3 Token
11	7 Mei	1 jam 45 menit	285 Menit	4 Token
12	8 Mei	1 jam 30 menit	300 Menit	5 Token
13	9 Mei	2 jam 21 menit	249 Menit	4 Token
14	10 Mei	3 jam 42 menit	168 Menit	3 Token
Jumlah Token yang didapatkan				60 token

Setelah fase intervensi selesai, penelitian memasuki fase A2 (baseline akhir) selama 7 hari. Pada fase ini, intervensi dihentikan sepenuhnya yang dimana subjek tidak lagi menerima token atau reward apapun, dan diminta kembali menjalankan kebiasaan penggunaan TikTok seperti biasa tanpa target pengurangan. Tujuan fase A2 adalah untuk menguji apakah perilaku baru (durasi rendah) bertahan setelah intervensi dihentikan serta apakah terjadi *relapse* (kembali ke durasi tinggi seperti fase A1). Subjek tetap mengirimkan *screenshot Screen Time* setiap malam, namun peneliti tidak memberikan token atau umpan balik. Setelah fase A2 selesai, peneliti melakukan wawancara akhir untuk mengevaluasi pengalaman subjek selama mengikuti penelitian.

Tabel 4 Durasi Screentime Fase A2

No	Hari	Durasi Bermain	
		Jam	Menit
1	Senin	1 Jam 52 Menit	112 Menit
2	Selasa	2 Jam 6 Menit	126 Menit
3	Rabu	1 Jam 38 Menit	98 Menit
4	Kamis	2 Jam 14 Menit	134 Menit
5	Jumat	1 Jam 47 Menit	107 Menit
6	Sabtu	2 Jam 3 Menit	123 Menit
7	Minggu	1 Jam 41 Menit	101 Menit
Jumlah		13 Jam 21 Menit	
Rata-rata		1 Jam 54 Menit	



Grafik 1. Perbandingan Baseline, intervensi 1 dan Intervensi 2

Data durasi penggunaan TikTok dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis visual grafik (Kazdin, 2011). Analisis meliputi rata-rata, nilai minimum-maksimum, persentase penurunan $[(A1-B)/A1 \times 100\%]$, persentase overlap data antar fase, serta analisis perubahan level. Intervensi dinyatakan efektif jika terjadi penurunan konsisten pada fase B, overlap A1 dan B kurang dari 50%, dan perilaku bertahan pada fase A2 (Kratochwill et al., 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa token economy efektif dalam mengurangi durasi penggunaan TikTok pada mahasiswa, yang mana dapat menurunkan rata-rata durasi penggunaan TikTok dari 6 jam 30 menit per hari pada fase baseline awal (A1) menjadi 2 jam 6 menit per hari pada fase intervensi (B), atau penurunan sebesar 4 jam 24 menit yang setara dengan 67,7%. Penurunan ini terjadi secara konsisten selama 14 hari intervensi, dengan pencapaian terbaik pada hari ke-9 intervensi di mana subjek hanya menggunakan TikTok selama 42 menit. Subjek HA berhasil mengumpulkan total 60 token yang kemudian ditukarkan dengan reward sesuai kesepakatan. Perubahan level antara data terakhir A1 (7 jam 39 menit) dan data pertama B (1 jam 40 menit) menunjukkan penurunan sebesar 5 jam 59 menit, sementara overlap data antara fase A1 dan B adalah 0%, artinya tidak ada satu pun data durasi selama intervensi yang berada dalam rentang durasi baseline awal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Musalmah et al. (2024) yang berhasil menurunkan durasi bermain TikTok pada remaja dari rata-rata 6 jam per hari menjadi 1-2 jam per hari, serta penelitian Idris (2022) dan Yumna, Husniah, dan Kurniawan (2022) yang juga membuktikan efektivitas token economy dalam mengatasi kecanduan media sosial pada populasi remaja dan mahasiswa.

Keberhasilan intervensi token economy dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui mekanisme penguatan positif (positive reinforcement). Dalam kerangka psikologi perilaku, penguatan positif adalah prosedur di mana konsekuensi yang menyenangkan diberikan

setelah suatu perilaku, sehingga meningkatkan kemungkinan perilaku tersebut akan diulang di masa depan (Martin & Pear, 2019). Dalam penelitian ini, setiap kali subjek berhasil mengurangi durasi penggunaan TikTok dari target baseline, ia langsung mendapatkan token. Penguatan langsung (immediate reinforcement) ini menciptakan hubungan yang jelas antara perilaku (mengurangi durasi) dan konsekuensinya (mendapat token), yang memperkuat motivasi subjek untuk terus mempertahankan perilaku tersebut. Selain itu, pemilihan reward yang relevan dan bermakna bagi subjek juga berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan intervensi. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa penguat harus memiliki nilai bagi individu agar efektif mengubah perilaku, dan token economy memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas memilih penguat yang sesuai dengan minat peserta (Matson, Estabillo, & Matheis, 2016).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wa Ode Yumna dkk. yang menunjukkan bahwa teknik token economy efektif dalam menurunkan kecanduan media sosial melalui penguatan perilaku adaptif dan peningkatan kemampuan kontrol diri individu terhadap penggunaan media sosial (Yumna et al., 2022). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa setelah pemberian treatment, individu menjadi lebih mampu mengontrol penggunaan media sosial, mengurangi kebutuhan untuk terus mengakses media sosial, serta menurunkan rasa gelisah ketika membatasi penggunaan media sosial. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini bahwa pemberian reinforcement positif melalui token economy dapat membantu individu membangun pola penggunaan media sosial yang lebih terkontrol. Selain itu, keberhasilan intervensi juga menunjukkan bahwa perubahan perilaku dapat dibentuk melalui penguatan yang diberikan secara konsisten terhadap perilaku target yang diharapkan.

Prosedur self-monitoring melalui screenshot Screen Time setiap malam juga berperan penting dalam keberhasilan intervensi ini. Subjek menjadi lebih sadar (aware) terhadap durasi penggunaannya sendiri, yang selama ini mungkin dilakukan secara otomatis tanpa banyak pemikiran. Peningkatan kesadaran diri ini tercermin dari catatan pemicu (trigger) yang ditulis subjek setiap hari, seperti "bosan", "stres", "burnout", "mencari hiburan", "mencari rekomendasi makanan", "mencari tutorial masak", "mencari tutorial AI", dan "mendengarkan musik". Dengan mengetahui pemicu-pemicu ini, subjek dapat mengantisipasi dan mengembangkan strategi koping yang lebih adaptif. Menariknya, selama intervensi subjek juga mulai mengarahkan penggunaan TikTok-nya untuk tujuan yang lebih terarah dan informatif, seperti mencari tutorial, resep makanan, dan rekomendasi tempat liburan, daripada sekadar mindless scrolling. Pergeseran dari penggunaan pasif menjadi penggunaan aktif dan bertujuan ini menunjukkan bahwa token economy tidak hanya menekan perilaku negatif, tetapi juga memfasilitasi behavioral substitution (penggantian perilaku) ke arah yang lebih adaptif.

Temuan terpenting dalam penelitian ini adalah bahwa perubahan perilaku yang terjadi selama intervensi bertahan (maintenance) setelah token tidak lagi diberikan. Pada fase A2 (baseline akhir) di mana intervensi dihentikan, rata-rata durasi penggunaan TikTok subjek tetap rendah, yaitu 1 jam 54 menit per hari. Bahkan, rata-rata ini sedikit lebih baik dibandingkan fase intervensi yang sebesar 2 jam 6 menit. Perubahan level antara data terakhir B (3 jam 42 menit) dan data pertama A2 (1 jam 52 menit) menunjukkan penurunan tambahan sebesar 1 jam 50 menit. Lebih penting lagi, tidak terjadi relapse (kembali ke perilaku awal) karena rata-rata durasi A2 (1 jam 54 menit) jauh lebih rendah dibandingkan A1 (6 jam 30 menit), dengan selisih 4 jam 36 menit atau 70,8%. Overlap data antara A1 dan A2 juga 0%, artinya tidak ada satu pun data A2 yang berada dalam rentang durasi A1. Dalam desain A-B-A, jika durasi kembali naik ke level A1 ketika intervensi dihentikan, hal itu justru membuktikan kausalitas (bahwa intervensi yang menyebabkan perubahan). Namun,

jika durasi tetap rendah seperti yang terjadi pada subjek HA, hal ini menunjukkan bahwa intervensi berhasil menciptakan perubahan perilaku yang telah menginternalisasi menjadi kebiasaan baru yang tidak bergantung pada token eksternal. Temuan ini sangat penting karena membedakan penelitian ini dari banyak penelitian token economy lainnya yang hanya melaporkan efek selama intervensi tanpa mengukur keberlanjutan, serta menunjukkan bahwa token economy dapat menghasilkan perubahan perilaku jangka panjang pada populasi mahasiswa.

Selama fase intervensi, terjadi beberapa fluktuasi durasi yang perlu dicermati. Pada minggu pertama intervensi, durasi tertinggi mencapai 3 jam 18 menit (hari ke-5), sementara pada minggu kedua intervensi, durasi tertinggi mencapai 3 jam 42 menit (hari ke-14). Berdasarkan catatan pemicu yang ditulis subjek, peningkatan pada hari ke-5 minggu pertama dipicu oleh stres, sedangkan peningkatan pada hari ke-14 minggu kedua dipicu oleh emosi positif, yaitu kebahagiaan karena grup musik favoritnya (5SOS) comeback merilis karya baru. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa emosi positif maupun negatif sama-sama dapat menjadi pemicu peningkatan penggunaan media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Musalmah et al. (2024) yang melaporkan bahwa hari libur dan perasaan bosan dapat memicu peningkatan durasi bermain TikTok. Namun demikian, penting untuk dicatat bahwa peningkatan tersebut tidak pernah melampaui rata-rata durasi baseline awal (6 jam 30 menit). Bahkan durasi tertinggi selama intervensi (3 jam 42 menit) masih jauh di bawah rata-rata A1, yang menunjukkan bahwa intervensi token economy berhasil menciptakan efek "batas atas" yang mencegah subjek kembali ke perilaku adiktif meskipun ada pemicu emosional yang kuat.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Dimana penelitian ini hanya melibatkan satu subjek ($n=1$), sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi. Fase A2 hanya 7 hari, sehingga keberlanjutan jangka panjang belum teruji. Variabel luar (jadwal ujian, libur, peristiwa personal) tidak dikontrol ketat. Penelitian juga tidak menggunakan kuesioner baku kecanduan TikTok, melainkan hanya mengandalkan data durasi objektif. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain multiple baseline across subjects ($n=3-5$), menambahkan fase follow-up jangka panjang, serta menggunakan kuisisioner tentang kecanduan tiktok.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan desain A-B-A pada subjek HA dapat disimpulkan bahwa token economy efektif dalam mengurangi durasi penggunaan TikTok pada mahasiswa. Rata-rata durasi penggunaan TikTok subjek menurun drastis dari 6 jam 30 menit per hari pada fase baseline awal (A1) menjadi 2 jam 6 menit per hari pada fase intervensi (B), atau penurunan sebesar 67,7%. Subjek berhasil mengumpulkan total 60 token selama 14 hari intervensi, dengan pencapaian terbaik pada hari ke-9 yaitu hanya 42 menit. Perubahan perilaku ini bertahan (maintenance) setelah intervensi dihentikan, terbukti dari rata-rata durasi pada fase A2 yang tetap rendah yaitu 1 jam 54 menit per hari. Tidak terjadi relapse karena rata-rata durasi A2 (1 jam 54 menit) jauh lebih rendah dibandingkan A1 (6 jam 30 menit), dengan selisih 70,8% dan overlap data 0%. Keberhasilan intervensi didukung oleh mekanisme penguatan positif, pemilihan reward yang relevan dengan subjek, serta prosedur self-monitoring melalui Screen Time. Penelitian ini memperluas bukti efektivitas token economy dari populasi anak dan remaja ke populasi mahasiswa, serta menjadi salah satu dari sedikit penelitian yang menggunakan desain A-B-A untuk membuktikan maintenance perilaku setelah intervensi dihentikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jain, N. (2025). Social media use, anxiety, depression, and attitudes toward counselling among young adults. *Indian Journal of Psychiatric Social Work*, 16(1). <https://doi.org/10.29120/ijpsw.2025.v16.i1.629>
- Kazdin, A. E. (2011). *Single-case research designs: Methods for clinical and applied settings* (2nd ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1080/07317107.2012.654458>
- Kratochwill, T. R., Hitchcock, J. H., Horner, R. H., Levin, J. R., Odom, S. L., Rindskopf, D. M., & Shadish, W. R. (2013). Single-case intervention research design standards. *Remedial and Special Education*, 34(1), 26–38. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2022.12.002>
- Martin, G., & Pear, J. (2019). *Behavior modification: What it is and how to do it* (11th ed.). Routledge.
- Matson, J. L., Estabillo, J. A., & Matheis, M. (2016). Token economy. In V. Zeigler-Hill & T. K. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of personality and individual differences*. Springer.
- Maulana, A. F., & Fatah, Z. (2026). Clustering Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Generasi Z Menggunakan Algoritma K-Means. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 5(1), 155-162.
- Musalmah, I., Pabela, T., Kurniawan, A., Elvika, R. R., & Taslim, F. (2024). MY KID SPENDS MUCH TIME ON TIKTOK: Efektivitas modifikasi perilaku dengan token ekonomi dalam kontrol durasi penggunaan TikTok. *Jurnal Psikologi*, 17, 402-414.
- Ramsden, E., & Talbot, C. V. (2024). The role of TikTok in students' health and wellbeing. *International Journal of Mental Health and Addiction*.
- Rogowska, A. M., & Lechowicz, O. (2025). The relationship between problematic TikTok use and depression in university students: The mediating role of insomnia. *Journal of Clinical Medicine*, 14(13), 4652. <https://doi.org/10.3390/jcm14134652>
- Statista. (2025). Number of TikTok users worldwide from 2020 to 2025. https://www.statista.com/statistics/1327116/number-of-global-tiktok-users/?srsltid=AfmBOoo-l_wZIIGi32cDBqvXxAHzzmi44LPe6Teguda3hIuVgXrPSNsa
- Sutrisno, N., Azriani, F., & Tuasikal, H. (2024). Perspektif pemasaran media sosial TikTok terhadap minat beli produk kosmetik. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i2.2084>
- Tang, H. E., & Zhang, L. (2024). Digital age challenge: University students' excessive use of TikTok. *Studies in Media and Communication*. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7056>
- Yumna, W. O., Husniah, W. O., & Kurniawan, U. T. (2022). Bimbingan kelompok melalui teknik token economy untuk mengurangi kecanduan media sosial siswa. *Frame (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, 1(01), 22–28.