

**ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS KONSUMSI
KONTEN MEDIA SOSIAL DENGAN DAYA
KONSENTRASI DI ERA *BRAIN ROT CULTURE* PADA
MAHASISWA FISIP UMA**

TUGAS AKHIR

Oleh :

**EVA ADHIA
2203110302**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tugas akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Eva Adhia
NPM : 2203110302
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada Hari, tanggal: Jumat, 10 April 2026

Waktu : Pukul 08.15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI II : H. Tenerman, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si

(.....)
(.....)
(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos., M. SP. Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S. Sos., M.I.Kom.



BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh :

Nama : Eva Adhia

NPM : 2203110302

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Analisis Hubungan Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial Dengan Daya Konsentrasi di Era *Brain Rot Culture* Pada Mahasiswa FISIP UMA

Medan, 30 Maret 2026

Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si

NIDN : 0121106803

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 127048401



Assoc. Prof. Dr. Yriffin Saleh, S. Sos., M.SP.

NIDN : 30017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Eva Adhia**, NPM 2203110302 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undangundang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 15 April 2026

Yang menyatakan


Eva Adhia

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ: الرَّحْمَةُ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, berkah, serta karuanianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Hubungan Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial Dengan Daya Konsentrasi Di Era *Brain Rot Culture* Pada Mahasiswa FISIP UMA”. Tidak lupa pula penulis menghadiahkan shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita ke jalan yang diridhai oleh Allah SWT.

Terkhusus dan teristimewa, ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua penulis tercinta yaitu ayah Ferry Aziz dan ibu Herawati atas segala doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, dan jerih payah untuk membesarkan, mendidik, dan menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, doa, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sudah selayaknya dengan segala keindahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Shaleh, S.Sos. MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos. M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori S.Sos. M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis S.Sos. M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, serta waktunya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Seluruh Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam

menyelesaikan segala berkas administrasi yang dibutuhkan selama perkuliahan.

10. Seluruh jajaran Bapak/Ibu, Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk penelitian di Fakultas tersebut.
11. Teman teman terbaik saya Farhan Hassan, Shalfira, Afini Zahra Siregar, Zahra Syahputri, M Rizqi Irawan, Annisa Santiawan, seluruh teman dekat SMA saya, dan beberapa lainnya yang tidak bisa saya sebutkan. Yang bersama-sama menemani penulis dalam proses perkuliahan hingga melewati proses pengerjaan skripsi dan selalu menjadi penguat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.
12. Para sahabat dan teman-teman seangkatan IKO 22 FISIP UMSU yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembacanya.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Medan, 14 Maret 2026

Penulis

Eva Adhia

ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS KONSUMSI KONTEN MEDIA SOSIAL DENGAN DAYA KONSENTRASI DI ERA *BRAIN ROT CULTURE* PADA MAHASISWA FISIP UMA

Eva Adhia
2203110302

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi media masyarakat menuju konten audio-visual berdurasi pendek, yang kemudian memunculkan fenomena *Brainrot Culture*. Paparan konten yang cepat dan fragmentaris ini dikhawatirkan berdampak pada penurunan kemampuan kognitif, khususnya dalam hal fokus dan konsentrasi di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar hubungan yang signifikan antara Intensitas konsumsi konten media sosial di Era *Brain rot* dengan daya konsentrasi pada mahasiswa FISIP UMA. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 73 responden mahasiswa FISIP UMA, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas konsumsi TikTok terhadap daya konsentrasi mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan penelitian menunjukkan arah pengaruh yang positif, yang mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas penggunaan berjalan selaras dengan tingkat daya konsentrasi yang dilaporkan secara mandiri oleh responden. Hal ini diduga dipengaruhi oleh faktor stimulasi kognitif cepat dan adanya bias persepsi diri responden. Variabel intensitas konsumsi TikTok memberikan kontribusi sebesar 28,5% terhadap daya konsentrasi, sementara 71,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun terdapat pengaruh signifikan, mahasiswa perlu tetap bijak dalam mengelola konsumsi media digital untuk menghindari dampak jangka panjang dari fenomena *brainrot*.

Kata Kunci: Intensitas Konsumsi, TikTok, Daya Konsentrasi, *Brainrot Culture*, Mahasiswa.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	9
URAIAN TEORITIS	9
2.1. Media Sosial Dan Tiktok	9
2.2. Teori Penggunaan dan Kepuasan	10
2.3. Teori Ketergantungan Media	11
2.4. Definisi <i>Brain Rot Culture</i>	13
2.5. Intensitas Penggunaan Media Sosial	16
2.6. Definisi Daya Konsentrasi	18
2.7. Hipotesis Penelitian	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Kerangka Konsep	23

3.3. Definisi Konsep	24
3.4. Definisi Operasional	25
3.5. Populasi dan Sampel	27
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Analisis Data	30
3.7.1. Uji Instrumen	30
3.7.2. Uji Statistik Deskriptif	31
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	32
3.7.4. Uji Hipotesis	32
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	34
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian	35
4.1.2. Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.1.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian	38
4.1.4. Deskripsi Data Penelitian	41
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	46
4.2 Pembahasan	48
BAB V	51
PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Penilaian.....	25
Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Fisip UMA Semester 8.....	27
Tabel 3.3 Skala Likert	30
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Intensitas TikTok).....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Daya Konsentrasi).....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
Tabel 4.7 Kriteria Interpretasi Skor.....	42
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel X	42
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Y.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Pearson	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	23
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan hal ini telah membawa perubahan besar dalam cara kita berinteraksi melalui media digital. Internet dan media sosial kini menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi. Perkembangan teknologi pada era ini juga telah menghadirkan berbagai pilihan media yang dapat digunakan manusia untuk berkomunikasi, salah satunya adalah media sosial.

Media ini tidak hanya dapat diakses melalui komputer, tetapi juga melalui aplikasi di ponsel pintar, sehingga dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Beberapa platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X telah menjadi sarana utama bagi pengguna untuk mencari informasi, berbagi hiburan, atau mengekspresikan pendapat mereka. Jumlah pengguna aktif media sosial terus meningkat setiap tahun.

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 229 juta, yang setara dengan tingkat penetrasi 80,66%. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,16% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu tahun 2024 (APJII, 2025). Di sisi lain, data dari We Are Social menunjukkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan orang Indonesia untuk media sosial adalah sekitar 21 jam 50 menit per minggu atau sekitar 3 jam 14 menit per hari. Angka-angka ini menunjukkan bahwa orang Indonesia menghabiskan sebagian besar waktunya untuk aktivitas di media sosial.

Dengan semakin pentingnya media sosial, keragaman konten yang dikonsumsi pengguna juga semakin meningkat. Salah satu contohnya adalah konten visual pendek, yang juga dikenal sebagai video pendek. Jenis konten ini sangat populer di kalangan anak muda. Seiring media sosial semakin terintegrasi ke dalam kehidupan sehari-hari, video pendek dikonsumsi oleh masyarakat dan menempati sebagian besar waktu harian mereka (Arsyadani Wahyudi et al., 2024).

Menurut data dari "Digital 2025 Global Statshot Report" We Are Social April 2025, pengguna internet berusia 16 tahun ke atas di Indonesia menonton video pendek rata-rata 4,90 hari per minggu. Ini menempatkan Indonesia di peringkat kelima secara global (We Are Social, 2025). Penggunaan hampir lima hari per minggu ini menggarisbawahi daya tarik video pendek yang sangat besar.

Dominasi video pendek ini juga telah memicu pertumbuhan besar-besaran platform seperti TikTok. TikTok adalah aplikasi media sosial yang diluncurkan pada tahun 2016 oleh ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Beijing. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat dan menonton konten video pendek (biasanya berdurasi 15 hingga 60 detik). Beberapa orang menyebut video pendek ini sebagai meme (yaitu, "sesuatu yang dibagikan, ditiru, atau ditafsirkan ulang di internet"). Suara di TikTok adalah "file audio pendek yang dapat diunggah pengguna sehingga orang lain dapat menggunakannya dalam video mereka sendiri." Suara-suara tersebut dikaitkan dengan tarian atau tantangan tertentu di dalam aplikasi (Rusman et al., 2024).

Pesatnya penyebaran konten video pendek telah memunculkan fenomena baru yang dikenal sebagai "kerusakan otak" (*Brain Rot*). Fenomena ini menggambarkan konsekuensi dari konsumsi berlebihan konten tersebut, yang dapat menyebabkan

gangguan kognitif, kesulitan berkonsentrasi, dan kecemasan ketika tidak menggunakan perangkat digital. Istilah *Brain Rot* juga sering digunakan untuk menggambarkan penurunan fungsi otak yang disebabkan oleh konsumsi berlebihan konten online berkualitas rendah atau tidak pantas (Urwatulwutsqo et al., 2025).

Banyak faktor yang berkontribusi terhadap *brain rot*, seperti menonton video tanpa batasan waktu, kelebihan konten non-edukatif dibandingkan dengan konten edukatif, munculnya konten dewasa yang tidak pantas untuk kelompok usia tertentu, dan konten pendek yang menghibur. Hal ini dapat menyebabkan kecanduan teknologi yang terus-menerus dan sulit diatasi (Urwatulwutsqo et al., 2025). *Brain Rot* dapat memengaruhi orang dari segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, terutama mahasiswa (Romadhon et al., 2025).

Menurut hasil penelitian (Arsyadani Wahyudi et al., 2024) 40,7% mahasiswa yang disurvei menonton video pendek selama 15–30 menit setiap kali mereka membuka aplikasi media sosial. Kemudian diikuti oleh 18,5% yang menonton selama 31–55 menit dan 18,5% lainnya menonton selama lebih dari satu jam. Sebagian besar mahasiswa melaporkan bahwa menonton video pendek membuat mereka kehilangan fokus dan kurang waspada terhadap lingkungan sekitar.

Hal ini relevan jika mempertimbangkan dampaknya terhadap konsentrasi, terutama bagi mahasiswa yang sering menonton video pendek di platform seperti TikTok. Dikhawatirkan bahwa otak yang terbiasa dengan penyerapan informasi secara instan dan konten yang berubah dengan cepat kurang mampu mempertahankan konsentrasi selama aktivitas yang membutuhkan perhatian jangka panjang, seperti membaca buku atau mendengarkan kuliah (Wahyu Widayati, 2025). Mahasiswa, sebagai bagian dari Generasi Z, adalah kelompok yang paling

aktif di TikTok (Vindy Nur Azizah & Zahid, 2023). Mereka menggunakan platform tersebut tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk mencari informasi, tutorial, dan bahkan materi belajar (Wahri Nurhidayat, 2024). Di sisi lain, kebiasaan terus-menerus mengonsumsi video pendek di TikTok dapat mengganggu kemampuan mereka untuk berkonsentrasi pada tugas-tugas akademik yang membutuhkan pemikiran mendalam (Fauzi & Surawan, 2025).

Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (FISIP UMA) merupakan bidang penelitian yang menarik. Mahasiswa seringkali terus-menerus terhubung dengan *smartphone* mereka, baik di dalam maupun di luar kampus. Tidak jarang perhatian mereka teralihkan selama perkuliahan. Fenomena ini penting karena mahasiswa FISIP perlu berpikir kritis dan mempertahankan tingkat konsentrasi yang tinggi, terutama dalam perkuliahan, tinjauan pustaka, atau tugas yang membutuhkan perhatian penuh. Penggunaan media sosial dan konsumsi konten yang dangkal dapat mengganggu konsentrasi dan berdampak negatif pada kualitas pembelajaran dan prestasi akademik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rabaani & Indriyani, 2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi prestasi akademik sebesar 33,2%, dengan sisanya disebabkan oleh faktor lain. Namun, studi ini hanya berfokus pada hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dan prestasi akademik, tanpa meneliti lebih lanjut aspek kognitif seperti konsentrasi dan perhatian mahasiswa. Selain itu, penelitian ini tidak mempertimbangkan jenis konten yang dikonsumsi di media sosial, meskipun fenomena *Brain Rot Culture* adalah budaya mengonsumsi konten digital pendek dan berulang yang dapat mengganggu perhatian dan

konsentrasi semakin marak belakangan ini. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, penelitian menjadi lebih spesifik mengenai jenis konten. Seperti yang dilakukan (Wahri Nurhidayat, 2024) meneliti pengaruh aplikasi TikTok pada kaum muda dan menyoroti risiko efek negatif pada konsentrasi dan perilaku.

Studi lain menemukan bahwa konten video pendek dapat mengganggu kemampuan konsentrasi responden (Arsyadani Wahyudi et al., 2024). Meskipun kedua studi terakhir ini secara khusus berfokus pada konten video pendek dan gangguan konsentrasi, variabel dependen yang mereka ukur lebih bersifat umum, sosial, atau psikologis.

Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara eksplisit dan terukur menyelidiki hubungan antara intensitas konsumsi konten media sosial, sebagaimana didefinisikan oleh fenomena *Brain Rot* dan penurunan konsentrasi kemampuan kognitif mendasar yang penting bagi mahasiswa. Perbedaan ini menjadi semakin signifikan karena penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (FISIP UMA), khususnya mahasiswa semester 8 (Angkatan 2022). Pada tahap ini, mahasiswa menghadapi tugas-tugas akademik yang menuntut seperti penulisan skripsi, analisis data, dan penyusunan literatur, yang semuanya membutuhkan pemikiran kritis dan tingkat konsentrasi yang tinggi.

Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana keterlibatan dan intensitas konsumsi konten media sosial di era *Brain Rot Culture* secara signifikan memengaruhi konsentrasi dan fokus mahasiswa semester akhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (FISIP UMA).

1.2. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luas dan melebarnya pembahasan serta menjaga agar fokus dan tujuan penelitian dapat dicapai secara efektif, maka peneliti memberi suatu batasan dengan fokus variabel independen (bebas) yaitu intensitas konsumsi konten media sosial dalam konteks “*Brain rot Culture*”. Peneliti membatasi pengukuran intensitas konsumsi pada konten yang dimaksud adalah konten berdurasi pendek (*short form*) pada media sosial Tiktok. Adapun variabel dependen (terikat) yaitu daya konsentrasi. Peneliti membatasi pada kemampuan kognitif mahasiswa untuk mempertahankan fokus (*sustained attention*) dalam konteks belajar dan akademik.

Penelitian ini secara eksklusif dilakukan pada lingkungan Universitas Medan Area. Dengan populasi penelitian dibatasi hanya pada mahasiswa FISIP UMA yang berstatus aktif yang sedang menempuh studi pada semester 8 dan termasuk pengguna aktif media sosial Tiktok. Data dikumpulkan melalui kuesioner serta tidak melibatkan observasi langsung atau wawancara mendalam.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar hubungan intensitas konsumsi konten media sosial di Era *Brain rot* dengan daya konsentrasi pada mahasiswa FISIP Universitas Medan Area (UMA).

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar hubungan yang signifikan antara Intensitas konsumsi konten media sosial di Era *Brain rot* dengan daya konsentrasi pada mahasiswa FISIP UMA.

1.5. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini membawa beberapa manfaat diantaranya:

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan atau pemikiran baru dalam disiplin ilmu komunikasi, khususnya menelaah mengenai dampak media sosial dan konten video pendek terhadap fungsi kognitif, dan memperkaya kajian atas fenomena *Brain rot Culture*
2. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam pola konsumsi konten mereka dan dampaknya terhadap daya konsentrasi, serta mendorong perubahan perilaku agar lebih seimbang dan produktif dalam penggunaan media sosial.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk penulisan penelitian ini, penulis menetapkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini dapat digunakan hipotesis untuk penelitian kuantitatif

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian, serta deskripsi ringkas objek penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Media Sosial dan Tiktok

Menurut Mulawarman, 2017 dalam (Yuda Mahendra & Suryo M, 2024) Istilah media sosial terdiri dari dua kata yakni "media" dan "sosial." Media didefinisikan sebagai alat komunikasi, sedangkan sosial mengacu pada realitas sosial di mana orang berpartisipasi dalam tindakan yang berkontribusi pada masyarakat. Menurut (Cross, 2014) media sosial adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang digunakan untuk menghubungkan orang dalam kolaborasi, bertukar informasi, dan berinteraksi melalui pesan web.

Media sosial juga memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari media lain, seperti kemudahan akses, interaktivitas, dan kemampuan untuk menjangkau khalayak yang sangat luas. Kemampuan untuk menjangkau khalayak luas ini berarti pesan dapat disebarluaskan dengan cepat dan efektif. Semua karakteristik ini menjadikan media sosial sebagai alat yang ampuh dalam komunikasi modern (Subhan Amir et al., 2024).

Media sosial telah mengalami perkembangan yang berkelanjutan selama bertahun-tahun. Pada tahun 2002, Friendster menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan, karena merupakan satu-satunya yang tersedia pada saat itu (A. Rafiq, 2020). Namun, pada tahun-tahun berikutnya, media sosial terus mengalami perkembangan dan inovasi sehingga muncul berbagai jenis media sosial lainnya seperti Myspace tahun 2003, Facebook 2004, Youtube 2005, Twitter 2006, Path 2011, dan Instagram tahun 2012 (Hidayat et al., 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah mengalami perkembangan pesat, dengan munculnya banyak fitur dan platform baru, termasuk TikTok. TikTok dengan cepat menjadi salah satu platform media sosial terbaru, mencapai popularitas yang sangat besar. Aplikasi yang populer dan banyak dicari di seluruh dunia ini diluncurkan oleh perusahaan Tiongkok ByteDance dengan nama Douyin. Dalam waktu yang sangat singkat, Douyin mencapai 100 juta pengguna dan satu miliar penayangan video setiap hari, sebuah tonggak dalam popularitasnya yang terus meningkat (Adawiyah, 2020).

Platform TikTok telah dengan cepat bertransformasi dari media hiburan semata menjadi sumber informasi yang penting, terutama bagi Generasi Z. Transformasi ini dapat dikaitkan dengan karakteristik TikTok yaitu konten yang singkat, visual, dan mudah diakses yang sangat sesuai dengan preferensi Generasi Z, yang menyukai konten durasi cepat dan pencarian informasi yang mendalam. Selain itu, kemampuan untuk menikmati video pendek dapat membuat ketagihan, sehingga banyak pengguna menghabiskan waktu berjam-jam di aplikasi tersebut. Penggunaan media sosial yang sering didasarkan pada kebiasaan yang berkembang dari waktu ke waktu karena kemudahan platform tersebut. Rasa aman ini membuat pengguna merasa nyaman dan menghabiskan banyak waktu di media sosial setiap hari (Maharani et al., 2025).

2.2. Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*)

Teori Penggunaan dan Kepuasan adalah teori komunikasi massa yang berfokus pada audiens dan mengasumsikan bahwa pengguna secara aktif dan selektif memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Menurut (Katz et al., 1973) teori ini menekankan peran aktif pengguna media dalam memilih media yang

paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, pengguna media dipandang sebagai individu dengan tujuan dan motivasi spesifik untuk penggunaan media.

Menurut (Katz et al., 1973) terdapat tiga asumsi utama dalam teori uses and gratification. Yang Pertama, pengguna memiliki akses ke berbagai macam media. Keragaman ini muncul sebagai respons terhadap kebutuhan psikologis dan sosial pengguna. Kedua, teori ini berupaya mengidentifikasi kebutuhan individu setiap pengguna ketika memilih media, mengingat keragaman kebutuhan pengguna. Ketiga, media bersaing untuk memenuhi kebutuhan pengguna secara paling efektif.

Griffin, 2018 dalam (Karunia H et al., 2021) mencatat bahwa teori penggunaan dan kepuasan mencakup beberapa kategori yang menggambarkan hubungan antara pengguna dan media. Salah satu kategori kebutuhan utama dalam penelitian ini adalah kebutuhan untuk melepaskan diri dari tekanan masalah atau untuk mendapatkan hiburan. Teori penggunaan dan kepuasan digunakan untuk menjelaskan motif yang mendasari variabel X. Secara khusus, ini berkaitan dengan intensitas penggunaan TikTok yang tinggi di kalangan mahasiswa semester 8 FISIP UMA. Dengan menggunakan teori ini, hal ini dapat dipahami sebagai upaya mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan hiburan mereka dalam menghadapi tekanan akademis seperti pengerjaan skripsi, menulis tesis, dan beban akademik lainnya

2.3. Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*)

Perilaku ketergantungan atau Teori Ketergantungan, secara harfiah dapat diartikan sebagai perilaku yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan dengan bantuan sumber daya atau media tertentu Schrock, (2006) dalam (Rohmah & Rahmawati, 2023). *Dependency Theory* (teori ketergantungan)

dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur (1976) dalam (M. Rafiq, 2012) menyatakan bahwa semakin bergantung seseorang pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin besar pula pengaruhnya dalam kehidupan mereka. Oleh karena itu, seharusnya terdapat korelasi langsung antara tingkat ketergantungan dan pengaruh atau kekuatan media dari waktu ke waktu.

Terdapat tiga komponen ketergantungan media yang diklasifikasikan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur dalam (Rubin & Windahl, 1986) yaitu;

- a. Hubungan antara sistem sosial dan media, khususnya ketergantungan media dalam kaitannya dengan sistem sosial seperti politik, ekonomi, dan budaya.
- b. Hubungan antara media dan pengguna, dan bagaimana orang memandang penggunaan media. Semakin banyak informasi yang perlu dicari melalui media, semakin besar insentif untuk mencari informasi tersebut melalui media. Hal ini menyebabkan ketergantungan yang lebih kuat pada media tertentu.
- c. Hubungan antara pengguna dan sistem sosial, di mana sistem sosial memengaruhi kebutuhan dan persepsi penggunaan media, termasuk pembentukan nilai, norma, dan bahkan aspek hukum.

Mengenai penggunaan media sosial secara umum, ketergantungan dapat berkembang ketika pengguna terbiasa mengonsumsi konten media yang mudah diakses, cepat dicerna, dan singkat. Pola ketergantungan ini juga berfokus pada platform tertentu yang menawarkan format konten yang disesuaikan dengan preferensi mereka. TikTok adalah salah satu platform tersebut, yang konten video pendeknya terus mendorong pengguna untuk menonton, berinteraksi, dan menggunakan platform tersebut sebagai sumber informasi sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan temuan (Nasution, 2018) yang mengamati bahwa KISS FM Radio bukan lagi stasiun radio tradisional yang hanya berfokus pada penyebaran informasi. Sebaliknya, stasiun ini telah memperluas kehadirannya di platform media sosial seperti YouTube menjadi sebuah strategi yang bertujuan untuk mempertahankan audiensnya, khususnya remaja. Kutipan ini menyoroti bagaimana media berevolusi menjadi ruang ketergantungan baru bagi generasi muda, di mana kebutuhan informasi dan hiburan mereka dipenuhi melalui media digital yang interaktif dan serba cepat.

Hal ini juga diperkuat oleh (Anshori, 2018) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa konsumsi media yang berulang dan intensif dapat memengaruhi persepsi dan sikap audiens. Dalam konteks penelitian ini, konsumsi konten media sosial yang berlebihan juga dapat membentuk pola perilaku dan preferensi baru dalam berpikir dan berinteraksi.

Oleh karena itu, semakin tinggi kebutuhan seseorang (terutama kebutuhan akan informasi dan hiburan) dan semakin sering mereka melihat konten media sosial seperti TikTok sebagai satu-satunya atau sumber terbaik untuk memenuhi kebutuhan tersebut, semakin besar ketergantungan mereka yang termanifestasi dalam intensitas konsumsi media sosial mereka.

2.4. Definisi *Brain Rot Culture*

Menurut Oxford, *Brain rot* adalah istilah dari mental state dimana penurunan kognitif dari otak terjadi, dikarenakan konsumsi berlebihan konten berkualitas rendah yang dianggap *unchallenging* (Oxford University Press, 2024). Kelebihan konten berkualitas rendah ini juga berdampak negatif pada kesenjangan generasi,

terutama ketika teknologi digital tidak digunakan secara bertanggung jawab. Generasi yang lebih tua juga kesulitan memahami generasi yang lebih muda, karena kelebihan informasi membuat akses ke pengetahuan menjadi lebih sulit.

Konsep *Brain Rot* pertama kali muncul pada tahun 1854. Namun, seiring waktu, maknanya telah berkembang untuk mengatasi masalah kontemporer yang mendesak. Pada tahun 1960-an, istilah *Brain Rot* digunakan dalam perawatan kesehatan untuk menggambarkan gangguan mental tertentu. Pada tahun-tahun berikutnya, seiring perangkat elektronik memainkan peran yang semakin penting dalam kehidupan masyarakat, muncul kekhawatiran bahwa televisi, khususnya, berkontribusi pada kerusakan otak, yang memicu perdebatan luas (Eliot, 2024). Efek berbahaya dari konsumsi online yang berlebihan, seperti kecemasan, gangguan kognitif, dan keputusasaan, semakin menjadi fokus penelitian. Para ilmuwan semakin berkonsentrasi pada pemahaman penyebab perilaku ini dan menilai konsekuensinya yang luas (İdiküt Özpençe, 2024).

Istilah *brain rot* telah mendapatkan popularitas di era digital, khususnya dalam dua belas bulan terakhir. Awalnya populer terutama di platform media sosial seperti TikTok dan di kalangan Generasi Z dan Alpha, istilah *brain rot* kini menemukan penerapan yang lebih luas, misalnya, dalam jurnalisme arus utama, mengingat kekhawatiran publik tentang konsekuensi negatif dari konsumsi online yang berlebihan. Pada tahun 2024, *brain rot* digunakan untuk menggambarkan penyebab dan konsekuensi dari fenomena ini. Ini merujuk pada konten berkualitas rendah dan bernilai rendah di media sosial dan internet, serta efek negatif yang dihasilkan pada individu dan masyarakat.

Platform seperti Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, dan Twitter secara signifikan berkontribusi terhadap gangguan perhatian defisit hiperaktif (ADHD). Pada tahun 2023, platform video pendek seperti TikTok dan Instagram Reels secara gabungan melampaui dua miliar pengguna. Istilah *brain rot* semakin populer di media sosial, khususnya di TikTok, di kalangan pengguna Generasi Z dan Alpha. Penggunaannya meningkat sebesar 230% antara tahun 2023 dan 2024 (Çeber & Sorumlu, 2025).

Proses kerusakan otak tidak terjadi secara tiba-tiba tetapi bertahap dan progresif. Beberapa peneliti berpendapat bahwa kerusakan otak adalah fenomena kognitif yang dapat dibalik melalui strategi restrukturisasi yang tepat. Yang lain berpendapat bahwa itu adalah bentuk degenerasi fisik yang tidak dapat dipulihkan yang pada akhirnya menyebabkan penurunan permanen dalam kemampuan kognitif (Eliot, 2024).

Studi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital jangka panjang dapat mengubah struktur dan fungsi otak dan berpotensi menyebabkan berbagai gangguan kognitif. Kecanduan internet dikaitkan dengan penurunan kepadatan materi abu-abu di lobus frontal, area yang bertanggung jawab untuk pengambilan keputusan dan pengendalian impuls. Perubahan struktural ini dapat berdampak signifikan pada mereka yang terpengaruh (Chen et al., 2023).

Konten digital yang serba cepat, interaktif, dan menarik seperti TikTok kemungkinan menyebabkan stimulasi berlebihan, yang pada gilirannya mengganggu konsentrasi. Stimulasi berlebihan ini membuat mereka yang terpengaruh lebih mudah teralihkan, menyulitkan mereka untuk berkonsentrasi

dalam waktu lama, dan menghambat pembelajaran dan interaksi sosial (Apik Lestari & Zikrinawati, 2024).

2.5. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas adalah ukuran kekuatan perhatian dan minat yang ditunjukkan seseorang dengan frekuensi atau durasi tertentu. Hal ini dapat ditentukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Frekuensi mengacu pada jumlah atau frekuensi penggunaan suatu elemen dalam periode waktu tertentu. Durasi, di sisi lain, mengacu pada waktu yang dihabiskan seseorang untuk suatu aktivitas (Ningsih, 2021). Intensitas penggunaan media sosial ditentukan oleh waktu yang dihabiskan seseorang di media sosial dan jumlah kontak yang dilakukan selama waktu tersebut Hasibuan, 2019 dalam (Abidah & Maryam, 2024).

Intensitas penggunaan media sosial terdiri dari empat dimensi, termasuk perhatian. Perhatian adalah aktivitas pilihan seseorang saat mengakses media sosial dan menentukan minat mereka terhadap konten yang berkaitan dengan media sosial. Aktivitas ini memberi mereka kesenangan dan mempertahankan perhatian mereka dalam jangka panjang. Kedua, apresiasi itu penting, yaitu kebutuhan untuk memahami dan menyerap informasi yang dapat dinikmati sebagai pengalaman pribadi. Orang ingin meniru, mempraktikkan, dan bahkan dipengaruhi oleh konten dari media sosial dalam kehidupan nyata. Faktor penting lainnya adalah durasi, yang berarti jangka waktu terjadinya suatu situasi.

Kategori referensi untuk pengukuran berkelanjutan adalah: Tinggi: ≥ 3 jam/hari. Rendah: 1-3 jam per hari. Dan frekuensi adalah suatu tindakan yang diulang-ulang secara disengaja atau tidak disengaja. Frekuensi ini menunjukkan

sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau waktu. Kategori metrik adalah: Tinggi: ≥ 4 kali/hari. Rendah: 1-4 kali/hari (Abidah & Maryam, 2024).

Dengan meningkatnya intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, pola interaksi manusia terlihat berubah di berbagai bidang kehidupan sosial. Media sosial telah secara signifikan mengubah perspektif dan cara berkomunikasi orang. Namun, kehadirannya juga dapat menciptakan kesenjangan dalam komunikasi interpersonal. Pengembangan berkelanjutan dan pengenalan fitur-fitur menarik membuat pengguna tetap aktif di media sosial.

Media sosial telah membuat hubungan interpersonal kurang efektif dibandingkan sebelumnya, yang mengakibatkan penurunan keterampilan komunikasi. Fenomena ini menyebabkan kurangnya pertimbangan dan membuat orang menjadi antisosial, karena mereka lebih aktif secara online daripada dalam interaksi kehidupan nyata. Shannon Papito, seorang psikolog di Baylor Medical University di Dallas, menjelaskan bahwa orang yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial menjadi terasing dari kehidupan nyata dan pada akhirnya merasa terisolasi dari diri mereka sendiri (Ningsih, 2021).

Dalam penelitian ini, intensitas penggunaan didefinisikan sebagai durasi dan frekuensi penggunaan TikTok yang tinggi dan mewakili transisi logis antara dua teori yaitu teori penggunaan dan kepuasan serta teori ketergantungan media. Teori penggunaan dan kepuasan menekankan bahwa pengguna TikTok secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, sementara teori ketergantungan menyatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada suatu media, semakin besar ketergantungannya.

Intensitas yang dihasilkan oleh kecanduan ini secara tidak langsung menyebabkan pengguna mengalami fenomena konten *brain rot*. Fenomena ini dapat dipahami sebagai konsekuensi dari media yang memprioritaskan intensitas penggunaan dan waktu menonton. Konten yang dapat merusak otak seperti itu biasanya terdiri dari informasi yang terfragmentasi, dipenuhi dengan efek audio visual yang berlebihan, dan menyajikan konten yang singkat atau tidak relevan. Semua ini dirancang untuk menawarkan kepuasan atau hiburan instan sehingga pengguna terus duduk di depan layar.

2.6. Definisi Daya Konsentrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsentrasi adalah pemfokusan perhatian atau pikiran pada hal tertentu. Dalam psikologi, konsentrasi didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengarahkan seluruh aktivitas mental dan fisiknya ke satu objek, tugas, atau ide selama periode waktu tertentu, dengan mengabaikan semua rangsangan yang mengganggu. Pemahaman tentang konsentrasi ini menjadi penting ketika mempertimbangkan pentingnya mempertahankan perhatian dalam berbagai aktivitas yang membutuhkan fokus dan konsentrasi yang berkelanjutan, seperti dalam konteks kehidupan siswa, khususnya ketika menyelesaikan tugas, berpartisipasi dalam kegiatan akademik, dan memahami materi yang menuntut perhatian penuh.

Mahasiswa yang mampu berkonsentrasi selama kelas memfokuskan perhatian mereka pada satu objek. Konsentrasi sangat penting untuk pembelajaran guna memastikan mahasiswa memahami materi yang disampaikan. Kemampuan untuk mempertahankan konsentrasi ini sangat dipengaruhi oleh rentang perhatian, yang

menentukan berapa lama seseorang dapat berkonsentrasi pada suatu aktivitas tanpa mudah terganggu..

Istilah rentang perhatian (*attention span*) merujuk pada kemampuan seseorang untuk memusatkan perhatian secara berkelanjutan terhadap suatu stimulus dalam rentang waktu tertentu (Fakomogbon & Olalekan Bolaji, 2017). Studi dan laporan menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki rentang perhatian yang lebih pendek daripada generasi sebelumnya. Salah satu faktor yang mungkin berkontribusi adalah kebiasaan mengonsumsi konten pendek dan cepat, seperti yang terlihat dalam budaya *scrolling* (Tsani et al., 2025).

Pola ini sangat terlihat di kalangan pengguna TikTok. Mereka terus-menerus dibombardir dengan konten pendek, yang menggoda mereka untuk berpindah-pindah antara berbagai konten. Hal ini selanjutnya mengganggu kemampuan mereka untuk mempertahankan perhatian dalam jangka waktu yang lama. Fenomena ini telah menyebabkan pergeseran dari konsumsi informasi mendalam ke perhatian yang cepat, selektif, dan terfragmentasi (Ridha, 2024).

Daya Konsentrasi adalah variabel multidimensi yang mencakup fungsi kognitif kompleks dan bukan sekadar durasi menatap suatu objek. Kerentanan konsentrasi, khususnya di kalangan mahasiswa di era *Brain Rot Culture* tidak hanya terletak pada kemampuan mereka untuk fokus tetapi juga pada kapasitas mereka untuk mengelola gangguan dan menahan godaan notifikasi. Setidaknya ada dua dimensi utama yang relevan untuk mengukur dampak konsumsi konten digital terhadap prestasi akademik mahasiswa:

a. Fokus Selektif (*Selective Attention*)

Fokus selektif adalah kemampuan untuk menerima banyak rangsangan sambil berkonsentrasi pada satu tujuan dan menghindari gangguan dari rangsangan yang tidak relevan. Hal ini menggarisbawahi kebutuhan untuk menyelesaikan tugas dengan benar (Rifatil Muna et al., 2023). Fokus selektif sangat membantu mahasiswa dalam menghindari kelebihan informasi, yang dapat menyebabkan kebingungan dan kesulitan berkonsentrasi. Dalam konteks akademik, fokus selektif yang baik mendukung kemampuan untuk mengidentifikasi rangsangan penting dan menarik perhatian serta menyaring rangsangan yang tidak penting Barkley , 2018 dalam (Rifatil Muna et al., 2023).

b. Fokus Berkelanjutan (*Sustained Attention*)

Fokus berkelanjutan adalah kemampuan seseorang untuk mempertahankan fokus pada stimulus tertentu dalam jangka waktu yang lama, menahan gangguan internal dan eksternal (I. Posner & E. Petersen, 1990). Konsep ini mirip dengan kewaspadaan, yang menggambarkan kesiapan mental untuk merasakan perubahan atau sinyal yang jarang terjadi di lingkungan (F. Mirsky et al., 1991).

Dalam konteks pembelajaran, fokus berkelanjutan adalah kemampuan kognitif penting yang membantu mahasiswa mempertahankan perhatian yang konsisten. Kemampuan ini berkontribusi pada akurasi dan kecepatan saat menyelesaikan tugas-tugas yang kompleks dan memakan waktu. Fokus berkelanjutan juga membantu mahasiswa mencegah hilangnya perhatian dari waktu ke waktu dan mempertahankan konsentrasi, sehingga mencegah penurunan kualitas kinerja. Studi lain menunjukkan bahwa kemampuan seseorang untuk mempertahankan konsentrasi dipengaruhi oleh fluktuasi perhatian. Tidak jarang seseorang awalnya

merasa sepenuhnya fokus dan kemudian melayang ke lamunan dan menjadi bingung. Perhatian berkelanjutan tidak hanya berarti tetap fokus, tetapi juga secara aktif mengelola proses energi dan pikiran yang cepat lelah (Esterman & Rothlein, 2019). Kemampuan ini sangat penting di era digital, karena mahasiswa teralihkan oleh aktivitas lain hampir setiap beberapa menit, yang secara bertahap mengurangi kapasitas mereka untuk konsentrasi jangka panjang.

2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai jawaban (dugaan) sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan sebelumnya. Hipotesis ini didasarkan pada kerangka berpikir teoritis yang merangkum hubungan antara variabel independen (Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial) dan variabel dependen (Daya Konsentrasi).

Berdasarkan kajian literatur mengenai model komunikasi khususnya teori *Uses and Gratifications* (yang mengasumsikan pengguna aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan) dan konsep kognitif tentang Daya Konsentrasi (*Sustained Attention*), penelitian ini menguji dampak dari kebiasaan konsumsi digital yang cepat dan intensif.

Fenomena *brain rot* diasumsikan menciptakan lingkungan digital yang terus menerus memberikan stimulus cepat dengan usaha kognitif yang rendah. Kondisi seperti ini diduga membuat kemampuan mahasiswa untuk mempertahankan fokusnya menjadi menurun.

Oleh karena itu, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial dengan Daya Konsentrasi pada Mahasiswa FISIP UMA.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial dengan Daya Konsentrasi pada Mahasiswa FISIP UMA.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

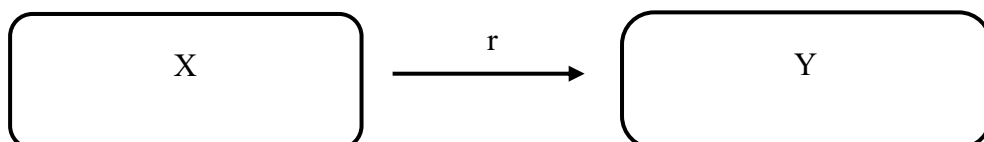
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena menguji hipotesis yang dirumuskan melalui pengumpulan data numerik (hasil kuesioner) dan analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2013), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berbasis positivisme yang digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deksriptif korelasional karena menggambarkan dan mengukur hubungan antara dua variabel dengan menggunakan koefisien korelasinya. Variabel dalam penelitian ini adalah intensitas konsumsi konten media sosial dan konsentrasi pengguna.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka yang dijadikan landasan dalam suatu penelitian. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: olahan peneliti, 2026

Keterangan:

X : Intensitas konsumsi konten media sosial (tiktok)

Y : Daya konsentrasi mahasiswa

r : Hubungan antar variabel

3.3. Definisi Konsep

Berdasarkan kerangka konsep yang telah dipaparkan, maka diperlukan definisi konseptual. Adapun definisi konsep pada penelitian ini adalah:

a. Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial (Variabel X)

Intensitas konsumsi konten media sosial dalam penelitian ini didefinisikan melalui tingkat frekuensi, durasi waktu, serta keterlibatan kognitif mahasiswa dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten video berdurasi pendek (*shortform content*) di platform TikTok.

b. Daya Kosentrasi Mahasiswa (Variabel Y)

Daya konsentrasi atau *Sustained Attention* didefinisikan sebagai kemampuan kognitif fundamental yang dimiliki oleh mahasiswa untuk secara aktif mempertahankan perhatian atau fokus pada suatu stimulus, tugas, atau aktivitas tertentu dalam jangka waktu yang lama, sambil secara efektif menahan diri dari distraksi internal maupun eksternal.

c. Fenomena *Brain Rot*

Brain Rot dalam penelitian ini adalah fenomena budaya konsumsi digital yang terbentuk dari paparan berlebihan terhadap konten media sosial yang bersifat cepat, singkat, dan seringkali tidak memiliki nilai edukasi tinggi (disebut juga *low-effort content*). Penelitian ini menggunakan konteks *Brain Rot Culture* sebagai dasar

pemikiran untuk menguji dampak negatif yang dihipotesiskan dari intensitas konsumsi konten TikTok terhadap Daya Konsentrasi Mahasiswa.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah tahapan untuk menjembatani antara konsep teoritis dengan realitas yang dapat diukur di lapangan. Dalam konteks penelitian ini, Definisi Operasional akan menguraikan:

Tabel 3.1 Indikator Penilaian

Variabel	Definisi Operasional (pengukuran)	Indikator	Skala
Intensitas konsumsi konten media sosial (X)	Tingkat kebiasaan dan ketergantungan Mahasiswa Fisip UMA semester 7 dalam mengakses, menonton, dan berinteraksi dengan konten video pendek (<i>short form video</i>) di aplikasi tiktok, yang diukur dari aspek waktu yang dihabiskan dan seberapa sering mereka mengaksesnya	1) Frekuensi Akses (<i>Frequency</i>) : Jumlah rata rata berapa kali mahasiswa membuka dan menggunakan aplikasi Tiktok dalam satu hari 2) Durasi Penggunaan (<i>Duration</i>): Jumlah rata rata waktu yang dihabiskan mahasiswa dalam sekali atau total dalam satu hari menggunakan tiktok	Likert 1-5

			3) Perhatian (<i>Attention</i>): Tingkat fokus dan kondisi yang berkelanjuta n terhadap konten tiktok.	
			4) Ketergantun gan (<i>Dependenc y</i>): Tingkat dorongan kuat untuk membuka Tiktok	

Daya konsentrasi mahasiswa (Y)	Kemampuan Mahasiswa semester 7 dan mempertahankan (fokus) mereka pada tugas akademik	kognitif Fisip UMA memusatkan perhatian	1) Fokus Selektif (<i>Selective Attention</i>): Kemampua n memilah dan memusatka n perhatian pada kegiatan akademik yang relevan serta menahan diri dari distraksi lain.	Likert 1-5
			2) Fokus Berkelanjut an (<i>Sustained Attention</i>): Kemampua n mempertaha nkan fokus yang	

membutuhk
an waktu
lama

- 3) Manajemen
Distraksi:
Respon dan
upaya yang
dilakukan
mahasiswa
untuk
menahan
diri dari
gangguan
lain
(distraksi
smartphone
)
-

Sumber: olahan peneliti, 2026

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa FISIP Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMA) yang berada di Semester 8 tahun akademik 2022. Alasan pemilihan Semester 8 adalah karena pada semester ini mahasiswa berada pada fase kritis dalam penyelesaian tugas akhir (skripsi) yang menuntut fokus dan konsentrasi tinggi, sehingga efek dari konsumsi media sosial dapat teramati dengan jelas. Adapun jumlah populasi Mahasiswa FISIP UMA Semester 8 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Fisip UMA Semester 8

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Semester 8
1.	Ilmu Komunikasi	180
2.	Administrasi Publik	73
3.	Ilmu Pemerintahan	21
Total Populasi		274

Sumber : Direktori Mahasiswa UMA (<https://dirmahasiswa.uma.ac.id/index.php>)

Sampel adalah bagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti dan diambil sebagai sumber data serta dapat mewakili seluruh populasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 73 orang, penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi atau nilai presisi sebesar 10% (0,10). Penggunaan nilai presisi 10% ini didasarkan pada pertimbangan keterbatasan waktu dan tenaga peneliti, namun tetap dianggap mampu mewakili populasi yang ada.

Adapun model perhitungan dengan menggunakan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Nilai presisi (batas ketelitian) 6% atau 0,06

$$n = \frac{274}{1 + 274(0,10)^2}$$

$$n = \frac{274}{1 + (2,74)}$$

$$n = \frac{274}{3,74}$$

$$n = 73,2$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel sebanyak 73,2 responden. Namun untuk memudahkan penelitian, peneliti membulatkan jumlah tersebut menjadi 73 responden.

Kriteria-kriteria yang ditetapkan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa Aktif FISIP UMA Semester 8 Angkatan 2022.
2. Merupakan pengguna aktif platform media sosial TikTok (minimal memiliki akun dan rutin mengakses konten minimal 1 kali per hari).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). *Purposive sampling* dilakukan dengan cara menentukan kriteria khusus atau pertimbangan karakteristik tertentu terhadap sampel atau subjek penelitian yang akan diteliti.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang sangat penting dalam penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data yang relevan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu:

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini akan disusun berdasarkan operasionalisasi variabel penelitian dengan pengukuran menggunakan skala likert yang terdiri dari lima pernyataan, dengan rentang jawaban dari "Sangat Setuju" hingga "Sangat Tidak Setuju", dan setiap jawaban diberi nilai tertentu.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen tertulis yang relevan dengan penelitian. teknik ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder yang mendukung, seperti data populasi, data akademik, dan kerangka teori dari berbagai sumber.

3.7. Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, selanjutnya data diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

3.7.1. Uji Instrumen

Sebelum mendistribusikan kuesioner kepada sampel sebenarnya (73 responden), peneliti terlebih dahulu melakukan uji instrumen dengan 30 responden yang menunjukkan karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Hal ini bertujuan untuk menentukan validitas dan reliabilitas pernyataan yang diajukan. Uji instrumen dilakukan untuk memastikan butir pernyataan layak digunakan dan dapat disebar. Dari 30 responden tersebut kemudian uji instrumen dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji Validitas (Ketepatan)

Untuk menguji apakah setiap pertanyaan (item) dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas kusioner dapat dinyatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kusioner dapat digunakan sebagai perantara untuk mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 (Sugiyono, 2013).

b. Uji Reliabilitas (Konsistensi)

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kusioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach, apabila suatu variable menunjukkan nilai Alpha Cronbach >0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur.

3.7.2. Uji Statistik Deskriptif

bertujuan untuk memberikan ringkasan yang jelas dan sistematis mengenai data yang sudah terkumpul, yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness. Dengan menganalisis data tahap awal yang memberikan pemahaman dasar tentang subjek penelitian dan variabel penelitian. Dalam bagian ini, digunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

- *P*: Persentase.
- *f*: Frekuensi (jumlah orang per kategori).

- n : *Number of cases* (total seluruh responden kamu).
- 100%: Konstanta untuk mengubah angka desimal menjadi persen.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov bertujuan untuk apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Rahmatih et al., 2020).

b. Uji Linieritas

Uji ini bertujuan untuk membuktikan bahwa hubungan antara variabel X (Intensitas Konsumsi) dan Y (Daya Konsentrasi) berbentuk garis lurus (linier). Hal ini dicek untuk memastikan model regresi yang akan digunakan relevan. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity*. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai Significance pada Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas (Intensitas TikTok) dan variabel terikat (Daya Konsentrasi) terdapat hubungan yang linear

3.7.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari melihat hubungan antar variabel, melakukan pemodelan linear, hingga menentukan signifikansi pengaruh untuk menjawab hipotesis penelitian. Adapun tahapan analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Uji Korelasi Pearson

Uji Korelasi Pearson Product Moment bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Jenis hubungan antar variabel X (intensitas konsumsi konten media sosial) dan variabel Y (daya konsentrasi) dapat bersifat positif dan negatif. Kekuatan hubungan korelasi (r) berkisar antara 0 sampai 1. Kriteria kekuatan hubungan adalah sebagai berikut:

0,00 – 0,199 : Sangat Lemah

0,20 – 0,399 : Lemah

0,40 – 0,599 : Cukup Kuat

0,60 – 0,799 : Kuat

0,80 – 1,000 : Sangat Kuat

b. Uji Analisis Regresi

Analisis regresi bertujuan untuk menjelaskan atau memodelkan hubungan antarvariabel. Apabila dalam analisis korelasi dicari arah dan kuatnya hubungan antarvariabel, maka analisis regresi merupakan analisis lanjutan yang digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh hubungan dari tiap variabel (Kurniawan & Yuniarto, 2016). Dalam analisis ini juga dilakukan uji Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

c. Uji Signifikansi (Uji t)

Bagian ini adalah bagian akhir dari uji hipotesis, Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai S_{ig} dengan taraf signifikansi 0,05

- Jika nilai $S_{ig} < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak (Artinya ada pengaruh signifikan).
- Jika nilai $S_{ig} > 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima (Artinya tidak ada pengaruh signifikan)

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan FISIP Universitas Medan Area (UMA). Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama bulan Januari hingga Maret 2026.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (FISIP UMA) di Jalan Kolam No. 1, Medan Estate, Percut Sei Tuan. Lokasi ini dipilih karena mahasiswa FISIP UMA angkatan 2022 merupakan pengguna media sosial yang aktif, yang relevan dengan topik penelitian intensitas TikTok.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) merupakan salah satu fakultas di Universitas Medan Area yang didirikan untuk mencetak lulusan yang profesional di bidang sosial dan politik. Saat ini, FISIP UMA memiliki tiga Program Studi (Prodi) jenjang Sarjana (S1), yaitu:

1. Ilmu Komunikasi
2. Administrasi Publik
3. Ilmu Pemerintahan

Ketiga program studi tersebut telah terakreditasi oleh BAN-PT, yang menunjukkan kualitas penyelenggaraan pendidikan yang baik.

Objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif FISIP UMA Angkatan 2022. Mahasiswa pada angkatan ini rata-rata berada pada rentang usia produktif yang memiliki keterikatan tinggi dengan penggunaan smartphone dan aplikasi hiburan digital. Karakteristik mahasiswa angkatan 2022 di FISIP UMA dinilai heterogen karena berasal dari berbagai latar belakang daerah dan program studi, namun

memiliki kesamaan dalam penggunaan aplikasi TikTok sebagai sarana informasi dan hiburan sehari-hari.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik dokumentasi berdasarkan identitas yang diisi oleh responden pada form kuesioner. Data dokumentasi ini mencakup jenis kelamin, usia, dan program studi guna memberikan gambaran umum mengenai subjek penelitian yang terlibat. Adapun distribusi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (100%)
1.	Laki-laki	23	31,5%
2.	Perempuan	50	68,5%
	Total	73	100%

Sumber: Olahan Data Primer (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.1** di atas, dapat diketahui bahwa dari total 73 responden, mayoritas berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 50 orang atau sebesar 68,5% sedangkan responden berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 23 orang atau sebesar 31,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan angkatan 2022 di FISIP UMA lebih dominan dan responsif dalam berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini.

Selain ditinjau dari aspek jenis kelamin, karakteristik responden dalam penelitian ini juga dikelompokkan berdasarkan rentang usia. Hal ini dilakukan untuk melihat keberagaman profil responden mahasiswa angkatan 2022 yang

menjadi objek penelitian. Adapun distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Frekuensi (f)	Persentase (100%)
1.	< 21 Tahun	8	11%
2.	21 – 22 Tahun	53	72,6%
3.	23 – 24 Tahun	12	16,4%
	Total	73	100 %

Sumber: Olahan Data Primer (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.2**, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21 – 22 tahun yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 72,6%. Hal ini sejalan dengan profil responden yang merupakan mahasiswa angkatan 2022 (Semester 8) yang secara umum berada pada rentang usia tersebut. Sebaran usia ini menunjukkan bahwa responden berada pada tahap dewasa awal yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang cukup tinggi dalam aktivitas sehari-hari.

Selanjutnya, gambaran mengenai profil responden juga ditinjau berdasarkan asal Program Studi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa sampel penelitian mencakup seluruh program studi yang ada di FISIP UMA bagi mahasiswa semester akhir. Distribusi datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Frekuensi (f)	Persentase (100%)
1.	Ilmu Komunikasi	29	39,8%
2.	Administrasi Publik	22	30,1%
3.	Ilmu Pemerintahan	22	30,1%
	Total	73	100%

Sumber: Olahan Data Primer (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.3** di atas, dapat diketahui bahwa responden paling banyak berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi yaitu sebanyak 29 orang (39,8%), diikuti oleh Program Studi Administrasi Publik sebanyak 22 orang (30,1%), dan Program Studi Ilmu Pemerintahan sebanyak 22 orang (30,1%). Sebaran data ini menunjukkan bahwa penelitian telah mencakup seluruh program studi yang ada di FISIP UMA, sehingga data yang diperoleh dapat merepresentasikan populasi mahasiswa angkatan 2022 secara menyeluruh

4.1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Sebelum mengumpulkan data primer dari 73 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrument (*pilot test*) dengan 30 mahasiswa diluar sampel utama namun memiliki karakteristik serupa. Uji coba ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

A. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan pada Bab 3, butir pernyataan dikatakan valid apabila memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05. Hasil pengujian validitas terhadap 30 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Intensitas TikTok)

Item Pernyataan (X)	Nilai Sig. (2-tailed)	Batas Alpha	Keterangan
X1	0,002	<0,05	Valid
X2	0,001	<0,05	Valid
X3	0,199	<0,05	Gugur
X4	0,000	<0,05	Valid
X5	0,006	<0,05	Valid
X6	0,003	<0,05	Valid
X7	0,019	<0,05	Valid
X8	0,006	<0,05	Valid

X9	0,000	<0,05	Valid
X10	0,000	<0,05	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.4** di atas, dapat diketahui bahwa dari 10 butir pernyataan untuk variabel X, terdapat 9 butir pernyataan yang memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 sehingga dinyatakan Valid. Namun, pada butir pernyataan X3, nilai signifikansi menunjukkan angka 0,199 yang mana lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, item X3 dinyatakan gugur dan tidak dilibatkan dalam analisis data selanjutnya.

Setelah melakukan pengujian pada variabel Intensitas Konsumsi Konten TikTok (X), selanjutnya peneliti melakukan uji validitas terhadap variabel Daya Konsentrasi (Y). Sama halnya dengan variabel sebelumnya, pengujian ini dilakukan kepada 30 responden dengan kriteria kevalidan yaitu nilai Sig. (2-tailed) < 0,05

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Daya Konsentrasi)

Item Pernyataan (Y)	Nilai Sig. (2-tailed)	Batas Alpha	Keterangan
Y1	0,000	<0,05	Valid
Y2	0,002	<0,05	Valid
Y3	0,001	<0,05	Valid
Y4	0,003	<0,05	Valid
Y5	0,000	<0,05	Valid
Y6	0,000	<0,05	Valid
Y7	0,001	<0,05	Valid
Y8	0,000	<0,05	Valid
Y9	0,000	<0,05	Valid
Y10	0,000	<0,05	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.5** di atas, dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan (Y1 sampai Y10) untuk variabel Daya Konsentrasi memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan untuk variabel Y dinyatakan Valid dan dapat digunakan untuk pengumpulan data selanjutnya.

B. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah semua pernyataan dalam variabel X dan Y dinyatakan valid, kecuali pada butir pernyataan X3. Langkah selanjutnya yaitu dilakukan uji reliabilitas, tujuan uji reliabilitas adalah untuk menentukan konsistensi instrumen penelitian ketika diadministrasikan dua kali atau lebih menggunakan instrumen yang sama dan gejala yang sama. Kriteria keputusan untuk uji reliabilitas ini adalah bahwa instrumen dianggap reliabel atau konsisten jika nilai alpha Cronbach $>0,60$. Hasil uji reliabilitas untuk kedua variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
Intensitas Konsumsi TikTok (X)	0,722	$>0,60$	Reliabel
Daya Konsentrasi (Y)	0,851	$>0,60$	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.6** di atas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Intensitas Konsumsi Konten TikTok (X) adalah sebesar 0,722 dan untuk variabel Daya Konsentrasi (Y) adalah sebesar 0,851. Karena kedua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner ini dinyatakan Reliabel atau konsisten untuk digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Meskipun hasil uji reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi dengan menyertakan seluruh item, namun berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya, butir pernyataan X3 tetap tidak digunakan dalam tahap

pengumpulan data utama kepada 73 responden guna menjaga kualitas data penelitian

4.1.4 Deskripsi Data Penelitian

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Medan Area (UMA). Berdasarkan data yang terkumpul, terdapat 108 responden yang berpartisipasi. Namun, peneliti melakukan tahap penyaringan (*screening*) berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk menjaga validitas data penelitian. Dari total responden tersebut, ditemukan 15 orang yang menyatakan tidak menggunakan aplikasi TikTok dan 20 orang lainnya tidak memenuhi kriteria sebagai mahasiswa aktif semester 8.

Oleh karena itu, setelah dilakukan proses eliminasi terhadap responden yang tidak memenuhi persyaratan tersebut, maka diperoleh sebanyak 73 responden yang dinyatakan memenuhi seluruh kriteria *screening* dan layak untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Deskripsi data penelitian ini memberikan gambaran umum tentang jawaban responden terhadap variabel yang diteliti yaitu intensitas penggunaan TikTok (X) dan daya konsentrasi (Y). Untuk mempermudah interpretasi data, peneliti juga memberikan nilai rata-rata (*mean*) untuk setiap pernyataan guna menentukan tingkat setiap variabel. Adapun kriteria penilaian rata-rata (*mean*) ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Kriteria Interpretasi Skor

Rentang Skor	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Olahan Data Peneliti (2026)

A. Variabel Intensitas Konsumsi Konten TikTok (X)

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 73 responden, berikut adalah distribusi jawaban untuk variabel intensitas konsumsi konten tiktok (X):

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel X

No	Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
1.	X1	0	0	4,1%	56,2%	39,7%	4,36
2.	X2	1,4%	8,2%	13,7%	47,9%	28,8%	3,95
3.	X3	2,7%	2,7%	17,8%	49,3%	27,4%	3,96
4.	X4	0	4,1%	17,8%	47,9%	30,1%	4,04
5.	X5	0	0	2,7%	42,5%	54,8%	4,52
6.	X6	0	6,8%	12,3%	38,4%	42,5%	4,16
7.	X7	0	5,5%	12,3%	57,5%	24,7%	4,01
8.	X8	0	0	2,7%	52,1%	45,2%	4,42
9.	X9	1,4%	4,1%	16,4%	46,5%	31,5%	4,03
Total Rata-Rata							4,16

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan kriteria interpretasi skor pada **Tabel 4.7**, dapat diketahui bahwa rata-rata total untuk variabel X adalah sebesar 4,16%, yang berarti Intensitas Konsumsi Konten TikTok pada responden berada dalam kategori Sangat Tinggi.

Adapun berdasarkan hasil analisis deskriptif pada **Tabel 4.8**, dapat diketahui bahwa secara umum responden memiliki tingkat intensitas konsumsi TikTok yang Tinggi. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas responden memberikan jawaban

'Setuju' dan 'Sangat Setuju' pada hampir seluruh butir pernyataan. Salah satu temuan mencolok terdapat pada butir X5, di mana sebanyak 54,8% responden menyatakan Sangat Setuju bahwa sering membuka aplikasi TikTok secara refleks setiap kali merasa bosan atau sedang menunggu sesuatu, yang menunjukkan dorongan kuat penggunaan media sosial tersebut di kalangan mahasiswa.

B. Variabel Daya Konsentrasi (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 73 responden, berikut adalah distribusi jawaban untuk variabel daya konsentrasi (Y):

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Y

No	Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
1.	Y1	1,4%	19,2%	27,4%	34,2%	17,8%	3,48
2.	Y2	1,4%	12,3%	15,1%	45,2%	26,0%	3,82
3.	Y3	0	9,6%	21,9%	39,7%	28,8%	3,88
4.	Y4	0	5,5%	12,3%	57,5%	24,7%	4,01
5.	Y5	0	4,1%	21,9%	45,2%	28,8%	3,99
6.	Y6	1,4%	8,2%	19,2%	50,7%	20,5%	3,81
7.	Y7	0	1,4%	15,1%	52,1%	31,5%	4,14
8.	Y8	1,4%	8,2%	16,4%	49,3%	24,7%	3,88
9.	Y9	2,7%	9,6%	20,5%	42,5%	24,7%	3,77
10.	Y10	0	9,6%	19,2%	54,8%	16,4%	3,78
Total Rata-Rata							3,85

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.9**, dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden terhadap variabel Daya Konsentrasi (Y) secara keseluruhan berada pada kategori yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai rata-rata (mean) untuk variabel Y sebesar 3,85%.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Medan Area (UMA) yang menjadi responden memiliki tingkat daya konsentrasi yang tinggi di tengah paparan konten media sosial. Secara spesifik, indikator yang

memberikan kontribusi paling besar terhadap variabel ini adalah poin pernyataan bahwa responden merasa lebih nyaman menerima informasi dalam bentuk poin-poin singkat daripada penjelasan paragraf yang panjang. dengan rata-rata sebesar 4,14% yang mengindikasikan bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan tersebut.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Non-parametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

Variabel	N	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Intensitas Konsumsi TikTok (X)	73	0,173	0,000	Tidak Normal
Daya Konsentrasi (Y)	73	0,190	0,000	Tidak Normal

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.10** di atas, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,000. Secara statistik, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal secara asimtotik.

Namun, mengingat jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 73 responden, maka peneliti merujuk pada Central Limit Theorem (Teori Limit Pusat).

Menurut teori ini, apabila ukuran sampel cukup besar ($n > 30$) maka asumsi normalitas dapat diabaikan karena distribusi sampling akan mendekati distribusi normal. Oleh karena itu, penelitian ini tetap dapat dilanjutkan menggunakan analisis statistik parametrik (Regresi Linear Sederhana) pada uji Hipotesis.

B. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Model yang baik seharusnya memiliki hubungan linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Kriteria dalam uji ini adalah jika nilai *Linearity Significance* $< 0,05$ dan nilai *Deviation from Linearity Significance* $> 0,05$, maka kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Hasil uji linearitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Sig. <i>Deviation from Linearity</i>	Sig. <i>Linearity</i>	Kriteria	Keterangan
Intensitas TikTok (X)	0,006		$> 0,05$	Tidak Linear
Daya Konsentrasi (Y)		0,000	$< 0,05$	Linear

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.11** di atas, diperoleh nilai signifikansi pada baris *Linearity* sebesar **0,000**. Hal ini menunjukkan bahwa secara signifikan terdapat hubungan yang linear antara variabel Intensitas Konsumsi Media Sosial (X) dengan variabel Daya Konsentrasi (Y). Adapun nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* adalah sebesar 0,006. Walaupun nilai tersebut berada di bawah 0,05, namun karena nilai *Linearity* menunjukkan hasil yang sangat signifikan ($< 0,05$)

dan didukung oleh hasil uji regresi yang menunjukkan pengaruh nyata, maka asumsi linearitas dalam penelitian ini tetap dinyatakan terpenuhi untuk dilanjutkan ke analisis berikutnya

4.1.6. Hasil Uji Hipotesis

A. Hasil Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dan arah hubungan antara variabel Intensitas Konsumsi TikTok (X) dengan Daya Konsentrasi Mahasiswa (Y). Hasil uji korelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel		Intensitas Konsumsi TikTok (X)	Daya Konsentrasi (Y)
Intensitas Konsumsi TikTok (X)	<i>Pearson</i>	1	0,534**
	<i>Correlation</i>		
	<i>Sig. (2- tailed)</i>		0,000
	<i>N</i>	73	73
Daya Konsentrasi (Y)	<i>Pearson</i>	0,534**	1
	<i>Correlation</i>		
	<i>Sig. (2- tailed)</i>	0,000	
	<i>N</i>	73	73

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.12**, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas Konsumsi TikTok dengan Daya Konsentrasi Mahasiswa FISIP UMA. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh adalah sebesar 0,534, yang menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel berada pada kategori cukup kuat (berada pada rentang 0,40 – 0,599). Nilai yang positif menunjukkan hubungan yang searah, artinya terdapat kaitan yang nyata antara

tingginya intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan kondisi daya konsentrasi mahasiswa.

B. Hasil Uji Analisis Regresi

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh Intensitas Konsumsi TikTok (X) terhadap Daya Konsentrasi Mahasiswa (Y). Tahapan pengujian ini dilakukan untuk melihat besarnya kontribusi variabel independen serta membuktikan hipotesis penelitian. Adapun hasil pengolahan data sebagai berikut:

1) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,534	0,285	0,275	4,784

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.13**, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Intensitas Konsumsi TikTok (X) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 28,5% terhadap Daya Konsentrasi Mahasiswa (Y). Sedangkan sisanya sebesar 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

2) Hasil Uji Signifikansi (Uji t)

Uji t dilakukan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak dengan melihat signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial

Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi

Model	<i>Unstandardized B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	t	<i>Sig.</i>
(Constant)	9,302	5,522		1,685	0,096
TOTAL X	0,781	0,147	0,534	5,324	0,000

Sumber: Data Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan **Tabel 4.14** di atas, diperoleh nilai koefisien regresi (B) untuk variabel Intensitas TikTok sebesar 0,781. Hal ini menunjukkan arah pengaruh yang positif, yang artinya setiap peningkatan satu satuan pada intensitas konsumsi media sosial, maka akan diikuti dengan peningkatan daya konsentrasi sebesar 0,781. Selain itu nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), **maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.** Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Intensitas Konsumsi TikTok terhadap Daya Konsentrasi Mahasiswa FISIP UMA.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan intensitas penggunaan TikTok terhadap daya konsentrasi mahasiswa FISIP UMA. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis penelitian H_1 diterima. Menariknya, arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif (0,781). Ini berarti bahwa, dalam penelitian ini,

peningkatan intensitas penggunaan TikTok berbanding lurus dengan daya konsentrasi yang dirasakan oleh mahasiswa.

Sekilas, hasil ini tampaknya bertentangan dengan asumsi awal penelitian dan fenomena *brain rot* yang dijelaskan dalam Bab 1. Secara teoritis, konsumsi konten yang singkat, absurd, dan cepat diasumsikan dapat mengganggu konsentrasi. Namun, hasil positif di antara mahasiswa FISIP-UMA kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, adanya bias persepsi diri (*self report bias*), di mana responden cenderung menilai konsentrasi mereka baik meskipun penggunaan konten digital intensif. Kedua, fakta bahwa mahasiswa merupakan audiens aktif memungkinkan mereka menggunakan TikTok tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai alat untuk pengumpulan informasi cepat atau *micro learning*, yang sebenarnya merangsang otak untuk memproses informasi dengan cepat.

Selain itu, hubungan ini juga didukung oleh teori penggunaan dan kepuasan serta teori kecanduan media. Signifikansi yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, baik untuk informasi maupun untuk relaksasi. Sebagai alat relaksasi atau hiburan, TikTok dapat meningkatkan suasana hati dan mengurangi stres akademik. Peningkatan suasana hati setelah mengonsumsi konten TikTok ini dianggap membantu siswa kembali ke kondisi konsentrasi.

Meskipun demikian, arah positif sebesar 28,5% ini tidak serta merta menghilangkan kekhawatiran tentang bahaya *brain rot*. Sebagai seorang peneliti, penulis berpendapat bahwa hasil positif ini bisa jadi merupakan bentuk stimulasi saraf jangka pendek (gairah tinggi) yang dirasakan oleh responden sebagai fokus,

tetapi belum tentu mencerminkan kemampuan untuk konsentrasi mendalam jangka panjang (*deep work*). Sisanya, 71,5%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pola asuh, kondisi lingkungan, motivasi, dan faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru yaitu pengaruh media sosial sangat kompleks dan dapat menghasilkan hasil yang berbeda tergantung pada karakteristik audiens dan pola penggunaan media mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh intensitas konsumsi TikTok terhadap daya konsentrasi mahasiswa FISIP UMA, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dikonfirmasi oleh uji statistik yang menghasilkan tingkat signifikansi 0,000, sehingga memvalidasi hipotesis penelitian. Namun, ditemukan anomali, karena pengaruhnya positif. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini, semakin intensif mahasiswa mengonsumsi konten TikTok, semakin tinggi persepsi konsentrasi mereka.

Selanjutnya, pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kemampuan konsentrasi mahasiswa adalah 28,5%. Meskipun efek ini nyata dan signifikan, persentase ini menunjukkan bahwa TikTok bukanlah satu-satunya faktor yang bertanggung jawab atas kemampuan konsentrasi siswa. Faktor-faktor lain berkontribusi sebesar 71,5% terhadap konsentrasi, seperti kesehatan, lingkungan belajar, dan lain sebagainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, meskipun penggunaan TikTok berkaitan dengan daya konsentrasi mahasiswa, variabel pendukung lainnya memainkan peran yang jauh lebih penting dalam stabilitas konsentrasi secara keseluruhan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang disajikan, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Pertama, bagi mahasiswa disarankan untuk menggunakan TikTok secara bertanggung jawab dan mandiri terkait durasi dan frekuensi penggunaannya. Meskipun penelitian ini menunjukkan pengaruh positif terhadap persepsi konsentrasi, mahasiswa disarankan untuk tidak terjebak dalam pola konsumsi konten dangkal secara terus-menerus dan terus melatih keterampilan konsentrasi mereka untuk mencegah efek negatif jangka panjang dari apa yang disebut *brain rot*.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian mereka dengan menggunakan observasi langsung atau metode eksperimental untuk mengukur konsentrasi guna memperoleh data yang lebih objektif dan menghindari adanya bias penilaian diri (*self report bias*) dari responden. Lebih lanjut, disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan seperti jenis konten yang dikonsumsi (pendidikan vs. hiburan) dan pola tidur untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang sebenarnya memengaruhi konsentrasi mahasiswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, I. M., & Maryam, W. (2024). Intensitas Penggunaan Media Sosial, Loneliness, dan Insecure Pada Remaja. *JURNAL PSIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(1), 193–210. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i1>
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Anshori, A. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 132–144. <https://doi.org/10.30596/ji.v2i2.2091>
- Apik Lestari, C., & Zikrinawati, K. (2024). DAMPAK OVERSTIMULASI KONTEN DIGITAL TERHADAP PEMUSATAN PERHATIAN ANAK. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 198–205. <https://jurnalp4i.com/index.php/paedagogy>
- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Arsyadani Wahyudi, R., Arya Wibawa, F., & Haidar Fadhilah, M. (2024). PENGARUH KONTEN SHORT VIDEO PADA KONDISI PSIKOLOGIS MANUSIA. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 452–463.
- Çeber, B., & Sorumlu, /. (2025). Generative Artificial Intelligence And Brain Rot From An Advertising Perspective. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 15(3), 1162–1177. <https://doi.org/10.7456/tojdac>
- Chen, H., Dong, G., & Li, K. (2023). Overview on brain function enhancement of Internet addicts through exercise intervention: Based on reward-execution-decision cycle. *Frontiers in Psychiatry*, 14, 2–12. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2023.1094583>
- Cross, M. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Network While*.
- Eliot, L. (2024, June 18). *Generative AI And Brain Rot*. <https://www.forbes.com/sites/lanceeliot/2024/06/18/generative-ai-and-brain-rot/>
- Esterman, M., & Rothlein, D. (2019). Models of sustained attention. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 29, pp. 174–180). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.03.005>

- F. Mirsky, A., J. Anthony, B., C. Duncan, C., Beth Ahearn, M., & G. Kellam, S. (1991). Analysis of the elements of attention: A neuropsychological approach. *Neuropsychology Review*, 2, 109–145.
- Fakomogbon, M. A., & Olalekan Bolaji, H. (2017). Effects of Collaborative Learning Styles on Performance of Students in a Ubiquitous Collaborative Mobile Learning Environment. *CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY*, 8(3), 268–279.
- Fauzi, N. A., & Surawan. (2025). TIKTOK BRAIN: EFEK VIDEO PENDEK PADA DAYA KONSENTRASI MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM IAIN PALANGKA RAYA. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 576–587. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i3.5006>
- Hidayat, F. P., Lubis, F. H., Hardiyanto, S., Ananda, F. R., & Anfasa, I. (2023). The Impact of Social Media Use on Adolescents. *International Conference on Communication, Policy and Social Science (InCcluSi 2022)*, 178–183. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7_22
- I. Posner, M., & E. Petersen, S. (1990). The Attention System of the Human Brain. *Annual Review of Neuroscience*, 13, 25–42.
- İdiküt Özpençe, A. (2024). BRAIN ROT: OVERCONSUMPTION OF ONLINE CONTENT (AN ESSAY ON THE PUBLICNESS SOCIAL MEDIA). *JOBIG Journal Of Business, Innovation and Governance*, 48–60.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katz, E., Jay G. Blumler, & Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications Research* (4th ed., Vol. 37). The Public Opinion Quarterly.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *ANALISIS REGRESI: Dasar dan Penerapannya dengan R* (1st ed.). KENCANA.
- Maharani, W., Banowo, E., & Setyarini, E. (2025). PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI KALANGAN GENERASI Z PADA WILAYAH JAKARTA UTARA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 109–119.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 145–156. <https://doi.org/10.30596/ji.v2i2.2094>

- Ningsih, E. (2021). *HUBUNGAN LONELINESS DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA* [Skripsi]. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Oxford University Press. (2024, December 2). 'Brain rot' named Oxford Word of the Year 2024. <https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 1(3), 1–10. <https://doi.org/10.47134/ptk.v1i3.433>
- Rafiq, A. (2020). The impact of social media on social change in a society. *Global Communication*, 1(1), 18–29.
- Rafiq, M. (2012). Dependency theory : Melvin L. Defleur dan Sandra Ball Rokeach. *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(1), 1–13.
- Rahmatih, A. N., Fauzi, A., & Ermiana, I. (2020). HUBUNGAN MOTIVASI DAN KEMANDIRIAN BELAJAR MAHASISWA CALON GURU SEKOLAH DASAR. *Wahana Sekolah Dasar*, 28(2), 76–83.
- Ridha, A. (2024). Attention Span dan Cognitive Flow dalam Konsumsi Iklan Tiktok: Studi Kualitatif tentang Pengalaman Perhatian Audiens. *JURNAL TAJAM Akuntansi, Pajak, Manajemen*, 8(2), 191–202.
- Rifatil Muna, N., Jatnika, R., Purwono, U., & R Siregar, J. (2023). PELATIHAN OPTIMALISASI SELECTIVE ATTENTION PADA ANAK DENGAN GANGGUAN PEMUSATAN PERHATIAN DAN HIPERAKTIVITAS (GPPH) USIA 8-9 TAHUN. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 12(1), 20–30.
- Rohmah, N. N., & Rahmawati, E. (2023). Interpretation of Media System Dependency Theory on Financial Technology. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1), 153. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1186>
- Romadhon, F., Hidayaturrohman, N., Abdilah, R., Faqihuddin, A., Muflih, A., Nur, L., & Syafitri, H. (2025). FENOMENA BRAIN ROT PADA SISWA GENERASI ALPHA DI INDRAMAYU. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 275–294.
- Rubin, A. M., & Windahl, S. (1986). The uses and dependency model of mass communication. *Critical Studies in Mass Communication*, 3(2), 184–199. <https://doi.org/10.1080/15295039609366643>

- 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>
- Subhan Amir, A., Hermawati, Y., Aziz, S., & Setiawati, R. (2024). *Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik*. PT. Nas Media Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Tsani, K. I., Aly, M., Garini, S. A., Putri, N. A., Yuwinanto, H. P., & Mutia, F. (2025). Dampak Scroll Culture terhadap Daya Konsentrasi Generasi Z: Tinjauan Literatur Psikologi dan Media Digital. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(4), 2723–2730. <https://doi.org/10.54082/jupin.1673>
- Urwatulwutsqo, H., Ghifari, M., & Ash, A. (2025). FENOMENA BRAIN ROT DALAM PERSPEKTIF HADIS: ANALISIS DAMPAKNYA TERHADAP MORALITAS REMAJA. *Al-Bayan: Jurnal Ilmu al-Qur'an Dan Hadist*, 8, 276–293.
- Vindy Nur Azizah, O., & Zahid, A. (2023). IDENTITAS DIRI PEREMPUAN MUSLIM GENERASI Z (Studi Kasus Pengguna TikTok Mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung). *PUTE WAYA Sociology of Religion Journal*, 1, 42–62.
- Wahri Nurhidayat, F. (2024). *Pengaruh Aplikasi Tiktok di Kalangan Anak muda sebagai Media Informasi di tengah Perkembangan Era Digital*.
- Wahyu Widayati, L. (2025). *Bersahabat Dengan Generasi Alfa* (R. De Lima & F. Maharani, Eds.). Pt Kanisius .
- We Are Social. (2025, April 23). *Digital 2025 April Global Statshot Report*. <https://wearesocial.com/au/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>
- Yuda Mahendra, A., & Suryo M, H. S. (2024). *MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL X OLEH REMAJA DI DUSUN SUMBER BARAT DESA SUMBERJOSARI KECAMATAN KARANGRAYUNG KABUPATEN GROBOGAN*.

Ace Pembimbing
31/1/2026

**DRAFT PERTANYAAN KUESIONER
INTENSITAS KONSUMSI KONTEN TIKTOK
DENGAN DAYA KONSENTRASI**

Deskripsi: Halo! Saya Eva Adhia

mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai hubungan konsumsi konten media sosial tiktok dengan daya konsentrasi pada Mahasiswa FISIP UMA.

Dalam kuesioner ini, yang dimaksud dengan konten video pendek adalah video singkat TikTok dengan tempo cepat, stimulasi gambar/suara yang tinggi, atau konten hiburan acak (absurd).

Data Anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Terima kasih atas ketersediaan waktunya!

Pertanyaan Screening	YA	TIDAK
Apakah Anda mahasiswa aktif Semester 7 (Angkatan 2022) FISIP UMA?		
Apakah Anda pengguna aktif aplikasi TikTok?		

Variabel X: Intensitas Konsumsi Konten di TikTok
(Indikator: Durasi, Frekuensi, dan Atensi)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dalam sehari, saya menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menonton konten video pendek di TikTok.					
2.	Saya merasa ada yang kurang jika sehari saja tidak menonton konten-konten pendek atau absurd di TikTok.					
3	Saya lebih suka menonton video TikTok yang menggabungkan dua video berbeda dalam satu layar (<i>split screen</i>).					
4.	Saya sering merasa sulit berhenti (<i>scrolling</i>) saat sudah mulai menonton konten-konten Tiktok					

5.	Saya merasa lebih paham atau lebih cepat menangkap informasi dari video berdurasi pendek daripada video berdurasi panjang.					
6	Saya sering membuka aplikasi TikTok secara refleks setiap kali merasa bosan atau sedang menunggu sesuatu.					
7	Saya cenderung melewati (<i>skip</i>) video TikTok yang memiliki durasi pembukaan (<i>intro</i>) terlalu lama					
8	Saya merasa konten yang menggabungkan banyak suara dan visual cepat dalam satu waktu sangat menghibur bagi saya.					
9	Saya sering kali tidak sadar telah menghabiskan waktu lebih lama dari yang direncanakan saat sedang menonton TikTok.					
10	Menonton konten TikTok adalah aktivitas utama yang saya lakukan untuk mengisi waktu luang di sela-sela perkuliahan.					

Variabel Y: Daya Konsentrasi Mahasiswa
(Indikator: Fokus, Ketelitian, dan Ketahanan Belajar)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering merasa sulit fokus saat mendengarkan penjelasan dosen di kelas selama lebih dari 20 menit.					
2.	Saya merasa perlu mengecek HP/TikTok secara refleks meskipun sedang mengerjakan tugas kuliah atau di sela-sela aktivitas akademik					
3	Saya sering sulit fokus atau melamun saat harus membaca jurnal atau buku teks yang panjang.					
4.	Saya merasa lebih cepat bosan jika melakukan aktivitas yang minim stimulasi (seperti membaca buku).					

	dibandingkan saat sedang menonton TikTok yang penuh suara dan visual cepat					
5.	Saya sering harus membaca satu paragraf yang sama berulang kali agar bisa memahami apa yang sedang saya baca					
6	Saya sering melakukan kesalahan kecil (seperti salah ketik atau salah hitung) saat mengerjakan tugas karena pikiran mudah teralihkan.					
7	Saya merasa lebih nyaman menerima informasi dalam bentuk poin-poin singkat daripada penjelasan paragraf yang panjang.					
8	Saat sedang belajar, perhatian saya mudah sekali teralihkan oleh suara atau gangguan kecil yang ada di sekitar saya.					
9	Saya merasa sulit untuk bertahan mengerjakan satu tugas akademik yang sama dalam waktu lama tanpa berpindah ke aktivitas lain.					
10	Saya sering kali harus bertanya kembali kepada teman tentang apa yang baru saja dijelaskan oleh dosen karena pikiran saya sempat "kosong".					

Keterangan

- STS** : Sangat Tidak Setuju
- TS** : Tidak setuju
- N** : Netral
- S** : Setuju
- SS** : Sangat Setuju



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mendapat kepercayaan dari masyarakat nomor satu sangatlah

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAK-PT/IAK.KP/PT/UK/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Beari No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 6622407 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 253/KET/11.3.AU/UMSU-03/F/2026

Lampiran : -,-

Hal : *Mohon Diberikan Izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 16 Sya'ban 1447 H
04 Februari 2026 M

Kepada Yth : Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian
Universitas Medan Area (UMA)

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik UMA, atas nama :

Nama mahasiswa : **EVA ADHIA**
N P M : 2203110302
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS
KONSUMSI KONTEN MEDIA SOSIAL
DENGAN DAYA KONSENTRASI ERA
BRAINROT CULTURE PADA MAHASISWA
FISIP UMA**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
0030017402





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Seiabudil Nomor 79 B / Jalan Sei Sorayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 335/UMA/B/01.7/II/2026
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Persetujuan Izin Penelitian

25 Februari 2026

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)
di Tempat

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Nomor 253/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026 tanggal 04 Februari 2026 perihal izin melaksanakan penelitian, maka bersama ini kami memberikan izin kepada mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) :

Nama : Eva Adhia
NIM : 2203110302
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Status : (Mahasiswa / Dosen / Peneliti)

untuk melaksanakan penelitian dengan:

Judul Penelitian : "Analisis Hubungan Intensitas Konsumsi Konten Media Sosial Dengan Daya Konsentrasi Era *Brainrot Culture* Pada Mahasiswa FISIP UMA "

Tujuan Penelitian : Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menguji secara empiris apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas konsumsi konten media sosial di Era Brain rot dengan daya konsentrasi pada mahasiswa FISIP UMA

Waktu Pelaksanaan : Februari s/d Maret 2026

Lokasi Penelitian : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Link Kuesioner : <https://forms.gle/vSuapELmcGnkmmT9>

Penelitian ini akan digunakan sebagai skripsi dan akan dilaksanakan dengan mematuhi ketentuan, tata tertib, serta menjaga kerahasiaan data dan informasi di lingkungan Universitas Medan Area.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

An. Rektor
Wakil Rektor Bidang Mutu Sumber
Daya dan Perencanaan,



Dr. Ir. Rahmad Syah, M.Kom,
IPM, ASEAN Eng, APEC Eng





UMSU
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/UK/BAAN-PT/IAJ/KP/PT/2023
 Pusat Administrasi: Jalan Muhrir Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622403 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://falsp.umsu.ac.id> [falsp@umsu.ac.id](https://falsp.umsu.ac.id) umsu.ac.id umsu.ac.id umsu.ac.id umsu.ac.id

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 7 november 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama Lengkap : Eva Adhia
 NPM : 2703110502
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Tabungan aks : 126.0sks, IP Kumulatif 3.73

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis hubungan intensitas konsumsi konten media sosial dengan daya konsentrasi Era Brainrot Culture pada mahasiswa FISIP UMSU	<i>[Signature]</i> 17-Nov-2025
2	Analisis daya tarik visual dalam animasi Eucring berbasis Ai di media sosial tiktok pada akun @wycatstory	
3	Representasi Citra diri & krisis identitas perempuan dalam film "The Ugly Stepparent" dan "Imperfect" karya Hebe Anastatic	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.
 Medan, 12. November 2025

046.22.311

Ketua,

[Signature]
 Dr. Akhyar Anshori, S.Sos H.I.kom
 NIDN: 0127048401

Pemohon,

[Signature]
 (Eva Adhia)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi:

[Signature]
 (Dr. Yan Hendra)
 NIDN: 011106803





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Ini merupakan surat resmi dan sah
nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/IAA-Ppy/PT/VI/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2010/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 12 November 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **EVA ADHIA**
N P M : **2203110302**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Semester : **VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026**
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS KONSUMSI KONTEN MEDIA SOSIAL DENGAN DAYA KONSENTRASI ERA BRAINROT CULTURE PADA MAHASISWA FISIP UMA**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, S.Sos., M.Si**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 046.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 12 Mei 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 25 Djumadil Awal 1447 H
12 November 2025 M

Assoc. Prof. Dr. **ARIHIN SALEH, MSP.**
NIDN: 30017402



Referensi:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





UMSU

Unggul | Cordes | Terpercaya
Bila perlu cari kami di agar mendapat nomor dan tingginya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PTIAA/KP/PT/UK/2022
Pusat Administrasi: Jalan Nukhtar Rasri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622400 - 60224507 Fax. (061) 6625474 - 6031003
🌐 <https://falsp.umusu.ac.id> ✉ falsp@umusu.ac.id 📠 umumedan 📺 [umumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...) 📺 [umumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...) 📺 [umumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...) 📺 [umumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 19 Januari 2026

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Eva Adhia
N P M : 2203110302
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2019.../JSK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal 12 november 2025 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Hubungan Interaksi Konsumi konten media sosial dengan daya
konstruksi di Era Brainrot Culture pada Mahasiswa FISIP UMSU

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Akhyar Anthoni, S.Sos, M. Hum)

As. Soc. prof. Dr. Von Handre Des, M.Si

Eva Adhia

NIDN: 0127040401

NIDN: 0121106803



UNDANGAN PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

ISKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH

Nomor : 167/UND/13.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 22 Januari 2026
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Penyempitan Seminar : DR. AKHYAR ANSHORI, M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENYANGGAP	PENIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
21	PUTRI FAHIRA AIRANI	2203110212	Dr. RIZWAN SYARI TAG, S.Soc., M.AP.	Assec. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Soc., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENYALURAN KREDIT UMMK PADA BANK BRI KANAL MEDAN
22	SITI NURHALIZA	2203110307	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Soc., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA FERDAND DE SAUSSURE TENTANG KARAKTUR 'RESILIENSI' DI AKUN INSTAGRAM @BOUNCEBACK.ID DAN @YAYASANPUTIH
23	SILVY KHOIRYAH	2203110300	Dr. LUTFI BASIT, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Soc., M.I.Kom.	ANALISIS FRAUNG TENTANG ISU PROJO MERAPAT KE PRABONO DI BERITA ONLINE DETIKNEWS DAN CNN.ID
24	EVA ADHIA	2203111302	Assec. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Soc., M.M., M.I.Kom.	Assec. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS KONSUMSI KONTEN MEDIA SOSIAL DENGAN DAYA KONSENTRASI ERA DIGITAL DI RUMAH TANGGA MASYARAKAT MUDA MASYARAKAT FISIP UMSU
25	APRIA TRI KUSUMAYUAN	2203110131	H. TENERJAN, S.Soc., M.I.Kom.	Assec. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Soc., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI RISIKO DALAM UPAYA PENCEGAHAN PELECEHAN SEKSUAL DI RUANG PUBLIK PADA PT. KAI DWIRE 1 SUMATERA UTARA

3K-4



Menda. 01 Sabtu, 1447 H
Dekan
Assec. Prof. Dr. FIN SALEH, MSP
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH SUMATERA UTARA
Jember, 28 Januari 2026 M





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/AAL/KP/P/TKU/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (081) 6622400 - 66224567 Fax. (081) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umau.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📱 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Eva Adhia
 N P M : 2203110302
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Analisis Hubungan Intensitas Konsumsi konten Media Sosial dengan daya Konsentrasi di era Brain Rot Culture pada Mahasiswa fisip UMA

No.	Tanggal	Kegiatan Acara Bimbingan	Peny. Pembimbing
1.	12/11-25	ACC judul	
2.	18/11-25	Bimbingan pertama setelah ACC judul	
3.	20/12-25	Bimbingan Bab I, II, III	
4.	21/12-25	Bimbingan Revisian	
5.	22/12-25	ACC Seminar proposal	
6.	28/1-26	Bimbingan revisi setelah Seminar proposal	
7.	30/1-26	Bimbingan kedua revisian	
8.	31/1-26	ACC kuesioner	
9.	5/2-26	Bimbingan hasil pilot test kuesioner	
10.	30/3-26	Bimbingan hasil Bab IV dan V sekaligus ACC sedang skripsi	

Medan, 31 Maret 2026...

(Dr. Anhy Sulch, S.Sos., MSP.)
 NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,
 (Dr. Athyar Anshori, S.Sos., M.1.com)
 NIDN : 0127040401

Pembimbing,
 (Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si)
 NIDN : 012106803





UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN PANGGILAN ULANG TUGAS AKHIR

ISKRIPSI DAN JURNAL (UMIA)

Nomor : 789/UND/11.3.AU/UMSU-03/F/2028

Pegangan Saah : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 10 April 2028
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2
Pembukaan : 08.00 WIB



Sp-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Widua	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	EVA ADHA	2203110002		Dr. ARIYAR ANSHORI, S.Soc, MLikom	H. TENERUWU, S.Soc, MLikom	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si	ANALISIS HUBUNGAN INTENSITAS KONSUMSI KONTEN MEDIA SOSIAL DENGAN DAYA KONSENTRASI ERA BRAINROT CULTURE PADA MAHASISWA FISIP UMA
2	ALFREZA MAURIFA	2203110006		Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si	Dr. LUTFI BASTI, S.Soc, MLikom	Dr. FAZAL HAZZANI LUBIS, S.Soc, MLikom	REPRESENTASI HUMAS INTEREST PADA FOTO PEMULUNG ANAK-ANAK DALAM WILAYAH SERATAVA EDISI I
3	DESSY ANGGARANI	2203110072		Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si	H. TENERUWU, S.Soc, MLikom	Dr. LUTFI BASTI, S.Soc, MLikom	KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK PETUGAS PEMUDA KEBAKARAN DALAM MENYANGKAL WOPORUM DWARUAT MASYARAKAT DI KOTA MEDAN
4	ATIKA SORAYA HARAWAP	2203110083		Dr. LUTFI BASTI, S.Soc, MLikom	Dr. ARIYAR ANSHORI, S.Soc, MLikom	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, LESP.	PERAN KOMUNIKASI DIGITAL BERO ADMINISTRASI PUPRIAN SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI SULAWATERA UTARA DALAM OPTIMISASI LAYANAN INFORMASI PUBLIK BERBASIS TEKNOLOGI
5	HALIMAH TUSSADIVAH	2203110040		Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, MLikom	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Soc, MLikom	H. TENERUWU, S.Soc, MLikom	STRATEGI KOMUNIKASI PEJABAT DALAM MENURUT NILAI-NILAI STRATEGI PADA PROGRAM TABUNGKALAN WARCH PT. SAFARINDO ALBAROKAH

Media Sistem:

1.

Ditunjukkan oleh:

Prof. Dr. MUKAMMIL ABRIEN, SH, M.Hum.
 a. Prof. Dr. M. R. R. R.
 Wakil Rektor

Tgl. : 21 mhs 4 orofis yan

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Konfer.
 21/04/2028



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, MLikom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Eva Adhia
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/29 Mei 2003
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Sunggal No.49a Kecamatan Medan Sunggal
Anak Ke : 3 (Ketiga)

Data Orang Tua

Nama Ayah : Ferry Aziz
Nama Ibu : Herawati
Pekerjaan Ayah : Pengusaha
Pekerjaan Ibu : IRT
Alamat : Jl. Sunggal No.49a Kecamatan Medan Sunggal

Pendidikan Formal

TK : TK Al-Quran Taqarrub Medan
SD : SDN 060884 Medan
SMP : SMP Darussalam Medan
SMA/K : SMA IT Alfityan School Medan
S1 : Ilmu Komunikasi- UMSU