



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Kajian Desain Algoritma Video Pendek TikTok terhadap Perilaku Adiktif Remaja

Rizka Annisa Sari^{1*}, Mario Aditya Prasetyo², Annisa Rachma Syahrizal³, Anastassya Putri Kaulika Bangun⁴, Edwar Andiko Heri⁵

¹Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, rizka.annisa32@ui.ac.id

²Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, mario.aditya@ui.ac.id

³Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, annisa.rachma41@ui.ac.id

⁴Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, anastassya.putri41@ui.ac.id

⁵Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, edwar.andiko41@ui.ac.id

*Corresponding Author: rizka.annisa32@ui.ac.id

Abstract: *This research entitled Study of TikTok Short Video's Algorithm Design on Adolescents Behaviour discusses the addiction to short videos that occurs among adolescents, as a new problem arising from technology, due to the excessive use of short video-based applications like TikTok. Using the literature review method on nine journal articles that discuss similar topics and focus on technology and communication aspects, this research analyzes the causes, impact, and strategies for addressing addiction, highlighting the perspective of the social shaping of technology (SST). The study results indicate that one of the causes of addiction is the algorithm designs that recommends content based on user preferences, leading users to spend extended periods on the application. The impacts of this addiction include a decline in cognitive function, reduced concentration, and lower academic performance. The study also found that recommendation algorithms are neither neutral nor transparent. One form of addressing short video addiction in the context of technology and communication is the need for algorithm literacy. The researchers recommend future studies to use methods beyond literature review, to obtain more comprehensive results in discussion related to short video addiction among adolescents in Indonesia.*

Keywords: *Addictive Behaviour, Adolescents, Algorithm Design, Short Video, Social Shaping Of Technology*

Abstrak: Penelitian berjudul Kajian Desain Algoritma Video Pendek TikTok terhadap Perilaku Adiktif Remaja ini membahas adiksi terhadap video pendek yang terjadi pada remaja, sebagai permasalahan baru yang timbul dari teknologi, akibat penggunaan berlebih aplikasi berbasis video pendek seperti TikTok. Dengan menggunakan metode kajian literatur terhadap sembilan artikel jurnal dengan fokus serupa dan menekankan pada aspek teknologi dan komunikasi, penelitian ini menganalisis faktor penyebab, dampak yang ditimbulkan, dan strategi penanganan adiksi, menggunakan perspektif pembentukan teknologi secara sosial (*social shaping of technology*/SST). Hasil kajian menunjukkan bahwa salah satu penyebab

adiksi terhadap video pendek pada remaja ini adalah desain algoritma yang merekomendasikan konten berdasarkan preferensi pengguna, dan mendorong pengguna menggunakan aplikasi dalam waktu lama. Dampak yang ditimbulkan dari adiksi video pendek ini antara lain adalah penurunan fungsi kognitif, berkurangnya konsentrasi, hingga turunnya prestasi akademik. Penelitian juga menemukan bahwa algoritma rekomendasi tidak netral dan tidak transparan. Salah satu bentuk penanganan adiksi video pendek dalam konteks teknologi dan komunikasi adalah perlunya literasi algoritma. Peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk melakukan riset dengan metode di luar kajian literatur, untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dalam pembahasan terkait adiksi video pendek pada remaja di Indonesia.

Kata Kunci: Perilaku Adiktif, Remaja, Desain Algoritma, Video Pendek, *Social Shaping Of Technology* (SST)

PENDAHULUAN

Video pendek atau biasa dikenal dengan *short videos* merupakan video berdurasi singkat berisi teks, gambar, maupun suara yang sering kita jumpai pada berbagai media sosial seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan jejaring media sosial lainnya (Dong & Xie, 2022). Dengan durasi yang sangat terbatas, video pendek dianggap mampu menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat yang cenderung serba cepat, dan dapat menampilkan beragam konten menarik dalam kurun waktu yang singkat (Wang, 2020; Wright, 2017). Sementara itu, TikTok yang dikenal sebagai pionir platform video pendek berdurasi antara lima belas detik hingga tiga menit, memungkinkan pengguna mengonsumsi berbagai jenis konten hiburan, edukasi, hingga promosi dengan cepat. Format ini dirancang untuk memenuhi preferensi generasi muda yang lebih menyukai konten cepat saji dan visual yang menarik (Conte, 2024). Dengan durasi yang singkat, pengguna cenderung menonton lebih banyak video dalam satu sesi penggunaan, sehingga meningkatkan total waktu yang dihabiskan dalam aplikasi. Fenomena ini menjelaskan bagaimana video pendek di TikTok bukan hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sebagai salah satu pemicu utama tingginya keterikatan emosional pengguna terhadap aplikasi tersebut (Wulandari & Netrawati, 2020). Seiring banyaknya pengguna yang mulai menjadikan konsumsi konten video pendek sebagai kebiasaan sehari-hari, muncul kekhawatiran tentang pola penggunaan yang berlebih, yang berpotensi menimbulkan perilaku adiksi atau kecanduan (Malau & Rorong, 2023; Tamonob et al., 2023).

Istilah adiksi merujuk pada perilaku penggunaan secara tak terkendali yang kerap diasosiasikan dengan kecenderungan adiktif (Ryan et al., 2014). Dalam konteks adiksi video pendek, penggunaan platform video pendek turut berkontribusi besar dalam pembentukan serta pemeliharaan adiksi video pendek. Adiksi ini dipahami sebagai keterikatan intens akibat penggunaan aplikasi video pendek seperti Tiktok yang disertai dengan rasa ketergantungan yang terus-menerus (Li et al., 2023). Salah satu alasan utama di balik adiksi ini adalah penggunaan sistem algoritma pada Tiktok yang mempelajari hal-hal yang disukai pengguna berdasarkan aktivitas digital mereka. Algoritma menggunakan kombinasi teknik *collaborative filtering* dengan menganalisis kebiasaan pengguna dengan preferensi serupa, dan *content based filtering* dengan menganalisis karakteristik konten yang disukai pengguna (Zhou, 2024). Sistem ini terus menampilkan konten yang dinilai sesuai dengan preferensi dan minat pengguna, dan mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi lebih lama dan terus-menerus (Fauzani et al., 2025). Pola perilaku ini menyebabkan banyak orang merasa sulit untuk mengurangi durasi penggunaan Tiktok sehingga menimbulkan efek negatif mulai dari menurunnya produktivitas, berkurangnya kemampuan untuk membangun koneksi sosial, hingga masalah kesehatan mental (DM et al., 2023; Mona & Irman, 2024; Conte et al., 2024).

Berdasarkan data yang dilansir dari Statista (2025), pengguna TikTok di Indonesia

sendiri menempati peringkat terbesar pertama di dunia, yaitu sebanyak 157,6 juta pengguna pada Juli 2024, dan angka ini melampaui jumlah pengguna di Amerika Serikat dan Brazil. Sementara itu, menurut data dari DataReportal (2025), sebanyak 13% pengguna TikTok di Indonesia merupakan remaja berusia antara 13-17 tahun, dan menempati kelompok usia pengguna TikTok terbesar ketiga di Indonesia. DataReportal (2025) juga melaporkan bahwa rata-rata durasi pengguna dalam mengakses TikTok di Indonesia adalah selama 44 jam 54 menit tiap bulannya. Data ini memperkuat kekhawatiran akan keterikatan berlebih terhadap platform tersebut, terutama di kalangan remaja yang secara psikologis berada dalam tahap perkembangan yang rentan terhadap kecanduan digital (Liao, 2024), dan menegaskan bahwa adiksi terhadap video pendek di TikTok merupakan fenomena nyata yang berdampak signifikan dan perlu dikaji lebih lanjut. Remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan cenderung mencari hiburan serta identitas diri melalui media sosial, sehingga mereka lebih mudah terpapar pada pola penggunaan yang intensif. Selain itu, remaja juga belum sepenuhnya memiliki kemampuan pengendalian diri yang matang, sehingga lebih mudah terjebak dalam pola konsumsi yang adiktif, terutama ketika dihadapkan pada algoritma yang secara aktif merekomendasikan konten menarik secara berkelanjutan (Conte et al, 2024).

Fauzani et al. (2025) menyebutkan bahwa salah satu dampak adiksi TikTok adalah berkurangnya kualitas dan jumlah interaksi yang bermakna dan menyebabkan potensi risiko kesehatan mental. Penelitiannya menemukan bahwa salah satu fitur yang berkontribusi dalam perilaku adiksi ini ialah *For You Page* (FYP) dari TikTok yang dibuat untuk menarik perhatian pengguna dengan menyajikan rangkaian video pendek yang dipersonalisasi dan menyebabkan timbulnya keinginan untuk mengonsumsi konten tanpa henti. Proses ini dilakukan dengan berbagai teknik, seperti merekomendasikan video berdasarkan konten yang pernah dipilih sebelumnya, atau berdasarkan hubungan pertemanan pengguna (Geschke et al., 2019). Kehadiran algoritma yang dipersonalisasi ini membawa perubahan besar bagi media sosial karena pengguna tidak lagi harus menyaring banyak informasi yang tidak relevan. Sebaliknya, mereka bisa langsung menikmati konten yang disesuaikan dengan minat mereka tanpa harus mencari atau memilih secara manual, dan mendorong pengguna ingin berlama-lama mengakses aplikasi tersebut hingga pemakaiannya menjadi tidak terkendali, di mana perilaku tersebut dapat dikategorikan sebagai perilaku adiksi (Liao, 2024).

Dalam konteks TikTok, desain algoritma yang diterapkan merupakan hasil dari pilihan bisnis dan rekayasa teknis untuk memaksimalkan waktu interaksi pengguna dengan meningkatkan pendapatan iklan atau penjualan produk. Pilihan desain ini dipengaruhi oleh dinamika sosial, seperti kebiasaan generasi muda yang mengonsumsi konten cepat saji dan tren budaya digital. Di lain sisi, Petrillo (2025) menjelaskan bahwa faktor ekonomi dari model bisnis kapitalisme platform mengutamakan perhatian pengguna sebagai sumber daya. Akan tetapi, cara remaja menggunakan TikTok dan ekspektasi mereka terhadap platform ini juga memberikan umpan balik yang mendorong pengembang untuk terus memperbarui algoritma dalam mempertahankan basis pengguna. Interaksi timbal balik ini menggambarkan prinsip *social shaping of technology* (SST) yang menekankan bahwa teknologi yang dalam hal ini adalah algoritma TikTok dan masyarakat sebagai pengguna serta budaya digitalnya saling membentuk satu sama lain (Williams & Edge, 1996). Pandangan SST ini menentang determinisme teknologi yang menganggap teknologi sebagai faktor tunggal yang mengubah masyarakat tanpa mempertimbangkan kekuatan sosial dan politik yang ada.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan konseptual yang timbul mencakup bagaimana desain algoritma berinteraksi dengan aspek psikologis pengguna dalam membentuk perilaku adiktif, serta apa saja penyebab dan dampak dari adiksi pada remaja ini. Studi ini bertujuan untuk menganalisis desain algoritma TikTok dalam membentuk kebiasaan penggunaan yang berlebihan pada kalangan remaja dengan menggunakan perspektif teori SST, untuk memahami interaksi antara faktor teknologi dan sosial dalam membentuk perilaku

adiksi, serta cara mengatasinya. Signifikansi dari studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai dampak desain algoritma platform video pendek terhadap perilaku pengguna khususnya remaja di Indonesia, serta memberikan rekomendasi bagi pengembang platform dan pembuat kebijakan agar lebih bijak dalam merancang sistem digital yang memperhatikan kesejahteraan pengguna, khususnya remaja.

METODE

Artikel ini menggunakan metode kajian literatur berdasarkan tipologi dari Grant dan Booth (2009). Metode ini digunakan untuk menyajikan narasi konseptual terhadap tema adiksi video pendek TikTok melalui pengumpulan literatur secara purposif dari studi-studi relevan, baik sumber lokal maupun internasional, untuk mengelaborasi faktor penyebab hingga strategi penanganan adiksi video pendek dengan menyoroti bidang teknologi dalam konteks Indonesia. Pendekatan kajian literatur mengikuti tipologi Grant dan Booth (2009) yang dikenal dengan kerangka SALSA (*Search, Appraisal, Synthesis, Analysis*).

Tahap *Search* dilakukan penelusuran literatur terkait adiksi video pendek melalui sumber kredibel *Google Scholar* dengan kata kunci “*short video addiction*” dan ditemukan sebanyak sekitar 657 ribu artikel terkait. Peneliti kemudian menambahkan unsur algoritma pada kata kunci untuk memfokuskan penelitian di bidang teknologi menjadi “*short video addiction and algorithm*”, dan peneliti menyaring pencarian berdasarkan tahun diterbitkannya. Dari hasil tersebut, dilakukan *screening* judul/abstrak untuk mengambil publikasi yang relevansinya tinggi dengan penelitian. Dari *screening* tersebut, terpilih beberapa artikel yang memenuhi kriteria dan dianggap representatif. Artikel-artikel tersebut dipilih berdasarkan relevansi topik, kebaruan, dan keterkaitan dengan fokus penelitian, dan dipilih artikel yang fokus membahas penyebab, mekanisme, strategi mengatasi adiksi terhadap video pendek, serta dampaknya pada remaja. Salah satu penyebab adiksi yang ada dalam penelitian tersebut menyebutkan desain algoritma dan salah satu strategi mengatasi adiksi adalah dengan literasi algoritma.

Selanjutnya pada tahap *Appraisal*, kualitas dan relevansi studi-studi tersebut ditelaah. Informasi penting seperti tujuan, metode, sampel, dan hasil utama dicatat. Peneliti juga menelusuri daftar pustaka dari masing-masing artikel untuk menemukan sumber tambahan (*snowballing*). Dari proses *snowballing* ini, peneliti menetapkan sembilan artikel yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Kesembilan artikel ini juga dipilih berdasarkan kebaruannya. Peneliti juga menemukan artikel dalam konteks Indonesia sebagai gambaran dalam lingkup lokal. Melalui teknik ini pula, diperoleh beberapa referensi pendukung, misalnya, data statistik penggunaan internet di Indonesia, konsep teoritis SST, dan studi lokal lainnya mengenai video pendek di TikTok.

Tahap *Synthesis* dilakukan dengan menyusun tabel literatur berisi ringkasan temuan dari sembilan studi utama secara kronologis yang disajikan dalam bentuk tabel. Penyajian tabel kronologis bertujuan melihat perkembangan penelitian dari tahun ke tahun serta perbandingan fokus setiap studi. Tabel berisikan judul artikel yang ditautkan dengan tautan artikel acuan, penulis, tahun artikel diterbitkan, metode yang digunakan, fokus pembahasan, serta temuan yang dibagi ke dalam hasil dan pembahasan.

Terakhir, tahap *Analysis* dilakukan dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Peneliti membaca secara seksama temuan setiap studi dan mencari pola-pola tematik, seperti faktor penyebab adiksi, mekanisme psikologis, dampak yang diidentifikasi, serta saran solusi dari masing-masing peneliti. Pola tematik ini kemudian dihubungkan satu sama lain dan dikaitkan dengan kerangka teori SST untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif. Setelah langkah-langkah tersebut dilakukan, hasil dan pembahasan disajikan secara naratif dari temuan, sebelum akhirnya dirumuskan kesimpulan serta rekomendasi untuk konteks Indonesia berdasarkan sintesis literatur tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan studi literatur yang dilakukan, Tabel 1 berikut menyajikan rangkuman dari beberapa artikel jurnal terdahulu untuk memahami lebih lanjut hubungan antara algoritma dan adiksi terhadap video pendek.

Tabel 1. Artikel jurnal terdahulu terkait adiksi terhadap video pendek dan kaitannya dengan algoritma

No.	Judul Artikel	Tahun	Penulis	Metode	Fokus	Temuan
1.	<i><u>Analysis of the causes, psychological mechanism, and coping strategies of short video addiction in China (Frontiers in Psychology)</u></i>	2024	Mingyue Liao	Overview	Adiksi terhadap video pendek (penyebab, mekanisme psikologis, strategi mengatasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil: (1) Terdapat empat level penyebab adiksi video pendek yaitu desain algoritma, layanan konten, kontrol platform, dan pengalaman pengguna; (2) Mekanisme psikologis adiksi video pendek dibagi ke dalam empat level yaitu kognisi, emosi, motivasi, dan faktor sosial; (3) Strategi mengatasi adiksi video pendek dapat dilakukan melalui teoritis dan praktis - Pembahasan: (1) Penelitian mendatang dapat berupaya untuk meningkatkan eksplorasi adiksi video pendek melalui pendekatan lain; (2) Perlu ada pemahaman mendalam terkait mekanisme adiksi terhadap video pendek; (3) Dampak algoritma rekomendasi pada platform berbasis video pendek perlu dipertimbangkan
2.	<i><u>The addiction behavior of short-term video app TikTok: The information quality and system quality perspective (Frontiers in Psychology)</u></i>	2022	Yao Qin, Bahiyah Omar, Alessandr o Musetti	Survei daring, kuesioner	Adiksi terhadap video pendek TikTok pada remaja; system quality dan information quality	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil: (1) Kualitas sistem (aspek teknologi – <i>flexibility, integration, ease of use, response time</i>) lebih berpengaruh daripada kualitas informasi (representasi dari produk atau layanan – <i>conciseness, subscription, usefulness</i>) dalam menentukan pengalaman remaja di TikTok; (2) <i>Flow experience</i> memiliki dampak signifikan secara langsung dan tidak

					langsung terhadap perilaku adiksi di TikTok
					- Pembahasan: (1) Studi ini menetapkan bahwa kualitas informasi dan kualitas sistem berfungsi sebagai stimulus yang berpengaruh positif secara parsial terhadap <i>flow experience</i> , di mana kualitas sistem berkontribusi lebih besar terhadap <i>flow experience</i> pengguna dan perilaku adiksi karena sistem algoritma yang dapat meningkatkan interaksi mendalam pengguna; (2) dalam studi ini, <i>flow</i> merupakan bentuk yang dapat dipecah menjadi kesenangan, konsentrasi, dan distorsi waktu; (3) studi menemukan bahwa konsentrasi sebagai faktor terpenting dalam adiksi TikTok
3.	<u><i>Adolescent addiction to short video applications in the mobile internet era (Frontiers in Psychology)</i></u>	2022	Lihong Lu, Mei Liu, Binchao Ge, Zijin Bai, Ziqi Liu	Eksperimen, kuesioner	<i>User Generated Content (UGC)</i> ; mekanisme adiksi terhadap penggunaan video pendek pada remaja
					- Hasil: (1) Melalui analisis faktor individual penyebab adiksi terhadap video pendek pada remaja dari perspektif jenis kelamin, usia, dan lingkungan keluarga, studi ini mengungkap bahwa pengguna laki-laki lebih kecanduan pada penggunaan aplikasi; (2) adiksi bervariasi pada usia, serta penggunaan aplikasi video pendek oleh anggota keluarga, juga dapat memperburuk tingkat adiksi remaja
					- Pembahasan: Untuk membuat kehidupan daring remaja lebih sehat dan untuk mengatasi adiksi aplikasi video pendek, analisis penyebab adiksi penggunaan aplikasi video pendek di kalangan remaja berdasarkan UGC

</

					media sosial yaitu pembatasan waktu penggunaan media sosial, mendorong remaja untuk melakukan aktivitas lain, penanaman karakter melalui pendidikan oleh orangtua, pendidik, dan orang terdekat
					- Pembahasan: (1) Perkembangan media sosial di Indonesia mencapai angka 167 juta pengguna aktif, yang artinya mayoritas pengguna internet bersosialisasi melalui media sosial; (2) dampak media sosial pada pola interaksi remaja sangat kompleks; (3) di sisi lain, penggunaan media sosial secara berlebihan dapat mengakibatkan isolasi sosial, penurunan komunikasi langsung, dan tekanan sosial
6.	<u><i>Adolescent user behavior on short video application, cognitive functioning and academic performance (Computers & Education)</i></u>	2023	Ziyan Xu, Xinqiao Gao, Jun Wei, Huiqin Liu, Yu Zhang	Aplikasi video pendek; perilaku remaja pengguna aplikasi terhadap aplikasi video pendek; rekomendasi algoritmik; fungsi kognitif dan prestasi akademik	- Hasil: (1) Penggunaan aplikasi video pendek dalam jumlah besar serta ketergantungan tinggi pada rekomendasi algoritmik dapat menjadi prediktor negatif dari fungsi kognitif pengguna remaja, dengan hasil variatif antara remaja muda (13-14 tahun), dan remaja yang lebih tua (15-16 tahun); (2) perilaku pengguna aplikasi video pendek secara negatif memprediksi kinerja akademis pengguna remaja yang lebih muda, yang sebagian besar dimediasi oleh fungsi kognitif
					- Pembahasan: (1) Penelitian ini menyarankan remaja muda diharuskan untuk menggunakan aplikasi video pendek dalam jumlah yang moderate dan

					mengutamakan kesejahteraan digital dengan <i>screen time management</i> dan mengaktifkan mode terbatas untuk menyeimbangkan potensi pengaruh dari penggunaan berlebihan aplikasi video pendek; (2) potensi dampak dari sistem algoritmik dapat diminimalkan dengan memberi tahu pengguna akan fungsi, mekanisme, dan efeknya, untuk meningkatkan kontrol mereka akan sistem tersebut, juga dengan menggabungkan literasi algoritma ke dalam tujuan pendidikan
7.	<u><i>Understanding the impact of TikTok's recommendation algorithm on user engagement</i></u> <u><i>(International Journal of Computer Science and Information Technology)</i></u>	2024	Ren Zhou	<i>Mixed-methods approach</i> (analisis data kuantitatif dan wawancara a kualitatif)	Dampak algoritma rekomendasi Tiktok; transparansi algoritma, diversifikasi konten <ul style="list-style-type: none">- Hasil: (1) Penelitian mengungkap bahwa meskipun algoritma TikTok secara efektif mendemokratisasi penemuan konten dengan memungkinkan pembuat konten yang beragam untuk menjangkau audiens yang lebih luas, namun hal ini juga berkontribusi pada homogenitas konten dan potensi <i>echo-chamber</i>; (2) sistem rekomendasi TikTok melalui pemrosesan data yang canggih dan kemampuan prediksinya, mempengaruhi perilaku pengguna dan visibilitas konten secara signifikan- Pembahasan: (1) Sistem rekomendasi TikTok merupakan integrasi canggih dari penyaringan kolaboratif dan penyaringan berbasis konten, yang bertujuan untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna; (2) dampak algoritma

					rekomendasi TikTok terhadap penemuan konten sangat mendalam; (3) masalah transparansi dalam algoritma rekomendasi sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna dan memastikan praktik yang etis; (4) penelitian ini menyarankan TikTok dan platform video pendek serupa mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dalam desain algoritma, untuk memprioritaskan kesejahteraan pengguna di samping keterlibatan metrik.
8.	<u><i>What do we know about algorithmic literacy? The status quo and a research agenda for a growing field (New Media & Society)</i></u>	2025	Anne Oeldorf-Hirsch, German Neubaum	<i>Overview</i> Peran algoritma dalam media sosial; literasi algoritma	<ul style="list-style-type: none">- Hasil: (1) Peran algoritma dalam membentuk penggunaan teknologi komunikasi khususnya dalam media sosial; (2) merangkum terkait literasi algoritma termasuk definisi, perkembangan, pengukuran, teori terkini tentang interaksi manusia dan algoritma- Pembahasan: usulan agenda riset mendatang fokus membahas (1) penyeimbangan ekspektasi pengguna terhadap literasi algoritmik dengan tanggung jawab pengembang platform untuk transparansi algoritma; (2) metode untuk melibatkan pengguna dalam meningkatkan literasi mereka; (3) mengembangkan lebih lanjut faktor afektif dan perilaku dari literasi algoritma; (4) menangani kesenjangan baru dalam algoritma

-
- | | | | | | |
|---|------|---|---|---|---|
| 9. <u><i>Algorithmic media use and algorithmic literacy: An integrative literature review (New Media & Society)</i></u> | 2024 | Emilia Gagrčin, Teresa K. Naab, Maria F. Grub | <i>Systematic integrative literature review</i> (kajian literatur integratif sistematis) | Peran algoritma dalam membentuk <i>user experience</i> ; literasi algoritma | - Hasil: (1) Penelitian mendefinisikan dan mengukur literasi algoritma melalui tiga dimensi yaitu kognitif, afektif, dan perilaku; (2) mengembangkan literasi algoritma dengan menguraikan faktor endogen (hasil interaksi dalam sistem) dan eksogen (faktor yang mempengaruhi dari luar) dari penggunaan media algoritmik, serta karakteristik pengguna yang membentuk literasi algoritma; (3) hasil literasi algoritma dibagi menjadi lima bentuk yaitu personal, sosial, ekonomi, politik, dan kemasyarakatan
- Pembahasan: (1) esensi literasi algoritma bertentangan dengan logika dasar kapitalisme platform; (2) kapitalisme platform mendorong berbagai aktor untuk saling bermain melalui dan di sekitar algoritma, menyoroti ambivalensi dalam bagaimana literasi algoritma bukan hanya sekadar pemberdayaan individu, namun juga tentang pembentukan ulang dinamika kekuasaan dalam interaksi yang dimediasi secara algoritmik; (3) bagi peneliti, harus direnungkan sejauh mana karya mereka dan cara membingkainya tanpa disengaja menormalisasi kapitalisme platform |
|---|------|---|---|---|---|
-

Sumber: data riset

Kecanduan atau adiksi terhadap video pendek merupakan salah satu masalah baru yang muncul, yang diakibatkan oleh teknologi (Liao, 2024). Dalam tinjauan literatur dari artikel-artikel jurnal sebelumnya terkait adiksi terhadap video pendek, ditemukan bahwa desain dan rekomendasi algoritma yang digunakan oleh platform video pendek seperti TikTok berperan

besar dalam mendorong perilaku adiktif di kalangan remaja (Liao, 2024; Lovianie et al., 2024). Hal ini dipengaruhi oleh algoritma yang bekerja dengan cara mengumpulkan data perilaku pengguna, seperti *search*, *like*, *watching* (Klug et al., 2021 dalam Wicaksono, et al., 2024). Berdasarkan data ini, sistem akan merekomendasikan konten yang disesuaikan secara personal sehingga pengguna terus-menerus disuguhkan video yang sesuai dengan minatnya. Menurut Qin et al. (2022), hal ini menciptakan pengalaman psikologis yang disebut *flow*, yaitu kondisi di mana individu mengalami kenikmatan tinggi, konsentrasi penuh, dan distorsi waktu saat menggunakan aplikasi. Selain meningkatkan kepuasan pengguna, kualitas sistem dan informasi yang tinggi juga menjadi pintu masuk menuju kebiasaan penggunaan berlebihan yang mengarah pada adiksi (Qin et al., 2022).

Temuan terkait hal ini juga diperkuat oleh Liao (2024) yang menjelaskan bahwa algoritma tidak netral dan dirancang dengan orientasi komersial untuk mempertahankan perhatian pengguna selama mungkin. Mekanisme ini disebut sebagai algoritma “*closed-loop*” dengan makin seringnya pengguna mengakses konten, maka makin tajam pula algoritma mengenali preferensinya sehingga menyajikan konten yang makin sesuai (Zhao, 2021). Siklus ini menciptakan kondisi *reinforcement* yang memperkuat perilaku adiktif, membuat pengguna merasa sulit berhenti, bahkan tanpa disadari kehilangan kendali terhadap waktu (Zhao dan Zhou, 2021). Pada remaja yang secara neurologis belum memiliki kontrol impuls yang matang, siklus ini menjadi sangat berbahaya dan dapat berdampak pada penurunan fungsi kognitif remaja (Xu et al., 2023; Lovianie et al., 2024). Mereka cenderung lebih mudah larut dalam konten hiburan, terutama jika konten tersebut bersifat lucu, ringan, dan menarik secara visual dengan karakteristik khas video pendek, seperti di TikTok.

Williams dan Edge (1996) menyatakan bahwa dari perspektif pembentukan teknologi secara sosial (SST), teknologi bukanlah hasil yang telah ditentukan sebelumnya, melainkan muncul dari pilihan sosial, ekonomi, dan politik yang mampu memengaruhi desain dan lintasan teknologi tersebut, daripada teknologi tersebut yang semata-mata menentukan masyarakat. Algoritma sebagai komponen inti dari teknologi juga dibentuk dari kekuatan sosial ini dan pengembangan serta implementasinya, memiliki implikasi sosial. Algoritma muncul sebagai elemen kunci yang membentuk pengalaman pengguna di berbagai platform digital, termasuk pada platform media sosial berbasis video pendek yang sedang ramai digemari saat ini. Meski tidak ada algoritma yang secara eksklusif mendefinisikan platform manapun, tujuan utama algoritma adalah mengoptimalkan keterlibatan pengguna, meningkatkan relevansi konten, memperbaiki pengalaman pengguna secara keseluruhan, dan mendorong interaksi platform yang lebih lama (Gargčin et al., 2024).

Peran algoritma yang makin meningkat dalam membentuk penggunaan teknologi komunikasi terutama media sosial, disertai dengan pertumbuhan penelitian empiris mengenai literasi algoritma bagi para penggunanya (Oeldorf-Hirsch & Neubaum, 2025). Selain itu, kurangnya transparansi algoritmik muncul sebagai salah satu masalah kritis, memengaruhi kepercayaan pengguna, dan menimbulkan permasalahan etis (Zhou, 2024). Karena algoritma umumnya tidak terlihat, bahkan sering disebut sebagai konstruksi “*black box*”, sebagian besar penggunanya setiap hari tidak mengetahui bagaimana cara kerjanya dan mengapa mereka bisa menjadi ancaman (Rainie & Anderson, 2017). Hal ini dapat dipengaruhi karena teknologi tidak netral dan bergantung pada kepentingan pengembang teknologi tersebut. Seperti yang diungkap oleh Gargčin et al. (2024), esensi literasi algoritma berlawanan dengan logika dasar kapitalisme platform. Algoritma yang sering berubah sengaja dirancang agar pengguna tidak menyadari perubahan tersebut dan tidak memiliki kendali atasnya. Entitas platform juga menjalankan kontrol manajerial melalui teknik kontrol, desain antarmuka, atau norma yang mungkin sebagian diterapkan melalui algoritma (Ramizo, 2022).

Dalam kaitannya dengan teknologi, salah satu cara untuk mengatasi permasalahan dari dampak desain algoritma dan algoritma rekomendasi yang tidak transparan adalah dengan

perlunya literasi algoritma (Gagrčin et al., 2024; Oeldorf-Hirsch & Neubaum, 2025). Mengingat sifat algoritma yang ‘buram’ dan algoritmik media yang meresap di berbagai domain, penting bagi pengguna untuk dapat mengendalikan pengalaman mereka dalam menggunakan media algoritmik sehari-hari (Gagrčin et al., 2024). Hal ini juga dapat mengurangi dampak psikologis pada pengguna khususnya pengguna remaja, seperti adiksi dan penurunan fungsi kognitif mereka. Literasi algoritma dapat dikembangkan melalui faktor endogen, eksogen, dan karakteristik pengguna yang membentuk literasi algoritma dan dapat menghasilkan dampak pada bidang personal, sosial, ekonomi, politik, dan kemasyarakatan (Gagrčin et al., 2024). Literasi algoritma merupakan kesadaran terhadap penggunaan algoritma dalam aplikasi, platform, dan layanan berbasis daring serta kinerjanya, sehingga dapat memberikan evaluasi yang kritis terhadap pengambilan keputusan algoritmik dan memiliki kemampuan untuk mengatasi, bahkan memberikan pengaruh, terhadap operasi algoritmik (Dogruel et al., 2022). Maka dari itu, literasi algoritma dapat menentukan tingkat pemahaman dan kemampuan individu dalam menanggapi serta mengambil alih kontrol dalam fenomena integrasi AI ke dalam infrastruktur, secara khusus ke dalam platform komersil (Cox, 2024).

Selain itu, terkait perbedaan usia dalam efek terkait penggunaan aplikasi berbasis video pendek, remaja muda lebih rentan terhadap penggunaan aplikasi video pendek (Xu et al., 2023) dan remaja laki-laki lebih mudah mengalami adiksi atau kecanduan video pendek (Lu et al., 2022) sehingga hal ini perlu menjadi perhatian bagi siswa, orang tua, pendidik, dan peneliti untuk mencegah dampak negatif yang berpotensi ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi video pendek secara berlebihan (Xu et al., 2023).

Berdasarkan hasil temuan dalam studi literatur di atas, adopsi teknologi algoritma yang tidak dikontrol secara etis berpotensi menciptakan ketergantungan jangka panjang dan menurunkan kapasitas kognitif, terutama konsentrasi dan kesadaran waktu (Xu et al., 2023). Sistem TikTok sebagai salah satu aplikasi yang berbasis video pendek dilengkapi dengan teknologi algoritma yang lebih canggih dan lebih cerdas dari platform media sebelumnya, seperti Youtube. Sistem ini dapat merekomendasikan konten dengan cara yang lebih akurat dan personal dengan menggunakan *hierarchical interest tag tree*, *user role*, dan *partitioned data bucket strategy* (Zhao, 2021). Oleh karena itu, perlindungan terhadap remaja seharusnya menjadi fokus kebijakan publik, baik melalui literasi digital, regulasi algoritma, maupun desain sistem yang lebih etis. Pendekatan yang lebih holistik dalam menangani adiksi video pendek, mulai dari peningkatan literasi digital pada remaja, edukasi media yang kritis, hingga intervensi kebijakan yang menuntut transparansi dan akuntabilitas dari algoritma yang digunakan oleh platform, penting untuk mulai didorong pelaksanaannya di Indonesia. Desain algoritma, dalam konteks ini, tidak sekadar aspek teknis, tetapi juga aspek etis dan sosial karena membentuk cara remaja berinteraksi, berpikir, bahkan menjalani keseharian.

Dari sudut pandang media, penggunaan algoritma sangat memengaruhi bagaimana media diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat (Napoli, 2014). Pemilihan informasi secara algoritmik tidak hanya menentukan topik apa yang muncul dalam perhatian publik (*agenda setting*), tetapi juga memengaruhi cara orang memaknai isu tersebut (*framing*) yang pada akhirnya turut membentuk perilaku mereka. Secara lebih luas, perhatian masyarakat kini banyak dikendalikan oleh aplikasi digital yang menggunakan sistem seleksi algoritmik. Aplikasi ini mengarahkan perhatian pengguna ke hal-hal tertentu, dan secara bersamaan mengabaikan hal-hal lainnya. Dalam jangka panjang, seleksi algoritmik ini membentuk realitas individu karena memengaruhi kesadaran pribadi mereka. Hal tersebut terjadi secara masif sehingga berpotensi membentuk kesadaran kolektif (*social shaping*) yang mencakup budaya, pengetahuan, nilai, dan norma dalam masyarakat. Akibatnya, algoritma memainkan peran penting dalam membentuk tatanan sosial di era informasi saat ini. Oleh karena itu, desain algoritma perlu didorong untuk memiliki legitimasi demokratis. Hal ini dapat diwujudkan melalui partisipasi publik dalam proses pembuatannya, seperti melalui sistem sumber terbuka,

standardisasi yang inklusif, atau mekanisme sertifikasi publik (Orwat et al., 2020).

Dalam konteks Indonesia, temuan dari penelitian-penelitian di atas dapat berlaku pula pada keadaan di Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak, dengan total lebih dari 185 juta pengguna pada 2024 dan menduduki peringkat lima dunia (Ulya, 2024). Berdasarkan data yang dirilis Statista (2025), mayoritas populasi di Indonesia mengakses internet secara berkala melalui telepon genggam mereka. Internet digunakan untuk berbagai aktivitas, seperti akses informasi, komunikasi, aktivitas bisnis, dan hiburan. Pemanfaatan internet dalam bidang informasi, komunikasi, dan hiburan. Salah satunya dapat terlihat dari banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, yaitu tercatat 143 juta pada Februari 2025, dan menjadikan Indonesia negara dengan pengguna media sosial terbanyak di Asia Tenggara, dan peringkat ketiga di Asia Pasifik setelah China dan India (Nurhayati-Wolff, 2025). Berdasarkan data dari We Are Social (2024), media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah WhatsApp, diikuti oleh Instagram, Facebook, TikTok, dan Telegram, dengan jumlah pengakses TikTok terbanyak di dunia dengan total 157,6 juta pengguna pada Juli 2024 lalu.

TikTok sebagai salah satu platform video pendek dengan target audiens remaja dan dewasa muda (Wicaksono et al., 2025) atau secara spesifik utamanya adalah Gen Z dengan beberapa Millennials (Slipkus, 2025) berhasil menyedot perhatian remaja dan dewasa muda yang rentang perhatiannya cukup pendek, tidak terkecuali di Indonesia. Dengan banyaknya penelitian yang dilakukan di China tentang adiksi pada video pendek, hal tersebut dapat juga terjadi di Indonesia dengan pilihan aplikasi video pendek lebih beragam dan tidak hanya sebatas TikTok, tetapi juga Instagram Reel, Youtube Short, dan Snack Video. Instagram dan Youtube sebagai platform yang populer dan masuk ke dalam lima besar platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia sehingga memungkinkan dampak adiksi yang lebih besar terhadap penggunaannya terutama di kalangan remaja.

Dengan penggunaan internet yang masif dan pengguna media sosial yang jumlahnya mencapai ratusan juta dan merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia, belum banyak penelitian yang terpublikasi yang secara spesifik membahas dampak video pendek terutama bagi remaja, dan yang fokus pada aspek teknologi dan komunikasinya. Meskipun hasil temuan dari penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan di luar negeri dapat menggambarkan kondisi di Indonesia, perlu adanya penelitian khusus yang mengumpulkan data empiris dari remaja di Indonesia, terkait adiksi terhadap video pendek pada remaja dan kaitannya dengan desain algoritma sebagai implikasi dari pembentukan teknologi secara sosial.

KESIMPULAN

Adiksi terhadap video pendek terutama di kalangan remaja, kian berkembang sebagai masalah baru dari kemajuan teknologi, di mana salah satu penyebab utamanya merujuk ke desain algoritma pada platform media sosial seperti TikTok. Sistem algoritma tersebut dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan terus-menerus memberikan rekomendasi konten yang dipersonalisasi sehingga menciptakan siklus yang membuat pengguna menonton berbagai video untuk jangka waktu yang lama. Mekanisme ini menciptakan fenomena *flow experience* di mana pengguna secara psikologis berada dalam zona fokus tertinggi dan ‘tenggelam’ dalam hal yang sedang dilakukan yang membuat mereka tidak menghiraukan lingkungan sekitar, yang kemudian menimbulkan efek menyerupai adiksi. Karena kontrol impuls pada remaja masih berkembang, dampak adiksi yang dihasilkan dari menonton video pendek dapat memengaruhi kondisi kognitif dan emosional mereka.

Penggunaan media sosial yang meluas di Indonesia turut berkontribusi pada perkembangan masalah ini, seiring Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Dengan mudahnya akses, kuatnya integrasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari, dan budaya konsumsi konten berbasis algoritma, remaja

Indonesia seolah ditunjang untuk mengembangkan kebiasaan menggunakan aplikasi TikTok dalam durasi yang lama. Oleh karena itu, intervensi diperlukan untuk mencegah dampak negatif yang mempengaruhi kemampuan konsentrasi, berpikir kritis, dan keseimbangan yang sehat dari pemakaian teknologi digital secara keseluruhan. Masalah etika seputar desain algoritma pun perlu ditangani melalui pendidikan, peningkatan kesadaran, dan kebijakan yang tepat.

Karena konsekuensi jangka panjang dari masalah adiksi ini, perlu adanya pendekatan yang lebih holistik untuk memitigasi dampak, salah satunya melalui literasi digital dan literasi algoritma, agar pengguna terutama remaja dapat lebih memahami bagaimana algoritma dapat memengaruhi pengalaman mereka pada platform daring. Selain itu, peran platform dalam membentuk perilaku pengguna juga harus dilihat melalui kaca mata kritis, dengan terus mendesak pemilik untuk mengembangkan desain yang bersifat transparan dan lebih mementingkan etika. Penanganan masalah adiksi ini tidak hanya merupakan tanggung jawab individu semata, tetapi juga tanggung jawab orang tua dan pendidik serta masyarakat secara luas untuk mendorong kesadaran dan upaya regulasi.

REFERENSI

- Conte, G., Di Iorio, G., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., Altomonte, B., Casini, M. P., Ferrara, M., & Terrinoni, A. (2024). Scrolling through adolescence: a systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *European Child & Adolescent Psychiatry*. <https://doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w>
- Cox, A. (2024). Algorithmic literacy, AI literacy and responsible generative AI literacy. *Journal of Web Librarianship*, 18(3), 93-110. <https://doi.org/10.1080/19322909.2024.2395341>
- DM, M., Mardiana, N., & Maryana. (2023). Hubungan penggunaan media sosial TikTok terhadap kesehatan mental remaja. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 6(1). <https://doi.org/10.37287/jppp.v6i1.2038>
- Dogruel, L., Masur, P., Joeckel, S. (2021). Development and validation of an algorithm literacy scale for internet users. *Communication Methods and Measures*, 16(2), 115-133. <https://doi.org/10.1080/19312458.2021.1968361>
- Dong, Z., Xie, T. (2024). Why do people love short-form videos? The motivations using Chinese TikTok (Douyin) and implications for well-being. *Current Psychology*, 43(26), 22283-22296. DOI: [10.1007/s12144-024-05927-4](https://doi.org/10.1007/s12144-024-05927-4)
- Fauzani, M. R., Utami, R. ., & Aeni, T. (2025). The role of TikTok features on enhancing the addiction of content consumption among users. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 39–54. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i1.1021>
- Gagrčin, E., Naab, T. K., Grub, M. F. (2024). Algorithmic media use and algorithm literacy: An integrative literature review. *New Media & Society*, 1-25. <https://doi.org/10.1177/14614448241291137>
- Geschke, D., Lorenz, J., Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129-149. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Grant, M. J., Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 62(2), 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Li, Y., Qian, J., Guo, L. (2023). Factors impacting user's negative interaction behaviors when they enjoy short videos on TikTok. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2023(323804). <https://doi.org/10.1155/2023/3238404>

- Liao, M. (2024). Analysis of the causes, psychological mechanism, and coping strategies of short video addiction in China. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1391204>
- Lovianie, D. E., Subiyakto, B., Rochgiyanti. (2024). Social media addiction for teenagers in algorithm and platform design: The like, comment and share feature. *SOCIUS: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*, 13(2), 12-22. <http://dx.doi.org/10.20527/js.v13i2.19972>
- Lu, L., Liu, M., Ge, B., Bai, Z., Liu, Z. (2022). Adolescent addiction to short video applications in the mobile internet era. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.893599>
- Malau, N. O. M., Rorong, M. J. (2019). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku kecanduan siswa siswi sekolah menengah atas Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2). https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/6655/3538
- Mona, L. S., Irman, I. (2024). Efek kecanduan media TikTok terhadap perilaku sosial remaja. *JURNAL MAHASISWA BK AN-NUR BERBEDA BERMAKNA MULIA*, 10(1), 127. <https://doi.org/10.31602/jmbkan.v10i1.13086>
- Napoli, P. M. (2014). Automated media: An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340-360. <https://doi.org/10.1111/comt.12039>
- Oeldorf-Hirsch, A., Neubaum, G. (2025). What do we know about algorithmic literacy? The status quo and a research agenda for a growing field. *New Media & Society*, 27(2), 681-701. <https://doi.org/10.1177/14614448231182662>
- Orwat, C. (2020, August 7th). *Risk of discrimination through the use of algorithms. A study compiled with a grant from the Federal Anti-Discrimination Agency*. Federal Anti-Discrimination Agency. https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/EN/publikationen/Studie_en_Diskriminierungsrisiken_durch_Verwendung_von_Algorithmen.html
- Petrillo, S. (2021). What makes TikTok so addictive?: An analysis of the mechanisms underlying the world's latest social media craze. *Brown Undergraduate Journal of Public Health*. <https://sites.brown.edu/publichealthjournal/2021/12/13/tiktok/>
- Qin, Y., Omar, B., Musetti, A. (2022). The addiction behaviour of short-term video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805>
- Rainie, L., Anderson, J. (2017, February 8th). Theme 7: *The need grows for algorithmic literacy, transparency and oversight*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2017/02/08/theme-7-the-need-grows-for-algorithmic-literacy-transparency-and-oversight/>
- Ramizo Jr, G. (2021). Platform playbook: A typology of consumer strategies against algorithmic control in digital platform. *Information, Communication & Society*, 25(13), 1849-1864. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1897151>
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., Xenos, S. (2014). The use and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. DOI: [10.1556/JBA.3.2014.016](https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.016)
- Tamonob, M. M., Wutun, M., Swan, M. V. P. (2023). Aplikasi TikTok dan perilaku candu remaja. *Deliberatio Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(2), 251-264. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v3i2.184>

- Wang, Y (2020). Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (Douyin). *Computers in Human Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106373>
- Wicaksono, T. A., Reformasianto, V. L., Mufidah, D., Anggelina, E., Wimbari, S., Kusrohmaniah, S. (2024). The impact of TikTok social media on users: A neuropsychological perspective. *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 13(3), 455-463. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v13i3>
- Williams, R. A., Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy*, 25(6), 865-899. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2)
- Wright, C. (2017). Are beauty bloggers more influential than traditional industry experts? *Journal of Promotional Communications*, 5(3), 303-322. <https://promotionalcommunications.org/index.php/pc/article/download/113/121/456>
- Wulandari, R., & Netrawati, N. (2020). Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 5(2), 41-46. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Xu, Z., Gao, X., Wei, J., Liu, H., Zhang, Y. (2023). Adolescent user behavior on short video application, cognitive functioning and academic performance. *Computers & Education*, 203. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2023.104865>
- Zhao, N., Zhou, G. (2021). COVID-19 stress and addictive social media use (SMU): Mediating role of active use and social media flow. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.635546>
- Zhao, Z. (2021). Analysis on the “Douyin (TikTok)” mania phenomenon based on recommendation algorithms. *E3S Web Conferences*, 235(03029). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123503029>
- Zhou, R. (2024). Understanding the impact of TikTok’s recommendation algorithm on user engagement. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 3(2). <https://doi.org/10.62051/ijcsit.v3n2.24>