

Analisis Motif *Doomscrolling* TikTok Setelah Bekerja: Studi Fenomenologi Pekerja Gen Z Daerah Bogor

Muhamad Ilham Maulidian¹, Edi Wijaya²
Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

ilham662maulid@gmail.com

Kata Kunci:

Doomscrolling, TikTok, Uses and Gratifications, generasi Z, commuting pascakerja

Abstrak

Penggunaan TikTok selama perjalanan pulang menjadi salah satu cara pekerja generasi Z asal Bogor mengisi waktu, mencari hiburan, memperoleh informasi, dan melepaskan ketegangan setelah bekerja. Namun, penggunaan yang awalnya bertujuan memberikan jeda sementara dapat berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan dan, pada episode tertentu, *doomscrolling*. Penelitian ini bertujuan menganalisis motif serta pemaknaan pengalaman *doomscrolling* TikTok selama *commuting* pascakerja pada pekerja generasi Z asal Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi transendental. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan berusia 23–24 tahun yang rutin menggunakan KRL dari Jakarta menuju Bogor serta didukung oleh observasi kontekstual dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan prosedur Stevick–Colaizzi–Keen melalui *epoche*, *horizontalization*, pengelompokan makna, serta penyusunan deskripsi tekstural, struktural, dan esensi. *Uses and Gratifications Theory* digunakan sebagai pisau analisis untuk memahami hubungan kebutuhan, motif, penggunaan media, gratifikasi yang dicari, dan pengalaman yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara pengguliran biasa, pengguliran berkepanjangan, dan *doomscrolling*. Pengalaman dikategorikan sebagai *doomscrolling* ketika informan tetap melanjutkan pengguliran setelah terpapar konten negatif atau konten yang menimbulkan ketidaknyamanan, menyadari perubahan perasaan, tetapi mengalami kesulitan berhenti. Motif penggunaan meliputi hiburan, pengisian waktu perjalanan, pengurangan kebosanan, pelepasan ketegangan, pencarian informasi, dan pencarian referensi praktis. Gratifikasi yang diperoleh tidak selalu sesuai dengan gratifikasi yang dicari. Esensi pengalaman informan adalah pemulihan digital yang ambivalen. TikTok memberikan hiburan, informasi, dan pengalihan sementara, tetapi pada episode tertentu juga berkaitan dengan kehilangan kesadaran terhadap waktu, *overthinking*, penurunan suasana hati, dan tambahan kelelahan. Dengan demikian, *doomscrolling* TikTok merupakan pengalaman situasional yang dipengaruhi oleh jenis konten, kesadaran terhadap waktu, kondisi emosional, dan kemampuan mengendalikan penggunaan.

Abstract

Using TikTok during the journey home is one way Generation Z workers from Bogor pass the time, seek entertainment and information, and release work-related tension. However, use that initially offers a temporary break may develop into prolonged scrolling and, in certain episodes, *doomscrolling*. This study aimed to analyze the motives and meanings of TikTok *doomscrolling* experiences during post-work commuting among Generation Z workers from Bogor. This qualitative study employed transcendental phenomenology. Data came from in-depth interviews with five KRL commuters traveling from Jakarta to Bogor, supported by contextual observation and documentation. The Stevick–Colaizzi–Keen procedure—*epoché*, *horizontalization*, meaning clustering, and textural, structural, and essential descriptions—was used to analyze the data. *Uses and Gratifications Theory* served as the analytical lens for examining needs, motives, media use, gratifications sought, and experiences obtained. The findings distinguished ordinary scrolling, prolonged scrolling, and *doomscrolling*. An experience was categorized as *doomscrolling* when participants continued scrolling after encountering negative or discomforting content, were aware of emotional changes, yet found it difficult to stop. Their motives included entertainment, passing commuting time, reducing boredom, releasing tension, seeking information, and obtaining practical references. Gratifications obtained did not always correspond with those sought. The essence of the participants' experience was ambivalent digital recovery: TikTok provided entertainment, information, and temporary distraction, but in certain episodes was also associated with reduced time awareness, *overthinking*, lower mood, and additional fatigue. Thus, TikTok *doomscrolling* was a situational experience shaped by content, time awareness, emotional conditions, and users' ability to regulate their media use.

Information Production:

© 2026 by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)



PENDAHULUAN

Perjalanan pulang setelah bekerja menjadi salah satu waktu yang dapat dimanfaatkan pekerja Generasi Z untuk mengakses media sosial, termasuk TikTok. Dalam situasi tersebut, TikTok dapat digunakan untuk

memperoleh hiburan, mengisi waktu perjalanan, mencari informasi, maupun mengalihkan perhatian dari kelelahan setelah bekerja. Namun, karakteristik TikTok yang menyediakan aliran video secara terus-menerus melalui *For You Page* memungkinkan pengguna berpindah dari satu video ke video berikutnya tanpa titik akhir yang jelas. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pengguna tetap menggulir layar, termasuk ketika menemukan konten negatif atau konten yang menimbulkan ketidaknyamanan. Media Indonesia (2026) menyoroti *doomscrolling* sebagai kebiasaan mengonsumsi informasi negatif secara berulang dan mengaitkannya dengan fitur *infinite scroll* pada media sosial yang menghilangkan titik akhir alami penggunaan.

Penggunaan TikTok menjadi problematis ketika aktivitas yang pada awalnya ditujukan untuk hiburan dan pelepasan dari tekanan pekerjaan berkembang menjadi pengguliran yang berkepanjangan. Pengguna tidak selalu membuka TikTok dengan rencana untuk menggunakannya dalam waktu lama, tetapi aliran konten yang terus tersedia dapat mempertahankan perhatian dan mendorong pengguna untuk melanjutkan pengguliran meskipun kebutuhan awalnya telah terpenuhi. Pengalaman tersebut bersifat ambivalen karena TikTok dapat memberikan hiburan dan pengalihan sementara, tetapi pada saat yang sama dapat menimbulkan kehilangan kesadaran terhadap waktu, kesulitan menghentikan penggunaan, serta perubahan suasana hati setelah terpapar konten tertentu. Situasi tersebut menjadi semakin menarik ketika aktivitas pengguliran berlangsung selama *commuting* atau perjalanan pulang setelah bekerja.

Perjalanan pulang dapat dipahami sebagai ruang transisi ketika pekerja telah meninggalkan tuntutan pekerjaan, tetapi belum sepenuhnya memasuki ruang kehidupan pribadi dan pemulihan di rumah. Durasi perjalanan, kepadatan transportasi umum, kelelahan, kejenuhan, dan keterbatasan ruang gerak menjadikan telepon pintar sebagai perangkat yang praktis untuk mengisi waktu selama perjalanan. Hasil Survei Komuter Jabodetabek 2023 menunjukkan bahwa sekitar 14,9% dari 29,6 juta penduduk Jabodetabek berusia lima tahun ke atas merupakan komuter atau setara dengan kurang lebih 4,4 juta orang. Sebanyak 81,9% komuter memiliki kegiatan utama bekerja dan 72% berada pada kelompok usia 15–44 tahun (Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perjalanan ulang-alik merupakan bagian penting dari keseharian pekerja dan dapat menjadi ruang berlangsungnya aktivitas konsumsi media digital.

Generasi Z relevan dengan fenomena tersebut karena kelompok ini tumbuh dalam lingkungan ketika internet, telepon pintar, dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. APJII (2024) mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5%. Berdasarkan komposisi generasi, Generasi Z memberikan kontribusi terbesar terhadap jumlah pengguna internet Indonesia, yaitu 34,40%. Salah satu platform yang dekat dengan kehidupan digital kelompok tersebut adalah TikTok. Platform ini memiliki karakteristik video pendek, pengguliran vertikal, rekomendasi algoritmik, personalisasi konten, *For You Page*, dan *infinite feed*. DataReportal (2025) mencatat potensi jangkauan iklan TikTok terhadap sekitar 180 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada akhir 2025. Angka tersebut merupakan estimasi jangkauan iklan dan bukan jumlah pengguna aktif bulanan, tetapi menunjukkan luasnya potensi audiens TikTok di Indonesia.

Pengguliran konten secara terus-menerus perlu dibedakan antara *scrolling* biasa, *scrolling* berkepanjangan, dan *doomscrolling*. Sharma et al. (2022) mendefinisikan *doomscrolling* sebagai kebiasaan pengguna yang secara persisten memberikan perhatian terhadap informasi negatif dalam lini masa media sosial. *Scrolling* biasa dilakukan untuk memenuhi tujuan tertentu dan dapat dihentikan setelah kebutuhan pengguna terpenuhi. Sementara itu, *scrolling* berkepanjangan berlangsung dalam durasi yang lebih lama, tetapi tidak selalu melibatkan konten negatif. Aktivitas tersebut dapat disebut *doomscrolling* ketika pengguna terus mengonsumsi konten negatif, mengalami ketidaknyamanan emosional, tetapi tetap mengalami kesulitan untuk menghentikan pengguliran. Fenomena tersebut tidak semata-mata ditentukan oleh durasi penggunaan, tetapi juga berkaitan dengan rasa ingin tahu, *fear of missing out* (FOMO), kecemasan, kebutuhan informasi, hiburan, kebiasaan, dan dorongan untuk terus mengikuti perkembangan suatu isu (Fidella et al., 2025).

Fenomena penggunaan TikTok tersebut dapat dipahami melalui *Uses and Gratifications Theory* yang memandang pengguna sebagai pihak aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Blumler & Katz, 1974). Dalam perspektif ini, motif merupakan dorongan yang mendasari seseorang menggunakan media, sedangkan gratifikasi merupakan kepuasan yang dicari atau diperoleh melalui penggunaan media. Pekerja dapat memilih TikTok untuk memenuhi kebutuhan hiburan, memperoleh informasi, mengisi waktu, melarikan diri sementara dari tekanan, maupun melakukan pelepasan emosi setelah bekerja. Akan tetapi, gratifikasi yang dicari tidak selalu identik dengan pengalaman yang diperoleh. Penggunaan yang semula ditujukan untuk memperoleh relaksasi dapat berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan, keterpaparan terhadap konten negatif, serta kesulitan dalam mengendalikan penggunaan.

Konteks pekerja Generasi Z asal Bogor memberikan ruang kajian yang lebih khusus karena penggunaan TikTok berlangsung dalam ruang transisi pascakerja dengan karakteristik perjalanan yang khas. DetikFinance menggambarkan kondisi pekerja muda dan tua yang tetap harus berdiri serta berdesakan di Stasiun Manggarai setelah bekerja, sementara sebagian penumpang menggunakan *headset* atau menonton video selama perjalanan (Nugroho, 2024). Pemberitaan lain mencatat bahwa Commuter Line Jabodetabek melayani 178.001.308 perjalanan selama Januari–Juni 2026 dengan rata-rata sekitar 1,05 juta perjalanan per hari kerja. Sepanjang 2025, lintas Bogor menjadi lintas dengan volume tertinggi, yaitu sekitar 155 juta perjalanan (Al Hikam, 2026). Data tersebut tidak membuktikan bahwa penumpang KRL melakukan *doomscrolling*, tetapi menunjukkan besarnya mobilitas, kepadatan perjalanan, dan penggunaan perangkat digital yang menjadi konteks penting dalam memahami pengalaman konsumsi media selama perjalanan pulang.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji bagian-bagian dari fenomena tersebut. Sharma et al. (2022) memberikan dasar konseptual mengenai *doomscrolling* dengan menunjukkan keterkaitannya dengan kebiasaan bermedia, FOMO, kecemasan, dan kontrol diri. Fidella et al. (2025) kemudian mengkaji pengalaman *doomscrolling* pada pengguna Generasi Z di Indonesia dan menemukan bahwa *curiosity* dan FOMO menjadi salah satu faktor yang mendorong aktivitas tersebut serta berkaitan dengan kecemasan, stres, gangguan waktu, dan produktivitas. Namun, penelitian Fidella et al. (2025) berfokus pada tiga mahasiswi Generasi Z pengguna Twitter dan Instagram sehingga belum secara khusus membahas pengguna TikTok yang berstatus sebagai pekerja dan melakukan *commuting* setelah bekerja. Penelitian Mutiara dan Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2023) menggunakan *Uses and Gratifications Theory* untuk menjelaskan pemilihan TikTok, tetapi berfokus pada penggunaan TikTok sebagai media pemasaran dan pembentukan kesadaran merek, bukan pada pengalaman *doomscrolling*. Sementara itu, Buda et al. (2023) menunjukkan bahwa hubungan penggunaan telepon pintar dan kesejahteraan subjektif dipengaruhi oleh konteks penggunaan dan karakteristik pengguna, termasuk konteks *commuting*, tetapi penelitian tersebut tidak secara khusus mengkaji TikTok, *doomscrolling*, maupun pekerja Generasi Z. Kunz et al. (2024) juga mengkaji penggunaan teknologi setelah jam kerja dan kaitannya dengan *psychological detachment* serta *work engagement*, tetapi fokus penelitian tersebut adalah aktivitas kerja berbantuan teknologi, bukan konsumsi konten TikTok selama perjalanan pulang.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, kajian mengenai *doomscrolling*, penggunaan TikTok, konteks penggunaan telepon pintar, dan pengalaman pascakerja telah berkembang melalui berbagai perspektif. Meskipun demikian, masih terdapat ruang kajian untuk memahami keterkaitan antara *doomscrolling* TikTok, motif penggunaan media, pekerja Generasi Z, dan perjalanan pulang setelah bekerja sebagai satu pengalaman yang utuh. Penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji *doomscrolling* berdasarkan platform media sosial tertentu, motif penggunaan TikTok dalam konteks pemasaran, penggunaan telepon pintar dalam kehidupan sehari-hari, atau aktivitas teknologi setelah jam kerja secara terpisah. Dengan demikian, pengalaman subjektif pekerja Generasi Z ketika melakukan *doomscrolling* TikTok selama *commuting* setelah bekerja belum memperoleh perhatian yang memadai.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada motif dan pemaknaan pengalaman *doomscrolling* TikTok selama *commuting* setelah bekerja pada pekerja Generasi Z asal Bogor. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman subjektif, motif, serta makna yang dibentuk oleh pekerja Generasi Z dalam aktivitas *doomscrolling* TikTok selama perjalanan pulang setelah bekerja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital, khususnya mengenai penggunaan media sosial berbasis algoritma, gratifikasi digital pascakerja, dan pengalaman penggunaan media oleh pekerja muda urban di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi transendental. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman subjektif, motif, dan makna yang dibentuk oleh pekerja Generasi Z asal Bogor dalam melakukan *doomscrolling* TikTok saat *commuting* sepulang kerja. Fenomenologi digunakan untuk memahami *lived experience* informan, termasuk bagaimana mereka mengalami, merasakan, menafsirkan, dan memaknai aktivitas tersebut dalam konteks perjalanan pulang setelah bekerja. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sebagai sesuatu yang dibangun melalui pengalaman individu. Dalam proses penelitian, peneliti berperan sebagai instrumen utama dan menerapkan prinsip *epoche* atau *bracketing* untuk menunda asumsi pribadi agar pengalaman informan dapat dipahami berdasarkan perspektif mereka. Penelitian dilaksanakan di wilayah Kota dan Kabupaten Bogor dengan konteks *commuting* menggunakan KRL Commuter Line Lintas Bogor. Penelitian berlangsung pada Maret–Juni 2026, sedangkan wawancara mendalam dilakukan pada Mei–Juni 2026 dan observasi kontekstual dilaksanakan pada jam pulang kerja pukul 18.00–20.00 WIB.

Informan dipilih menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sesuai dengan fokus penelitian, dengan *snowball sampling* sebagai teknik pelengkap apabila diperlukan. Informan merupakan pekerja aktif Generasi Z berusia 23–24 tahun, berdomisili di Kota atau Kabupaten Bogor, melakukan *commuting* secara rutin menggunakan KRL *Commuter Line* Lintas Bogor minimal tiga kali dalam seminggu, menggunakan TikTok saat perjalanan pulang kerja, serta memiliki pengalaman melakukan *scrolling* secara berulang dan sulit dihentikan. Penelitian menetapkan lima informan dengan mempertimbangkan kecukupan dan kedalaman informasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur sebagai sumber data utama, observasi kontekstual secara nonpartisipatif, dan dokumentasi. Wawancara diarahkan untuk menggali pemaknaan pengalaman, motif dan gratifikasi penggunaan TikTok, serta konsekuensi emosional, psikologis, dan sosial. Observasi dilakukan untuk memahami konteks ruang, waktu, kepadatan perjalanan, dan kondisi penggunaan telepon pintar selama *commuting*, sedangkan dokumentasi berupa rekaman wawancara, transkrip, catatan lapangan, foto kondisi umum perjalanan, dan dokumen sekunder digunakan sebagai data pendukung.

Data diolah melalui transkripsi verbatim, pemeriksaan kembali transkrip dengan rekaman wawancara, penyamaran identitas informan, dan pengorganisasian data berdasarkan fokus penelitian. Analisis data menggunakan pendekatan fenomenologi transendental dengan prosedur *Stevick-Colaizzi-Keen* yang dikembangkan Moustakas (2013), meliputi *epoche*, *horizontalization*, pengelompokan makna (*cluster of meanings*), penyusunan deskripsi tekstural, deskripsi struktural, dan deskripsi esensi (*composite description*). Analisis diarahkan untuk menemukan esensi pengalaman informan mengenai *doomscrolling* TikTok selama *commuting* setelah bekerja, termasuk motif, gratifikasi, serta pengalaman emosional, psikologis, dan sosial yang menyertainya. Keabsahan data dijaga melalui prinsip *trustworthiness*, yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Kredibilitas dilakukan melalui *member checking* dan triangulasi sumber, keteralihan melalui *thick description*, kebergantungan melalui *audit trail*, sedangkan kepastian dijaga melalui *epoche* dan jurnal reflektivitas sehingga interpretasi dapat ditelusuri kembali pada data dan pengalaman informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Gambaran Pengalaman Penggunaan TikTok Informan

Informan	Tujuan Menggunakan TikTok	Awal Pengalaman Penggugiran	Konten Negatif yang Ditemukan	Respons terhadap Konten Negatif	Dampak yang Dirasakan
1	Mengistirahatkan pikiran setelah tekanan pekerjaan; mencari hiburan	Penggunaan dapat berlangsung lebih lama dari rencana karena konten FYP menarik	Kejahatan, kutipan tertentu	Cenderung melewati konten dan melanjutkan penggugiran	Relaksasi, perbaikan suasana hati, tetapi dapat memicu <i>overthinking</i>
2	Mengurangi kebosanan dan membuat perjalanan terasa lebih singkat	Sulit berhenti ketika menemukan konten yang disukai atau bersambung	Hoaks, konten vulgar, konten tidak pantas	Melaporkan konten yang dianggap tidak pantas	Suasana hati membaik, tetapi dapat terganggu oleh konten negatif
3	Mengurangi kebosanan dan mengisi waktu perjalanan	Tidak menyadari lamanya penggunaan; perlu mengecek posisi kereta	Pembunuhan, bunuh diri, konten ekstrem	Cenderung melewati konten dan melanjutkan penggugiran	Perjalanan terasa lebih singkat, tetapi dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan kelelahan
4	Mencari berita, informasi otomotif, dan tutorial komputer	Penggunaan memiliki batas berdasarkan stasiun tujuan	Hoaks, sensasi, keributan media sosial	Mencari klarifikasi terhadap informasi yang diragukan	Memperoleh informasi; penggunaan masih relatif terkendali
5	Hiburan serta mencari referensi fesyen, tata rias, dan perawatan kulit	Dapat mengalami penggunaan berlebihan, tetapi cenderung	Kekerasan, perselingkuhan, <i>married is scary</i>	Menghentikan penggunaan dan keluar dari aplikasi	<i>Overthinking</i> , penurunan suasana hati, dan berkurangnya energi sosial

berhenti ketika
tidak nyaman

Sumber: Hasil wawancara mendalam, 2026.

Temuan menunjukkan bahwa penggunaan TikTok pada awalnya berkaitan dengan kebutuhan hiburan, pengisian waktu, informasi, dan pengalihan perhatian dari kelelahan setelah bekerja. Namun, pengalaman berkembang berbeda pada setiap informan ketika pengguliran berlangsung lebih lama, muncul rasa penasaran, atau informan terpapar konten negatif.

Tabel 2. Tahapan Pengalaman Penggunaan TikTok hingga *Doomscrolling*

Tahap Pengalaman	Karakteristik Temuan	Indikasi pada Informan
Pengguliran biasa	Penggunaan memiliki tujuan yang jelas dan masih dapat dihentikan ketika kebutuhan terpenuhi	Mencari hiburan, informasi, mengisi waktu, atau mengalihkan perhatian
Pengguliran berkepanjangan	Penggunaan berlangsung lebih lama dari rencana awal, disertai berkurangnya kesadaran terhadap waktu atau kesulitan berhenti	I1, I2, dan I3
Paparan konten negatif	Informan menemukan konten seperti hoaks, kekerasan, kejahatan, pembunuhan, bunuh diri, perselingkuhan, vulgar, dan konten yang memicu <i>overthinking</i>	I1–I5 dengan jenis konten yang berbeda
Respons terhadap konten negatif	Informan dapat melewati konten, melaporkan, mencari klarifikasi, atau menghentikan penggunaan	I1 dan I3 melanjutkan; I2 melaporkan; I4 mencari klarifikasi; I5 berhenti
<i>Doomscrolling</i>	Pengguliran tetap dilanjutkan setelah paparan konten negatif dan muncul ketidaknyamanan, sementara informan mengalami kesulitan menghentikan aktivitas	Muncul pada episode tertentu, tidak pada seluruh penggunaan TikTok
Penggunaan terkendali	Informan mampu mempertahankan batas penggunaan dan menghentikan aktivitas ketika tujuan tercapai atau muncul ketidaknyamanan	Terlihat terutama pada I4 dan I5

Pembedaan tersebut menunjukkan bahwa durasi penggunaan yang panjang tidak cukup untuk mengategorikan pengalaman sebagai *doomscrolling*. Pengalaman baru mengarah pada *doomscrolling* ketika terdapat paparan konten negatif, muncul ketidaknyamanan, tetapi pengguliran tetap dilanjutkan dan sulit dihentikan.

Tabel 3. Temuan Esensial Pengalaman *Doomscrolling* TikTok

Aspek Pengalaman	Temuan Penelitian
Konteks	Terjadi ketika informan berada dalam perjalanan pulang setelah bekerja dalam kondisi lelah, mengantuk, penat, dan masih harus menempuh perjalanan menuju Bogor
Kebutuhan awal	Hiburan, pengisian waktu, informasi, pengalihan perhatian, dan pemulihan sementara dari tekanan pekerjaan
Pemicu pengguliran berkepanjangan	Konten FYP yang menarik, lucu, viral, bersambung, sesuai minat, serta rasa penasaran
Perubahan pengalaman	Penggunaan yang awalnya terkendali dapat berlangsung lebih lama dari rencana dan disertai berkurangnya kesadaran terhadap waktu
Paparan negatif	Hoaks, kekerasan, kejahatan, pembunuhan, bunuh diri, perselingkuhan, konten vulgar, dan konten yang memicu <i>overthinking</i>
Respons	Melanjutkan pengguliran, melewati konten, melaporkan, mencari klarifikasi, atau menghentikan penggunaan
Dampak positif	Hiburan, perbaikan suasana hati, memperoleh informasi, mengurangi kebosanan, dan perjalanan terasa lebih singkat
Dampak negatif	<i>Overthinking</i> , penurunan suasana hati, ketidaknyamanan, tambahan kelelahan, dan berkurangnya energi sosial
Esensi pengalaman	<i>Doomscrolling</i> merupakan pengalaman situasional yang dapat muncul pada episode tertentu dalam pergerakan dari penggunaan terkendali menuju pengguliran berkepanjangan dan pengguliran setelah paparan konten negatif

Temuan utama penelitian memperlihatkan bahwa pengalaman *doomscrolling* bukanlah kondisi yang melekat pada seluruh penggunaan TikTok. TikTok pada awalnya berfungsi sebagai media hiburan, sumber informasi, pengisi waktu, dan ruang jeda setelah bekerja. Pengalaman kemudian dapat berubah menjadi pengguliran berkepanjangan ketika informan kehilangan kesadaran terhadap waktu atau mengalami kesulitan

berhenti. *Doomscrolling* muncul pada episode tertentu ketika pengguliran tetap dilanjutkan setelah paparan konten negatif dan muncul ketidaknyamanan.

Pembahasan

Peralihan dari Pengguliran Biasa menuju Doomscrolling

Temuan penelitian menunjukkan bahwa doomscrolling tidak dapat disamakan dengan seluruh aktivitas penggunaan TikTok dalam durasi yang lama. Pengguliran biasa berlangsung ketika pengguna membuka TikTok dengan tujuan tertentu dan masih memiliki batas penghentian yang jelas. Ketika penggunaan berlangsung lebih lama daripada yang direncanakan, disertai kehilangan kesadaran terhadap waktu atau kesulitan berhenti, pengalaman tersebut lebih tepat dikategorikan sebagai pengguliran berkepanjangan. Pengalaman baru mengarah pada doomscrolling ketika pengguliran tetap dilanjutkan setelah pengguna menemukan konten negatif atau konten yang menimbulkan ketidaknyamanan, menyadari perubahan emosional yang dialami, tetapi mengalami kesulitan menghentikannya.

Pembedaan tersebut menguatkan Sharma et al. (2022) yang menempatkan konsumsi informasi negatif, sifat kompulsif, dan kesadaran terhadap dampak emosional sebagai unsur penting doomscrolling. Namun, penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menunjukkan bahwa doomscrolling pada TikTok dapat didahului oleh penggunaan yang memiliki tujuan positif, seperti mencari hiburan, mengisi waktu, dan mengurangi kelelahan setelah bekerja. Dengan demikian, doomscrolling tidak selalu bermula dari niat mencari informasi negatif, tetapi dapat terbentuk setelah penggunaan yang awalnya terkendali berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan dan bertemu dengan paparan konten negatif.

Temuan mengenai rasa penasaran juga menguatkan Fidella et al. (2025) yang menemukan bahwa rasa ingin tahu dan FOMO merupakan bagian dari pengalaman doomscrolling pada Generasi Z. Akan tetapi, dalam penelitian ini, rasa penasaran lebih terlihat pada keinginan mengikuti konten viral, konten bersambung, berita, atau kelanjutan cerita. FOMO tidak muncul secara konsisten sebagai pengalaman eksplisit seluruh informan sehingga tidak dapat ditempatkan sebagai motif utama secara umum. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa motif doomscrolling memiliki variasi berdasarkan platform, konteks penggunaan, dan pengalaman individual.

Implikasi temuan ini adalah bahwa doomscrolling sebaiknya dipahami sebagai episode pengalaman, bukan sebagai label bagi seluruh penggunaan TikTok atau identitas tetap pengguna. Seorang informan dapat mengalami pengguliran biasa dalam satu situasi, pengguliran berkepanjangan dalam situasi lain, dan doomscrolling pada episode tertentu ketika tetap melanjutkan pengguliran setelah terpapar konten negatif.

Motif Penggunaan TikTok dalam Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications memandang pengguna sebagai individu aktif yang memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam penelitian ini, hubungan antara kebutuhan, motif, penggunaan media, gratifikasi, dan pengalaman setelah penggunaan dapat dipahami melalui urutan: kondisi pascakerja menimbulkan kebutuhan akan hiburan, informasi, pengisian waktu, dan pelepasan ketegangan; kebutuhan tersebut membentuk motif untuk membuka TikTok; penggunaan TikTok kemudian menghasilkan gratifikasi dan pengalaman tertentu.

Gratifikasi yang dicari informan meliputi hiburan, relaksasi, pengalihan perhatian, informasi, dan pengisian waktu perjalanan. Pemilihan TikTok menunjukkan tindakan aktif karena informan memiliki alasan tertentu ketika membuka aplikasi. Selama penggunaan, sebagian kebutuhan tersebut dapat terpenuhi melalui konten hiburan, informasi, motivasi, berita, referensi, dan tutorial. Gratifikasi yang diperoleh dapat berupa perasaan lebih rileks, berkurangnya kebosanan, bertambahnya informasi, serta perjalanan yang terasa lebih singkat.

Temuan tersebut menguatkan Mutiara & Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2023) yang mengidentifikasi hiburan dan informasi sebagai motif penggunaan TikTok. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut karena penggunaan TikTok tidak dibahas dalam konteks pemasaran, melainkan dalam ruang transisi pascakerja. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa gratifikasi yang diperoleh tidak selalu sama dengan gratifikasi yang dicari. Penggunaan yang semula ditujukan untuk hiburan dan pemulihan dapat berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan, kehilangan kesadaran terhadap waktu, paparan konten negatif, overthinking, atau kelelahan emosional.

Dengan demikian, Uses and Gratifications Theory dapat menjelaskan alasan informan memilih dan menggunakan TikTok, tetapi tidak cukup digunakan secara tunggal untuk menentukan terjadinya doomscrolling. Teori tersebut menjelaskan proses awal pemilihan media dan gratifikasi yang dicari, sedangkan konsep doomscrolling digunakan untuk memahami perubahan pengalaman ketika penggunaan berkembang menjadi sulit dihentikan dan tetap dilanjutkan setelah muncul konten negatif atau ketidaknyamanan.

Perjalanan Komuter sebagai Ruang Transisi Pascakerja

Perjalanan komuter memiliki makna lebih dari sekadar perpindahan dari tempat kerja menuju rumah. Dalam penelitian ini, perjalanan tersebut menjadi ruang transisi ketika informan telah meninggalkan tuntutan pekerjaan, tetapi belum sepenuhnya memperoleh kesempatan untuk beristirahat. Kelelahan, waktu perjalanan, kepadatan KRL, dan keterbatasan aktivitas membentuk situasi ketika informan membutuhkan kegiatan yang praktis dan tidak menuntut banyak energi.

Temuan tersebut menguatkan Buda et al. (2023) yang menunjukkan bahwa konteks penggunaan telepon pintar memiliki hubungan dengan pengalaman subjektif pengguna selama mobilitas sehari-hari. Namun, penelitian Buda et al. menggunakan pendekatan kuantitatif dan membahas penggunaan telepon dalam berbagai konteks. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menjelaskan secara kualitatif bagaimana perjalanan pulang menggunakan KRL dialami pekerja Generasi Z sebagai ruang yang mempertemukan kelelahan, waktu kosong, kebutuhan pemulihan, dan penggunaan TikTok.

Temuan penelitian ini memperluas pembahasan Kunz et al. (2024) mengenai penggunaan teknologi setelah jam kerja dan psychological detachment. Kunz et al. (2024) menunjukkan bahwa aktivitas kerja berbantuan teknologi setelah jam kerja dapat membatasi pelepasan psikologis pekerja dari pekerjaan. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan pola yang berbeda karena teknologi digunakan informan untuk kepentingan nonkerja, yaitu memperoleh hiburan, mengisi waktu perjalanan, dan melepaskan diri sementara dari pikiran mengenai pekerjaan. Namun, gratifikasi tersebut tidak selalu menghasilkan pengalaman pemulihan yang sepenuhnya positif. Ketika penggunaan TikTok berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan dan tetap dilanjutkan setelah informan terpapar konten negatif, penggunaan tersebut dapat menghasilkan pengalaman pemulihan digital yang ambivalen.

Perjalanan komuter tidak dapat dinyatakan sebagai penyebab langsung doomscrolling. Konteks tersebut lebih tepat dipahami sebagai kondisi situasional tempat penggunaan TikTok berlangsung. Doomscrolling terbentuk melalui pertemuan antara kondisi pascakerja, kebutuhan pengguna, keterlibatan terhadap konten, kesadaran terhadap waktu, paparan konten negatif, dan kemampuan mengendalikan penggunaan.

FYP, Rasa Penasaran, dan Pengguliran Berkepanjangan

Informan mengalami FYP sebagai aliran konten yang terus menyediakan video baru. Ketika konten yang muncul dianggap menarik, lucu, viral, bersambung, atau sesuai dengan minat pribadi, rasa penasaran informan dapat mempertahankan pengguliran. Temuan tersebut tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa mekanisme algoritma TikTok sengaja dirancang untuk membuat pengguna terus berada di dalam aplikasi. Data wawancara hanya menunjukkan pengalaman informan ketika berhadapan dengan aliran konten FYP.

Konten lucu, konten viral, drama Tiongkok, video mekanik, dan konten bersambung lebih tepat dipahami sebagai pemicu pengguliran berkepanjangan, bukan sebagai pemicu langsung doomscrolling. Konten tersebut dapat membuat informan menggunakan TikTok lebih lama daripada yang direncanakan, kehilangan kesadaran terhadap waktu, atau merasa tanggung untuk berhenti. Akan tetapi, pengalaman tersebut belum memenuhi batas doomscrolling apabila tidak melibatkan paparan konten negatif dan kelanjutan pengguliran meskipun pengguna mengalami ketidaknyamanan.

Pembedaan ini memperjelas hubungan antara pengguliran berkepanjangan dan doomscrolling. Pengguliran berkepanjangan menyediakan kondisi ketika informan semakin lama terlibat dalam aliran FYP. Dalam proses tersebut, konten negatif dapat muncul di antara konten hiburan dan informasi. Apabila informan tetap melanjutkan pengguliran setelah konten tersebut menimbulkan ketidaknyamanan dan mengalami kesulitan berhenti, pengalaman itu dapat diarahkan pada doomscrolling.

Temuan tersebut memperluas konsep Sharma et al. (2022) dengan memperlihatkan tahapan sebelum keterlibatan terhadap konten negatif terbentuk. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada platform TikTok, pengalaman doomscrolling dapat didahului oleh pengguliran terhadap konten yang tidak negatif. Meskipun demikian, keberadaan konten menarik atau penggunaan dalam durasi panjang tidak cukup menjadi dasar untuk menyebut suatu pengalaman sebagai doomscrolling.

Paparan Konten Negatif, Kontrol Diri, dan Pengalaman Emosional

Paparan konten negatif menjadi titik penting yang mengubah pengalaman penggunaan TikTok. Informan tidak selalu membuka TikTok dengan tujuan mencari konten negatif, tetapi dapat menemukannya di antara konten hiburan dan informasi pada FYP. Ketika konten tersebut menimbulkan overthinking, penurunan suasana hati, atau ketidaknyamanan, gratifikasi yang diperoleh tidak lagi sepenuhnya sesuai dengan gratifikasi yang dicari pada awal penggunaan.

Respons informan memperlihatkan variasi kontrol diri. Sebagian informan melewati konten negatif lalu melanjutkan pengguliran, sedangkan informan lainnya melaporkan konten, mencari klarifikasi, atau keluar dari aplikasi. Variasi tersebut menjelaskan mengapa paparan konten negatif tidak otomatis menghasilkan doomscrolling. Pengalaman baru mengarah pada doomscrolling ketika pengguliran tetap dilanjutkan meskipun pengguna telah menyadari ketidaknyamanan dan mengalami kesulitan berhenti.

Temuan mengenai ketidaknyamanan emosional menguatkan Sharma et al. (2022), yang menghubungkan doomscrolling dengan afek negatif dan rendahnya regulasi diri. Temuan ini juga sejalan dengan Fidella et al. (2025) mengenai keterkaitan doomscrolling dengan rasa ingin tahu, kecemasan, dan stres. Namun, penelitian ini memperluas kedua penelitian tersebut dengan menunjukkan strategi respons yang berbeda, yaitu melewati konten, melaporkan, mencari klarifikasi, menetapkan stasiun tujuan sebagai batas, atau keluar dari aplikasi.

Perbedaan respons tersebut memiliki implikasi bahwa kemampuan berhenti merupakan unsur penting dalam menentukan pengalaman doomscrolling. Informan yang memilih keluar dari aplikasi setelah menemukan konten negatif memperlihatkan kontrol penggunaan yang lebih kuat. Oleh karena itu, pengalaman tersebut tidak dapat disamakan dengan informan yang tetap menggulir meskipun konten telah menimbulkan ketidaknyamanan.

Makna Pengalaman: antara Pemulihan dan Keterjebakan Digital

Pengalaman penggunaan TikTok setelah bekerja memiliki makna yang ambivalen. TikTok dimaknai sebagai media hiburan, pengisi waktu, sumber informasi, dan ruang jeda sementara dari tuntutan pekerjaan. Makna tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok merupakan upaya informan memperoleh pemulihan dengan cara yang praktis selama perjalanan pulang.

Namun, pemulihan yang diperoleh tidak selalu berlangsung secara utuh. Ketika penggunaan berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan, informan dapat kehilangan kesadaran terhadap waktu, mengalami tambahan kelelahan, atau terbawa dalam kebiasaan penggunaan di luar perjalanan. Paparan konten negatif juga dapat mengubah pengalaman yang semula menghibur menjadi pengalaman yang menimbulkan overthinking atau penurunan suasana hati.

Temuan ini menguatkan Mutiara & Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2023) mengenai fungsi hiburan dan informasi dalam penggunaan TikTok. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan tersebut dapat berjalan bersamaan dengan pengalaman yang tidak diharapkan. Temuan ini juga memperluas Buda et al. (2023) karena memperlihatkan secara fenomenologis bagaimana aktivitas yang dipilih untuk mengisi waktu selama perjalanan dapat menghasilkan manfaat sekaligus ketidaknyamanan.

Makna keterjebakan digital tidak berlaku secara seragam bagi seluruh informan. Informan yang masih mampu berhenti ketika mencapai tujuan, merasa bosan, atau menemukan konten negatif memperlihatkan kontrol yang lebih kuat. Sebaliknya, pengalaman keterjebakan lebih terlihat ketika informan kehilangan kesadaran terhadap waktu, merasa sulit berhenti, dan terus menggulir setelah mengalami ketidaknyamanan. Oleh karena itu, ambivalensi pengalaman perlu dipahami sebagai variasi lintas episode, bukan sebagai kondisi yang selalu dialami seluruh informan.

Sintesis Pembahasan dan Kebaruan Penelitian

Pola besar yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pengalaman pemulihan digital yang ambivalen. TikTok dipilih sebagai media pemulihan yang praktis selama ruang transisi pascakerja. Kebutuhan akan hiburan, informasi, pengisian waktu, dan pengalihan perhatian membentuk motif untuk membuka TikTok. Gratifikasi awal berupa hiburan, informasi, dan berkurangnya kebosanan mempertahankan penggunaan. Ketika keterlibatan terhadap FYP berlanjut, penggunaan dapat berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan yang ditandai dengan kehilangan kesadaran terhadap waktu dan kesulitan berhenti. Apabila dalam proses tersebut informan terpapar konten negatif, mengalami ketidaknyamanan, tetapi tetap melanjutkan pengguliran, pengalaman tersebut mengarah pada doomscrolling.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menguatkan batas konseptual doomscrolling yang dikemukakan Sharma et al. (2022) khususnya mengenai keterlibatan terhadap konten negatif, kesulitan berhenti, dan kesadaran terhadap dampak emosional. Penelitian ini juga menguatkan temuan Fidella et al. (2025) mengenai peran rasa ingin tahu, tetapi menunjukkan bahwa FOMO tidak muncul secara seragam sebagai pengalaman eksplisit informan. Temuan mengenai motif hiburan dan informasi menguatkan Mutiara & Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2023) sedangkan perbedaan antara gratifikasi yang dicari dan pengalaman yang diperoleh memperluas kajian tersebut ke dalam konteks penggunaan yang problematis.

Konteks perjalanan komuter menguatkan Buda et al. (2023) mengenai pentingnya konteks dalam memahami pengalaman penggunaan telepon pintar. Penelitian ini memperluasnya melalui pengalaman pekerja

Generasi Z yang menggunakan TikTok selama perjalanan pulang dengan KRL. Perbandingan dengan (Kunz et al., 2024) menunjukkan bahwa hubungan penggunaan teknologi pascakerja dengan pemulihan perlu dipahami berdasarkan tujuan penggunaannya. Teknologi yang digunakan untuk melanjutkan pekerjaan dapat mempertahankan keterhubungan psikologis dengan domain kerja. Sebaliknya, TikTok digunakan informan untuk menciptakan jeda dari pekerjaan, tetapi penggunaan yang berkelanjutan dapat mengubah sarana pemulihan tersebut menjadi pengalaman yang melelahkan dan sulit dihentikan.

Kebaruan penelitian ini tidak hanya terletak pada penggunaan TikTok, pekerja Generasi Z asal Bogor, atau perjalanan KRL sebagai lokasi penelitian. Kebaruan utamanya terletak pada penjelasan mengenai proses perubahan pengalaman dari penggunaan yang aktif dan bertujuan menuju pengguliran berkepanjangan serta, pada episode tertentu, doomscrolling. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Uses and Gratifications Theory menjelaskan kebutuhan, motif, pemilihan TikTok, serta gratifikasi yang dicari dan diperoleh, tetapi tidak secara tunggal menjelaskan pengalaman ketika penggunaan menjadi sulit dikendalikan.

Secara konseptual, penelitian ini menghasilkan pembedaan antara pengguliran biasa, pengguliran berkepanjangan, dan doomscrolling. Secara kontekstual, penelitian ini menempatkan perjalanan komuter pascakerja sebagai ruang transisi tempat kebutuhan pemulihan dan penggunaan media digital bertemu. Secara empiris, penelitian ini memperlihatkan bahwa pengalaman doomscrolling tidak seragam karena dipengaruhi oleh jenis konten, kesadaran terhadap waktu, kondisi emosional, serta kemampuan informan menghentikan penggunaan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa doomscrolling TikTok merupakan pengalaman situasional dan ambivalen, bukan sekadar penggunaan media sosial dalam durasi panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motif dan pemaknaan pengalaman *doomscrolling* TikTok setelah bekerja pada pekerja Generasi Z asal Bogor, dapat disimpulkan bahwa TikTok dimaknai sebagai ruang jeda digital selama perjalanan pulang setelah bekerja yang berfungsi sebagai media hiburan, pengisi waktu, sumber informasi, dan pengalihan perhatian dari kelelahan serta tekanan pekerjaan. Pengalaman penggunaan TikTok tidak seluruhnya dapat dikategorikan sebagai *doomscrolling*, karena terdapat perbedaan antara pengguliran biasa, pengguliran berkepanjangan, dan *doomscrolling*. Pengguliran biasa berlangsung ketika penggunaan masih memiliki tujuan dan batas penghentian yang jelas, sedangkan pengguliran berkepanjangan terjadi ketika penggunaan berlangsung lebih lama dari yang direncanakan dan disertai berkurangnya kesadaran terhadap waktu atau kesulitan berhenti. Pengalaman mengarah pada *doomscrolling* ketika informan tetap melanjutkan pengguliran setelah terpapar konten negatif atau konten yang menimbulkan ketidaknyamanan, meskipun menyadari perubahan perasaan yang dialami. Motif penggunaan TikTok meliputi kebutuhan memperoleh hiburan, mengurangi kebosanan, mengisi waktu perjalanan, melepaskan ketegangan, mencari informasi, dan memperoleh referensi praktis, dengan gratifikasi berupa hiburan, perbaikan suasana hati, perasaan lebih rileks, memperoleh informasi, serta perjalanan yang terasa lebih singkat. Namun, gratifikasi tersebut dapat berkembang menjadi pengguliran berkepanjangan ketika informan terlibat dalam aliran konten FYP yang menarik, viral, bersambung, atau sesuai dengan minat pribadi. Konsekuensi penggunaan juga bersifat ambivalen, karena selain memberikan hiburan dan pemulihan sementara, penggunaan berlebihan atau paparan konten negatif dapat menimbulkan *overthinking*, penurunan suasana hati, ketidaknyamanan, tambahan kelelahan, dan penurunan energi sosial. Perbedaan respons informan, seperti melewati konten, melaporkan, mencari klarifikasi, menetapkan batas berdasarkan stasiun tujuan, atau menghentikan penggunaan, menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan dan menghentikan penggunaan menjadi unsur penting dalam membedakan pengguliran berkepanjangan yang masih terkendali dari pengalaman yang mengarah pada *doomscrolling*. Dengan demikian, esensi pengalaman *doomscrolling* TikTok pada penelitian ini merupakan bentuk pemulihan digital yang bersifat ambivalen dan situasional, yang terbentuk melalui pertemuan antara kondisi pascakerja, perjalanan komuter, kebutuhan penggunaan media, keterlibatan terhadap FYP, kesadaran terhadap waktu, paparan konten negatif, serta kemampuan informan mengendalikan penggunaan.

Berdasarkan temuan penelitian, pekerja Generasi Z dan pengguna TikTok disarankan untuk meningkatkan kesadaran terhadap pola penggunaan media sosial, menetapkan batas waktu, lebih selektif terhadap konten, serta mengembangkan alternatif aktivitas pemulihan setelah bekerja agar penggunaan TikTok tidak berkembang menjadi kebiasaan pengguliran yang sulit dihentikan. Lingkungan kerja juga dapat mendukung keseimbangan antara pekerjaan dan pemulihan dengan membangun budaya kerja yang sehat serta memperhatikan batas komunikasi di luar jam kerja. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian mengenai *doomscrolling* dapat dikembangkan dengan melibatkan informan yang lebih beragam berdasarkan pekerjaan, wilayah, dan karakteristik sosial, serta membandingkan pengalaman penggunaan pada platform media sosial

lain. Penelitian berikutnya juga dapat memanfaatkan pendekatan yang berbeda atau menambahkan data pendukung seperti *screen time*, catatan penggunaan harian, maupun observasi digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pola penggunaan media sosial setelah bekerja. Dalam kajian ilmu komunikasi, penelitian mengenai *doomscrolling* dapat dikembangkan untuk memahami keterkaitan antara pengguna, media digital, aliran konten berbasis algoritma, motif penggunaan, dan pengalaman emosional dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR REFERENSI

- Al Hikam, H. A. (2026, August 2). *1 juta orang desak-desakan di KRL tiap hari kerja*. Detik Finance.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). *Survei pengguna internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah penduduk menurut wilayah, klasifikasi generasi, dan jenis kelamin, Indonesia, tahun 2020*.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik komuter Jabodetabek: Hasil survei komuter Jabodetabek 2023*.
- Badan Pusat Statistik Jakarta. (2015). *Komuter DKI Jakarta tahun 2014*.
- Baktash, M. B., & Pütz, L. (2025). Detach to thrive: Psychological detachment from work and employee well-being. *Journal of Happiness Studies*, 26(4). <https://doi.org/10.1007/s10902-025-00883-7>
- Bek, P. (2022). *No bicycle, no bus, no job: The making of workers' mobility in the Netherlands, 1920–1990*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781040799840>
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Bhatiasevi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. *Frontiers in Psychiatry*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2024.1260565>
- Blake, H., Hassard, J., Thomson, L., Choo, W. H., Dulal-Arthur, T., Karanika-Murray, M., Delic, L., Pickford, R., & Rudkin, L. (2025). Psychological detachment from work predicts mental wellbeing of working-age adults: Findings from the “Wellbeing of the Workforce” (WoW) prospective longitudinal cohort study. *PLOS ONE*, 20(1). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0312673>
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Buda, T. S., Khwaja, M., Garriga, R., & Matic, A. (2023). Two edges of the screen: Unpacking positive and negative associations between phone use in everyday contexts and subjective well-being. *PLOS ONE*, 18(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284104>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2025). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Sage.
- Daly, D., Kuru, J., Fripp, A., Schneider, N., Leach, A., Ferrière, C.-A., & Fountain, A. (2024). *Humans R social media-2024 “Living Book” edition: A living new media textbook for college learners and collaborators*. The iVoices Media Lab, University of Arizona.
- DataReportal. (2025, November 5). *Digital 2026: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan. (2024). *Statistik komuter Jabodetabek: Hasil survei komuter Jabodetabek 2023* (Vol. 3).
- Domoff, S. E., Borgen, A. L., Rye, B., Barajas, G. R., & Avery, K. (2022). Problematic digital media use and addiction. In J. Nesi, E. H. Telzer, & M. J. Prinstein (Eds.), *Handbook of adolescent digital media use and mental health* (pp. 300–316). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108976237.016>
- Entrena-Serrano, C. (2025). Watch, scroll, repeat: How interface design shapes consumptive curation affordances on TikTok. *Social Media + Society*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/20563051251358529>
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Fidella, V., Panggabean, S. A. A., Aabidah, S., & Budiani, M. S. (2025). Doomscrolling on Gen-Z social media users Twitter and Instagram. *MOTIVA: Jurnal Psikologi*, 8(1), 74. <https://doi.org/10.31293/mv.v8i1.8646>
- Gu, L., Gao, X., & Li, Y. (2022). What drives me to use TikTok: A latent profile analysis of users' motives. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.992824>

- Hai, L. D., & Xiong, X. Y. (2025). Motivations behind Gen Z's news sharing on social media: A PLS-SEM study in Vietnam. *Frontiers in Psychology*, 16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1604723>
- Ibrahim, M. A. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif: Panduan penelitian beserta contoh proposal kualitatif*. Perpustakaan Nasional.
- Kriyantono, R., & Bungin, B. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kunz, L. K., Ducki, A., & Hoppe, A. (2024). What if I like it? Daily appraisal of technology-assisted supplemental work events and its effects on psychological detachment and work engagement. *Frontiers in Organizational Psychology*, 2. <https://doi.org/10.3389/forgp.2024.1304446>
- Media Indonesia. (2026, July 19). *Mengenai doomscrolling: Kebiasaan intip berita buruk yang merusak kesehatan mental Gen Z*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/912279/mengenai-doomscrolling-kebiasaan-intip-berita-buruk-yang-merusak-kesehatan-mental-gen-z>
- Meier, J. V., & Kaspar, K. (2024). How schoolchildren use digital media in class and outside of school over several weeks: A quantitative case study with media diaries. *Frontiers in Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1379755>
- Mittelmark, M. B., Bauer, G. F., Vaandrager, L., Pelikan, J. M., Sagy, S., Eriksson, M., Lindström, B., & Magistretti, C. M. (Eds.). (2022). *The handbook of salutogenesis* (2nd ed.). Springer.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Morgan, H. (2022). Conducting a qualitative document analysis. *The Qualitative Report*, 27(1), 64–77. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044>
- Moustakas, C. (2013). *Phenomenological research methods*. Sage Publications.
- Mutiara, P., & Putri, K. Y. S. (2023). Uses and gratification theory in TikTok as social media marketing platform: Seen from market player view. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i1.164>
- Nesi, J., Telzer, E. H., & Prinstein, M. J. (Eds.). (2022). *Handbook of adolescent digital media use and mental health*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108976237>
- Nugroho, R. (2024, June 5). *Potret “anker” berdesakan di Stasiun Manggarai*. Detik Finance.
- Palmgreen, P. (1980). Relations between gratifications sought and gratifications obtained: A study of television news.
- Pindek, S., Shen, W., & Andel, S. (2023). Finally, some “me time”: A new theoretical perspective on the benefits of commuting. *Organizational Psychology Review*, 13(1), 44–66. <https://doi.org/10.1177/20413866221133669>
- Poepsel, M. (2018). *Media, society, culture and you: An introductory mass communication text*.
- Rivkin, W., Gerpott, F. H., & Unger, D. (2025). There and back again: The roles of morning- and evening commute recovery experiences for daily resources across the commute-, work-, and home domain. *Human Relations*, 78(3), 312–348. <https://doi.org/10.1177/00187267241236579>
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568–1582. <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>
- Shabahang, R., Hwang, H., Thomas, E. F., Aruguete, M. S., McCutcheon, L. E., Orosz, G., Hossein Khanzadeh, A. A., Mokhtari Chirani, B., & Zsila, Á. (2024). Doomscrolling evokes existential anxiety and fosters pessimism about human nature? Evidence from Iran and the United States. *Computers in Human Behavior Reports*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100438>
- Sharma, B., Lee, S. S., & Johnson, B. K. (n.d.). *The dark at the end of the tunnel: Doomscrolling on social media newsfeeds*.
- Soraci, P., Griffiths, M. D., Bevan, N., Pisanti, R., Trovato, M., Servidio, R., D'Aleo, E., Campedelli, L., Gallo, F., & Satici, S. A. (2025). Psychometric analysis of the Italian Doomscrolling Scale: Associations with problematic social media use, psychological distress, and mental well-being. *Current Psychology*, 44(12), 11872–11883. <https://doi.org/10.1007/s12144-025-07976-9>
- Stein, M., Nitschke, L., Trost, L., Dirschauer, A., & Deffner, J. (2022). Impacts of commuting practices on social sustainability and sustainable mobility. *Sustainability*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/su14084469>
- Tirocchi, S. (2023). Generation Z, values, and media: From influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>
- Twenge, J. M. (2017). *IGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood (and what this means for the rest of us)*. Atria Books.
- UNESCO. (2021). *Media and information literate citizens: Think critically, click wisely! Media & information*

literacy curriculum for educators & learners. UNESCO.

Valkenburg, P. M. (2022). Theoretical foundations of social media uses and effects. In J. Nesi, E. H. Telzer, & M. J. Prinstein (Eds.), *Handbook of adolescent digital media use and mental health* (pp. 39–60). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108976237.004>

Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M., & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>