



Hubungan religiositas dengan social media addictions pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Wike Nur Peni¹, Ilham Mundzir²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Abstract. Excessive social media use among students has been linked to detrimental impacts on mental, physical, and academic well-being. This study investigated the relationship between religiosity and social media addiction among 102 college students Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Employing an accidental sampling technique, data were collected using the MUDRAS religiosity scale and a modified social media addiction scale. Data analysis was carried out using the Pearson correlation test in SPSS 20. Pearson correlation analysis revealed a significant negative correlation (-0.212) between religiosity and social media addiction, suggesting that higher levels of religiosity are associated with lower levels of social media addiction. These findings support the notion of religiosity as a potential protective factor against this prevalent issue. Future research should explore this relationship in greater depth to develop effective prevention and intervention strategies

Keyword: Religiositas, social media, addictions, college students

History Article: Accepted July 14, 2024. Revision July 25, 2024. Approved July 27, 2024.

Correspondence Author: Ilham Mundzir, ilhammundzir@uhamka.ac.id, Jakarta, Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY

Pendahuluan

Kecanggihan teknologi telah membawa dampak luar biasa dalam kehidupan manusia, mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, dan bersantai. Salah satu manfaat utama teknologi adalah memudahkan akses informasi (Prasetyo et al., 2024). Teknologi telah membuka pintu menuju dunia pengetahuan yang tak terbatas, memungkinkan individu untuk belajar, berbagi, dan mengakses data secara instan. Perkembangan dalam teknologi khususnya di bidang komunikasi digital memungkinkan setiap individu terhubung dengan siapa pun di seluruh dunia secara *real-time*. Salah satu perkembangan digital yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan ialah perkembangan di bidang media sosial.

Dewasa ini, penggunaan media sosial sudah sangat melekat pada keberlangsungan hidup manusia. Penggunaannya semakin meluas, mencakup platform *facebook*, *instagram*, *youtube*, *tiktok* dan lainnya. Berdasarkan data yang disampaikan dalam (Sun & Zhang, 2020) penggunaan media sosial marak terjadi pada 67% dan 78 % populasi pada orang dewasa khususnya pada mahasiswa perguruan tinggi. Mahasiswa perguruan tinggi menjadi salah satu kelompok yang paling aktif dalam menggunakan platform-platform tersebut. Selain itu, hasil

survei oleh (Sholihah1 & Allenidekania2, 2022) menunjukkan bahwa individu mengakses sosial media rata-rata 1 hingga 2 jam setiap harinya (36,5%), 2 hingga 5 jam setiap hari (34,8%), di atas 5 jam setiap harinya (25,4%) dan hanya 1 hingga 4 jam setiap Minggu (3,3%). Penjelasan tersebut memberikan informasi bahwa mahasiswa menggunakan sosial media setiap hari (96,7%). Hal ini memunculkan fenomena yang semakin meresahkan, yaitu social media *addiction*.

Penggunaan sosial media yang berlebihan dikenal sebagai *social media addiction* yang didefinisikan sebagai ketergantungan psikologis maladaptif yang dicirikan dengan munculnya tanda meliputi perasaan candu serta menurunnya kemampuan mengatur diri (*self regulation*) (Sun & Zhang, 2020). Menurut (Zivnuska et al., 2019) kecanduan sosial merupakan penggunaan dan pemantauan sosial media secara berlebihan, diwujudkan dalam perilaku kompulsif saat menggunakannya hingga mengesampingkan aktivitas lainnya. Oleh karenanya, Pengaruh media sosial terhadap individu tidak dapat diremehkan. Hal ini tentunya dapat memberikan dampak negatif pada individu, terutama mahasiswa perguruan tinggi.

Penggunaan media sosial dapat berdampak signifikan terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan emosional seseorang. Seperti yang dijelaskan dalam (Sun & Zhang, 2020) bahwa media sosial berdampak buruk pada pribadi individu, seperti masalah tidur, depresi, cemas, kepuasan hidup yang rendah serta hubungan sosial yang kurang baik. Selain itu, menurut (Liu & Ma, 2018) bahwa media sosial dapat mempengaruhi diri mahasiswa seperti perasaan iri, penggunaan media sosial yang eksekif dapat menyebabkan stres, kesulitan dalam mengendalikan emosi, dan kesulitan dalam mengendalikan waktu. Hal ini dapat mempengaruhi kesehatan mental dan fisik mahasiswa. Akibatnya penggunaan media sosial secara berlebihan merupakan masalah patologis yang dapat mengganggu aktivitas dan kesehatan mahasiswa (Prasetyo et al., 2024).

Berdasarkan data yang disebutkan dalam (Zivnuska et al., 2019) bahwa *social media addiction* dianggap sebagai masalah kesehatan yang berkembang di berbagai belahan dunia, dengan perkiraan tingkat kecanduan antara 1,5% di Amerika Serikat 8,2% Eropa, dan sebanyak 7% di beberapa negara Asia. Selain dari pada itu, penggunaan media sosial yang eksekif dapat mempengaruhi akademik mahasiswa. Mahasiswa yang terlalu banyak menggunakan media sosial dapat menghabiskan waktu yang sangat banyak, sehingga menyebabkan mahasiswa untuk tidak dapat berkonsentrasi dengan baik hal ini dapat menghambat proses belajar (Akbar, 2023). Tidak hanya itu, penggunaan media sosial juga dapat memengaruhi kinerja akademik mahasiswa. Gangguan yang disebabkan oleh penggunaan media sosial, seperti kurangnya fokus, kurangnya tidur, dan kecanduan, dapat menghambat kemampuan belajar dan kinerja akademik secara keseluruhan (Fauziah, dkk 2024). Oleh hal yang demikian terdapat salah satu hal yang dapat mengontrol perilaku *social media addiction* pada mahasiswa yakni tingkat religiositasnya.

Religiositas adalah dimensi batiniah personal setiap individu di hadapan Tuhan yang, dalam banyak hal, merupakan misteri bagi orang lain. Ini mencakup totalitas dalam pribadi manusia. Sebagai dimensi batiniah, religiositas tidak dapat disaksikan secara langsung, namun bisa terlihat melalui implementasi perilaku religius itu sendiri (Pranikah et al., 2019). Dalam konteks *social media addiction* peran religiositas dapat membantu individu dalam menahan diri

saat ada keinginan atau dorongan untuk melakukan sesuatu yang melawan norma (Pranikah et al., 2019).

Agama dan nilai-nilai keagamaan dapat menjadi sumber dukungan dan panduan bagi mahasiswa dalam menghadapi pengaruh negatif media *social* (Romlah & Rusdi, 2023). Religiositas dapat memberikan kerangka nilai dan moral yang kuat, membantu mahasiswa menjaga keseimbangan dalam penggunaan media sosial serta menanggapi tekanan dan tantangan yang muncul. Religiolitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan media sosial mahasiswa (Anggun & Supriyadi, 2020). Mahasiswa yang memiliki religiulitas tinggi dapat lebih mengawasi penggunaan media sosial mereka, sehingga tidak menjadi *addict*. Agama dan religiositas menjadi aspek penting dalam kehidupan sebagian besar mahasiswa dalam mengontrol perilaku, terutama bagi mereka yang belajar di institusi pendidikan Islam.

Penelitian oleh Prasetyo et al (2024) terkait *The Influence of Internet Addiction and the Character of Religious Youth on Family Quality* menyatakan bahwa dalam variabel religiositas ini berpengaruh dengan *social media addiction*, di mana kecanduan media sosial bisa dibatasi melalui religiositas pada seseorang. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara keterhubungan variabel religiositas dengan *social media addiction*. Hal ini membuktikan bahwa memang ada keterkaitan antara kecanduan media sosial dengan tingkat religiositas, sehingga penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan acuan terkait tingkat keterkaitan antara religiositas dengan *social media addiction*. Variabel-variabel yang berkesinambungan dapat membantu peneliti dalam mencapai temuannya terkait penerapan tingkat religiositas dengan *social media addiction*.

Penelitian terkait religiositas dan *social media addiction* telah banyak dilaksanakan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fauziah, dkk 2024) dan penelitian oleh (Aulia et al., 2022), akan tetapi belum banyak yang mengkaji fenomena tersebut di kalangan mahasiswa, khususnya di perguruan tinggi islam, oleh karena itu untuk mengisi kekosongan, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan antara religiositas dan *social media addiction* pada mahasiswa perguruan tinggi Islam khususnya di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan bisa menjelaskan dengan lebih mendetail mengenai pengaruh nilai-nilai agama terhadap sikap dalam penggunaan media *social* di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Islam, serta potensi intervensi sebagai upaya meminimalisir kecanduan media sosial di kalangan mereka.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan pengetahuan peneliti terhadap Hubungan Antara Religiositas dan Social media *addiction* Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, dengan mengetahui keterkaitan antara religiositas dengan *social media addiction*. Penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian sebelumnya, dikarenakan penerapannya dalam lingkup suatu universitas islam. Sehingga perspektif islam akan lebih unggul daripada penelitian sebelumnya yang bersifat universal baik agama islam maupun lainnya.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk melihat hubungan antara religiositas dan *social media addiction*. Selanjutnya pada penelitian ini, partisipan penelitian merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang berjumlah 102 orang (28 orang laki-laki dan 74 orang Perempuan) dengan rerata usia 19-22 tahun. Kriteria partisipan adalah mahasiswa UHAMKA, baik laki-laki maupun perempuan, pengguna sosial media dengan intensitas di atas 3 jam sehari. Teknik sampling yang diterapkan merupakan non-random sampling, yaitu *accidental sampling* yang mengacu pada pengambilan partisipan secara tidak terencana atau sesuai kesempatan.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala religiositas MUDRAS yang telah dikembangkan oleh (Suryadi et al., 2020) dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur kecanduan media social adalah skala yang dikembangkan oleh (Agung & Sahara, 2023). Kedua alat ukur tersebut telah terbukti valid serta reliabel karena mengikuti alat ukur yang telah dikembangkan pada penelitian sebelumnya, yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh (Suryadi et al., 2020) untuk skala religiositas dan penelitian oleh (Agung & Sahara, 2023) untuk skala *social media addiction*.

Model skala kecanduan media sosial menggabungkan 3 aspek utama, yakni konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan kompulsif, yang telah diadaptasi menjadi 15 item. Kuesioner ini menerapkan format skala Likert dengan empat pilihan jawaban: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), dengan penilaian skor dari 1 hingga 4.

Tabel 1. Blue Print Kecanduan Media Sosial

No.	Aspek	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Konsekuensi sosial (<i>Social consequences</i>)	1, 2, 3, 4	-	4
2	Pengalihan Waktu (<i>Time displacement</i>)	5, 6, 7, 8	-	4
3	Perasaan koompulsif (<i>Compulsive feelings</i>)	9, 11, 12, 13, 14	10, 15	7
Total		13	2	15

Kemudian untuk alat ukur religiositas menggunakan alat ukur MUDRAS yang dikembangkan oleh Suryadi et al., (2020) mempunyai tiga aspek, yaitu: *Sinful acts* (tindakan dosa), *recommended acts* (perbuatan yang dianjurkan), dan *engaging in bodily worship of Allah* (melakukan ibadah jasmani kepada Tuhan), yang terdiri dari 28 aitem pernyataan. Skala religiositas menggunakan format skala Likert dengan empat pilihan jawaban: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dengan skala penilaian dari 1 hingga 4.

Tabel 2. Blue Print Religiositas

No	Aspek	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Engaging in bodily worship of Allah</i>	1, 2, 3, 4	-	4
2	<i>Recommended acts</i>	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13	-	9
3	<i>Sinful acts</i>	-	14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28	15
Total		13	15	28

Setelah dibagikan kuesioner yang merujuk pada alat ukur skala religiositas dan *Social media addiction*, peneliti melanjutkan tahap analisis data dengan menggunakan uji korelasi pearson pada aplikasi SPSS 20. Untuk teknik yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yaitu menggunakan uji korelasi. Adapun uji korelasi adalah cara yang digunakan untuk menentukan keeratan hubungan antara dua variabel berbeda yang digambarkan dengan ukuran koefisien korelasi (Prasetyo et al., 2024). Uji korelasi ini diharapkan dapat menjadi salah satu uji yang menghasilkan keterkaitan dari variabel penelitian, yaitu hubungan antara tingkat religiositas dengan *social media addiction*.

Hasil dan Diskusi

Penelitian ini mengeksplorasi korelasi antara tingkat religiositas dan kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Kecanduan media sosial merupakan fenomena yang semakin umum di kalangan mahasiswa, dan ada banyak faktor yang dapat mempengaruhinya, termasuk tingkat religiositas. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk mengurangi dampak negatif dari kecanduan media sosial.

Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa tingkat religiositas mahasiswa bervariasi dengan distribusi data yang cenderung normal. Skor religiositas berkisar dari 60 hingga 110, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 98.6. Standar deviasi yang dihasilkan adalah 8.95, menunjukkan variasi yang cukup dalam tingkat religiositas mahasiswa. Untuk kecanduan media sosial, skor berkisar dari 14 hingga 56 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 31.2 dan standar deviasi 8.05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa berada pada tingkat kecanduan yang sedang, ada juga yang menunjukkan kecenderungan kecanduan yang tinggi.

Tabel. 3 Hasil Uji Korelasi

		Religiositas	Social Media Addiction
Religiositas	Pearson Correlation	1	-.212*
	Sig. (2-tailed)		.032
	N	102	102
Social Media Addiction	Pearson Correlation	-.212*	1
	Sig. (2-tailed)	.032	
	N	102	102

Berdasarkan tabel data hasil uji korelasi di atas, maka didapat koefisien korelasi sebesar -0.212 pada kategori sedang. Nilai koefisien bertanda negatif yang berarti terjadi hubungan negatif, yang artinya jika religiositas rendah maka perilaku social media addiction meningkat atau jika religiositas tinggi maka social media addiction menurun. Kemudian hasil signifikansi menunjukkan 0.032, maka $P \leq 0.05$, itu artinya ada hubungan yang signifikan antara religiositas dengan social media addiction pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Penelitian ini mengeksplorasi korelasi antara tingkat religiositas dan kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Berdasarkan hasil analisis korelasi, dapat diketahui terdapat hubungan negatif dan signifikan antara tingkat

religiositas dan kecanduan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Aulia et al., 2022), dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa individu yang lebih tinggi tingkat religiositasnya akan memiliki lebih baik pula dalam mengontrol diri, sehingga mengurangi kemungkinan perilaku negatif di lingkungan sekitarnya. Penelitian lain (Dwi Marsela & Supriatna, 2019) juga menyarankan bahwa tingkat religiositas yang tinggi serta kemahiran dalam mengontrol diri saat menggunakan media sosial akan berdampak pada berkurangnya risiko untuk melakukan hal yang dapat mengakibatkan kerugian pada diri sendiri maupun orang lain.

Marcus & McCullough (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa rutinitas keagamaan harian, seperti mempelajari agama serta melaksanakan ibadah, dapat menjadi faktor pendorong seseorang dalam mengintrospeksi tindakan mereka. Ini karena religiositas bisa menstabilisasi perilaku, memberikan rasa aman, dan mempengaruhi nilai moral individu (Aulia et al., 2022). Religiositas seseorang juga akan berpengaruh pada tingkat kecerdasan emosinya. Dengan emosi yang relatif stabil, seseorang tersebut akan lebih mampu mengendalikan diri terhadap berbagai hal (Shata & Wilani, 2019). Hal ini membuktikan bahwa penelitian ini sangat didukung dengan hasil yang juga sesuai (studi literatur) terkait hasil yang negatif menyatakan bahwa signifikan antara tingkat religiositas dan kecanduan media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka religiositas sangat mempengaruhi individu dalam penggunaan media sosial, jika individu yang mempunyai religiositas yang tinggi maka kontrol diri semakin baik dan mampu menghindari dari perilaku yang mampu merugikan dirinya dan orang lain, begitupun sebaliknya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa memang penelitian ini secara tidak langsung mendukung kemungkinan peran religiositas sebagai faktor pelindung, seperti yang muncul dari sebagian besar penelitian yang diteliti. Religiositas juga tampaknya dikaitkan dengan rendahnya tingkat permainan internet di kalangan remaja. Dijelaskan juga bahwa arti sesungguhnya dari temuan dalam penelitian ini ialah tingkat religiositas yang tinggi serta kemahiran dalam mengontrol diri saat menggunakan media sosial akan berdampak pada berkurangnya risiko untuk melakukan hal yang dapat mengakibatkan kerugian pada diri sendiri maupun orang lain.

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini terbatas hanya pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dan kurangnya jumlah responden yang dikumpulkan dan keterbatasan dalam peninjauan studi literatur pada penelitian, sehingga hasil temuan pada penelitian ini masih sangat terbatas dan belum sepenuhnya efisien atau efektif terhadap konteks permasalahan yang diangkat. Sehingga, peneliti berharap di penelitian selanjutnya para pembaca maupun penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam menemukan hasil yang jauh lebih efektif dan efisien.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan serta pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat korelasi atau hubungan negatif antara tingkat religiositas dan kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Artinya,

semakin rendah tingkat religiositas seseorang, semakin tinggi kecenderungan untuk kecanduan media sosial, dan sebaliknya. Hal ini juga ditunjukkan melalui hasil uji korelasi yang didapat koefisien korelasi sebesar -0.212 pada kategori sedang. Nilai koefisien bertanda negatif yang berarti terjadi hubungan negatif, artinya jika religiositas rendah maka perilaku *social media addiction* meningkat atau jika religiositas tinggi maka *social media addiction* menurun. Sehingga menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki hasil negatif dan signifikan antara tingkat *religiositas* dan kecanduan media sosial. Hal ini dapat disimpulkan bahwa memang penelitian ini secara tidak langsung mendukung kemungkinan peran religiositas sebagai faktor pelindung, seperti yang muncul dari sebagian besar penelitian yang diteliti. Temuan dari penelitian ini memberikan kontribusi penting secara teoritis dengan meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara religiositas dan kecanduan media sosial.

Referensi

- Agung, I. M., & Sahara, D. (2023). Validitas Konstrak Skala Kecanduan Media Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 4(2), 76. <https://doi.org/10.24014/pib.v4i2.21746>
- Akbar, M. F. (2023). *Social media addiction and Bedtime Procrastination in Students Kecanduan Media Sosial dan Bedtime Procrastination Pada Siswa*. 12(3), 309–315.
- Anggun, S., & Supriyadi. (2020). Hubungan Penggunaan Media Sosial, Religiusitas Dengan Agresifitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, 1(2), 230–237. <http://103.114.35.30/index.php/JKM/article/view/5222>
- Aulia, W., Maputra, Y., Afriyeni, N., & Sari, L. (2022). Hubungan Religiusitas dengan Kontrol Diri dalam Penggunaan TikTok pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 9(2), 118. <https://doi.org/10.24843/jpu.2022.v09.i02.p02>
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Fauziah, R. N., Nurpratiwiningsih, L., & Toharudin, M. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Konsentrasi Siswa di SD Negeri Brebes 01. *Jurnal Ilmu Pendidikan Sekolah Dasar*, 2(11), 127–136.
- Juliawati, D., Yandri, H., Sujadi, E., & Ahmad, B. (2020). Pemantapan Tauhid Remaja Masjid Melalui Kegiatan Layanan Bimbingan Kelompok. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(3), 323-329.
- Liu, C., & Ma, J. (2018). Personality and Individual Differences Development and validation of the Chinese social media addiction scale. *Personality and Individual Differences*, 134(May), 55–59. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.05.046>
- Marcus, Z. J., & McCullough, M. E. (2021). Does religion make people more self-controlled? A review of research from the lab and life. *Current Opinion in Psychology*, 40, 167–170. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.12.001>
- Pranikah, S., Di, R., & Samarinda, M. A. N. (2019). Hubungan Religiusitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*. 1(3), 126–131.
- Prasetyo, R., Bhayangkara, B. (2024). *Hubungan antara pola makan dan tingkat konsentrasi dalam belajar pada mahasiswa*. 4(3), 257–263.

- Romlah, S., & Rusdi, R. (2023). Pendidikan Agama Islam Sebagai Pilar Pembentukan Moral Dan Etika. *Al-Ibrah: Jurnal Pendidikan Dan Keilmuan Islam*, 8(1), 67–85. <https://doi.org/10.61815/alibrah.v8i1.249>
- Shata, N. I., & Wilani, N. M. A. (2019). Pengaruh Religiusitas terhadap Kecerdasan Emosi pada Siswa Perempuan SMA Muhammadiyah 1 Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 000, 165–175.
- Sholihah, W., & Allenidekania, I. N. R. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Memberikan Gadget Pada Anak. *Keperawatan Silampari*, 5(8.5.2017), 2003–2005.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2020). A Review of Theories and Models Applied in Studies of Social Media Addiction and Implications for Future Research. *Addictive Behaviors*, 106699. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Suryadi, B., Hayat, B., & Putra, M. D. K. (2020). Evaluating psychometric properties of the Muslim Daily Religiosity Assessment Scale (MUDRAS) in Indonesian samples using the Rasch model. *Mental Health, Religion and Culture*, 23(3–4), 331–346. <https://doi.org/10.1080/13674676.2020.1795822>
- Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., Harris, R. B., Harris, K. J., Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., & Ranida, B. (2019). Social media addiction and social media reactions: The implications for job performance. *The Journal of Social Psychology*, 159(6), 746–760. <https://doi.org/10.1080/00224545.2019.1578725>