

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA
LINGKUNGAN MASYARAKAT**

**(Studi Kasus Di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan,
Kabupaten Takalar)**



Oleh :

KHAERUNNISA

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104220

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA LINGKUNGAN
MASYARAKAT**

**(Studi Kasus Di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten
Takalar)**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi dan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh:

KHAERUNNISA

Nomor Stambuk : 105651104220

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

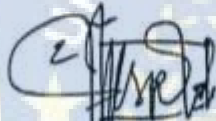
Judul Proposal Penelitian : Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial
TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada
Lingkungan Masyarakat
(Studi Kasus Di Desa Sawakong Kecamatan
Galcsong Selatan, Kabupaten Takalar)

Nama Mahasiswa : Khaerunnisa
Nomor Induk Mahasiswa : 10565 1104220
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Ahmad Syarif, S. Sos., M.I.Kom



Dian Muhtadiah Hamna, S.IP, M.I.Kom

Mengetahui:



Dekan

Dr. Hj. Hyanif Malik, S.Sos., M.Si

NBM. 730 727

Ketua Program Studi



Dr. Syukri, S.Sos, M.Si

NBM. 923 568

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh tim penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan atau undangan menguji ujian skripsi Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan Nomor : 0233/FSP/A.4-II/II/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam program studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari Selasa tanggal 20 Bulan Februari 2024.



Tim Penguji

1. Wardah, S.Sos., M.A
2. Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I.Kom
3. Arni, S.Kom., M.I.Kom
4. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom

()
()
()
()

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Khaerunnisa

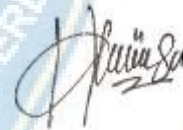
Nomor Induk Mahasiswa : 105651104220

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiasi dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Januari 2024

Yang menyatakan,



Khaerunnisa

ABSTRAK

Khaerunnisa (2024), Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat

(Studi Kasus Di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar) (dibimbing oleh Ahmad Syarif, dan Dian Muhtadiah Hamna)

Hadirnya aplikasi TikTok, remaja dapat menciptakan konten menarik, memungkinkan berbagai lapisan masyarakat untuk mengekspresikan diri dan gaya mereka melalui pembuatan video lucu, unik, menarik dan variasi lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat” dan “Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat di Desa Sawakong. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket, dengan jumlah populasi sebanyak 100 orang yang berusia mulai dari remaja awal (10-14tahun), remaja pertengahan (15-19tahun), hingga dewasa muda (20-24tahun).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku anak remaja di Desa Sawakong. Perubahan dalam pola perilaku ini mencakup kesulitan para remaja dalam membedakan apakah video tiktok yang viral dan banyak ditonton memiliki nilai manfaat, moralitas, atau edukatif. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh antara variabel X (Pengguna Media Sosial TikTok) terhadap variabel Y (Perilaku Remaja). Dimana di peroleh nilai pearson correlation adalah 0.775 dengan nilai sig. (2-tailed) 0.000. perolehan skor tersebut mengandung arti bahwa variabel pengguna tiktok memiliki korelasi terhadap variabel perilaku remaja dengan nilai 0.775.

Kata Kunci : Pengaruh, Pengguna Tiktok, Perilaku Remaja

KATA PENGANTAR

Tidak ada kata yang patut diucapkan kepada Allah SWT. Atas segala cinta kasihnya yang tak terhingga dan nikmatnya yang tak berujung, sehingga penulis mampu merampung dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar)”** yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung selama penulisan skripsi ini dapat terwujud atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah tulus memberikan sumbangan berupa pikiran, motivasi, dan nasehat.

Untuk semua itu dengan kerendahan hati pada kesempatan ini penulisan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya. Terutama kepada kedua orangtua penulis Bapak Muslimin dan Ibu Munah yang

telah membesarkan dan mendidik penulis secara ikhlas serta memberikan motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya, sehingga penulis bisa berada dititik ini. Terima kasih juga kepada keluarga besar saya yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan penghargaan dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, kepada orang yang penulis hormati yaitu :

1. Bapak Ahmad Syarif, S.Sos.,M.Ikom selaku pembimbing I dan Ibu Dian Muhtadiah Hamna, S.IP.,M.I.Kom selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis secara intensif, mengoreksi naskah skripsi serta mendorong agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan cepat. Penghargaan yang sangat tinggi kepada beliau atas keteladanan yang diberikan baik sebagai pribadi maupun sebagai pembimbing.
2. Ibu Arni, S. Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis dari mulai awal perkuliahan berlangsung.
3. Ibu Hj. Ihyani Malik, S. Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Syukri, S.Sos.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

5. Segenap Dosen dan Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan banyak ilmu dan arahan selama perkuliahan berlangsung, serta pelayanan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Untuk Staf Desa Sawakong dan Penyuluh Bkkbn Dg. Singara' yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
7. Untuk kakak, adik ku Melvi, adik Nurhikmah, yang telah membantu penulis dan selalu menemani juga senantiasa memberikan dukungan, semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Vika, Nadia, Hikma, Sukma dan teman-teman ku semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis, dan senantiasa memberikan dukungan, memberikan semangat selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi.
9. Rekan-rekan KKP-Kecamatan Pa'jukukang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
10. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020, atas segala bantuan dan kerjasamanya.
11. Untuk kak Andi Nurwahyuni atau sering disapa kak Yuyu, yang telah membantu penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, semoga Allah Swr. memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Oleh karena itu, penulis mengharapkan umpan balik dan saran konstruktif dari para pembaca. Terakhir, penulis berharap agar tujuan pembuatan skripsi ini tercapai sesuai harapan.

Makassar, 24 Januari 2024



Khaerunnisa



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Konsep dan Teori.....	14
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis	45
E. Definisi Operasional	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Lokasi	48
B. Jenis dan Tipe Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Teknik Analisis Data	53
F. Teknik Pengabsahan Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Objek Penelitian	56
B. Hasil Penelitian.....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	1
Tabel 3.1 Skala Liker	47
Tabel 3.2 Data Remaja	48
Tabel 4.1 Data Penduduk	54
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.4 Distribusi Responden Pengguna Tiktok.....	60
Table 4.5 Distribusi Responden Indikator Frekuensi Mengakses Media Sosial ...	61
Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden Inikator Jenis Media Sosial yang Paling Sering digunakan	62
Table 4.7 Distribusi Jawaban Responden Indikator Durasi Menggunakan TikTok	63
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Indikator Jenis Konten yang disaksikan di TikTok	64
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berpartisipasi dalam konten TikTok...65	
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Mengikuti Tren atau gaya di TikTok ..	66
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok	67
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Konten Tiktok mempengaruhi sikap emosional	68
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Tiktok mempengaruhi pola tidur ataupun aktivitas harian	69
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Tiktok mempengaruhi aktivitas sehari-hari.....	70
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Penggunaan Tiktok mempengaruhi keterlibatan sosial dilingkungan masyarakat	71
Tabel 4.16 Variabel X (Pengguna Media Sosial Tiktok.....	73
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Menerapkan Pengetahuan Memahami Sudut Pandang	75

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini di TikTok	76
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Penerapan keterampilan dari TikTok pada Lingkungan Masyarakat	77
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Senang menggunakan TikTok	79
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kepuasan setelah melihat konten Favorit di TikTok	80
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Respon kecemasan akibat konten di TikTok	81
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Kecenderungan Meniru hal-hal dari konten TikTok	82
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Pengaruh interaksi di TikTok terhadap sikap sosial	83
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden Kontribusi membagikan konten TikTok.....	84
Tabel 4.26 Variabel Y (Perilaku)	85
Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Deskriptive Statistik	86
Tabel 4.28 Uji Validitas Angket Variabel X (Pengaruh Penggunaan TikTok)	88
Tabel 4.29 Uji Validitas Angket Variabel Y (Perilaku Remaja)	88
Tabel 4.30 Uji Reabilitas Angket Variabel Penelitian	89
Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi Pearson	90
Tabel 4.32 Analisis Regresi Sederhana	91
Tabel 4.33 Interpretasi Korelasi Variabel Penelitian	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	43
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59



BAB 1

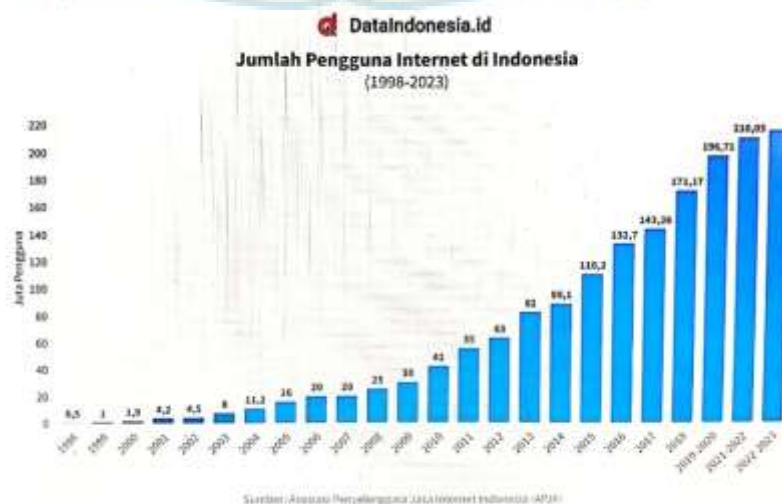
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era informasi dan teknologi yang berkembang pesat saat ini, hal ini membawa perubahan bagi manusia dari semua peradaban. Seiring berkembangnya zaman, inovasi teknologi semakin bervariasi. Terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan Internet sebagai sarana pertukaran dan penyebaran informasi, bahkan internet menjadi salah satu alat untuk mengekspresikan diri.

Berdasarkan hasil survei *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*, pengguna Internet Indonesia mencapai 215,63 juta pada tahun 2022-2023. Jumlah ini meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna internet. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total penduduk Indonesia atau 275,77 juta jiwa. Angka tersebut lebih tinggi 1,17% dibandingkan periode 2021-2022 sebesar 77,02% (DataIndonesia.id, 10 Maret 2023).

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sementara itu, dari segi usia, mayoritas pengguna Internet pada tahun 2023 berada pada usia 19-34 tahun (32,09%) dan usia 35-54 tahun (33,67%). Sedangkan kelompok usia 13-18 tahun berkontribusi sebesar 12,15% dan kelompok usia 55 tahun ke atas berkontribusi sebesar 7,19%. Sebanyak 98,3% pengguna Indonesia mengakses Internet melalui ponsel mereka. Rata-rata pengguna Internet Indonesia mengakses Internet sekitar 7 jam 42 menit per hari (Bisnis.com, 19 Mei 2023).

Dari studi sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan Internet secara rutin mempunyai dampak positif, melalui perolehan pengetahuan yang luas, kemudahan komunikasi dan pengembangan kreativitas pada generasi muda. Ditambah lagi dampak negatifnya seperti ketegangan mata, berkurangnya waktu tidur dan belajar, serta gangguan emosi khususnya pada remaja. Perilaku sosial pengguna internet masih menampilkan perilaku baik, menghargai orang lain, suka membantu dan santun, namun anak kurang peka dan kurang tertarik dengan orang disekitarnya (Saniyyah et al., 2021).

Terkait pengguna internet di Indonesia, *We Are Social* dan Meltwater juga menyampaikan bahwa jumlah pengguna internet di negara ini dengan akun media sosial aktif telah mencapai 167 juta atau sekitar 60,4% dari total penduduk. Penggunaan media sosial di Indonesia berkembang pesat. Dengan meluncurkan Reporting Data, pada tahun 2023 total 167 juta pengguna jejaring sosial. 153 juta pengguna berusia di atas 18 tahun, terhitung 79,5% dari total populasi. Selain itu, diperkirakan 78,5% pengguna Internet menggunakan setidaknya satu akun media sosial. Pengguna internet akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang (Kompas.com, 13/02/2023).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan internet, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat komunikasi dan demikian juga media sosial, termasuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto), dan juga tautan video (Ummi Kalsum, 2022). Begitu juga media sosial adalah wadah yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai informasi untuk semua orang (Buana & Maharani, 2022).

Pengguna Internet dan media sosial tidak hanya menggunakannya untuk tujuan pendidikan, tetapi juga untuk hiburan, belanja, berinteraksi di media sosial. Pengguna internet memiliki tiga motivasi untuk menggunakan Internet: motivasi untuk mencari informasi, untuk berjejaring dengan teman dan untuk bercakap-cakap. Pencarian informasi secara teratur *Schoolwork* memimpin, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi.

Keberadaan media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Perubahan hubungan sosial atau perubahan keseimbangan hubungan sosial dan segala bentuk perubahan sosial suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku antar kelompok dalam masyarakat. (Istiani & Islamy, 2020). Adapun dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita berinteraksi dengan lebih banyak orang, memperluas relasi, jarak dan waktu tidak lagi menjadi kendala, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, mempopulerkan informasi. biaya yang lebih rendah. Sedangkan dampak negatif dari jejaring sosial adalah keterasingan dari orang-orang terdekat dan sebaliknya, interaksi tatap muka cenderung menurun sehingga membuat orang kecanduan

internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, dan rentan terhadap pengaruh buruk orang lain (Istiani & Islamy, 2020).

Pada masyarakat Indonesia media sosial sudah menjadi kegemaran, tidak seharipun berlalu tanpa membuka media sosial. Dengan media sosial setiap individu dapat berkomunikasi, dan berbagi informasi kepada semua kalangan masyarakat, bahkan media sosial menjadi alat mengekspresikan diri serta pencitraan diri. Adapun media sosial yang paling banyak digunakan diantaranya *Youtube, Instagram, TikTok, Whatsapp, Facebook*, dan lainnya.

Namun belakangan ini TikTok menjadi platform paling populer. Aplikasi TikTok adalah aplikasi jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan oleh Zhang Yiming pada September 2016. TikTok sebagai sebuah media merupakan fenomena sosial yang patut mendapat perhatian khusus karena diminati banyak orang, dan memiliki akun TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial populer yang mengandung unsur serupa yang dapat menjadi aplikasi pionir untuk semua kalangan. Terlihat hampir di semua kalangan masyarakat, mulai dari remaja hingga ibu rumah tangga bahkan politisi dan agamawan juga menggunakan aplikasi ini (Patel & Goyena, 2019).

TikTok tetap menjadi salah satu aplikasi media sosial terpopuler di dunia pada tahun 2023 ini, termasuk di Indonesia. Laporan *We Are Social* mencatat bahwa pengguna TikTok di seluruh dunia diperkirakan mencapai 1,09 miliar pada April 2023. Mayoritas, atau 38,5%, pengguna berusia antara 18-24 tahun, dengan proporsi 20,9% perempuan dan laki-laki 17,5%. Berdasarkan jumlah pengguna di

Indonesia, aplikasi produksi *ByteDance* ini memiliki 113 juta pengguna per April 2023. Indonesia rupanya tak hanya menjadi negara kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak, tapi juga penyumbang besar aktivitas TikTok, terutama dalam bisnis *e-commerce* TikTok Shop (Kompas.com, 10 Juli 2023).

Dari data tersebut menunjukkan bahwa pengguna aplikasi TikTok di dominasi oleh kaum remaja yang berusia 18-24 Tahun. Adapun aktivitas yang mereka lakukan pada aplikasi TikTok, berdasarkan online *user behavior* dari aplikasi TikTok, 95% nya adalah menonton video dari FYP, sebanyak 66% pengguna menyukai video TikTok, dan 24% lainnya membagikan video TikTok.

Teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) adalah suatu kerangka konseptual dalam bidang psikologi yang berguna untuk memahami bagaimana individu merespons rangsangan atau stimulus di sekitar mereka. Saat diterapkan pada konteks media sosial, kita dapat memahami dampak stimulus dari platform tersebut, seperti postingan teman atau konten yang dibagikan, terhadap respons atau reaksi pengguna. Selain itu, kita dapat menyelidiki bagaimana respons tersebut dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi pengguna dalam menggunakan media sosial (Sitorus, 2018).

Indikator stimulus dalam penggunaan tiktok dapat mempengaruhi remaja melalui daya tarik visual, hiburan, tren, dan tantangan yang disajikan dalam berbagai video TikTok. Hal ini bisa mendorong remaja untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan tertentu, dengan tujuan merasa terhubung dengan komunitas atau mendapatkan pengakuan. Indikator organism, Organisme dalam konteks ini, yakni

remaja, menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengekspresikan identitas pribadi, mencari pengakuan, dan memenuhi kebutuhan sosial mereka. Pemanfaatan ini juga berdampak pada cara mereka merespons konten yang ada di aplikasi TikTok. Indikator respons, dalam konteks ini, respons melibatkan cara remaja menanggapi konten yang mereka temui di TikTok, yang bisa tercermin dalam perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh video-video di platform tersebut.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan TikTok dan kebiasaan penggunaannya. Sebagai pengguna yang aktif, individu yang menggunakan media sosial memanfaatkan platform tersebut untuk memperoleh kepuasan dari penggunaan media yang mereka pilih, sesuai dengan konsep *uses and gratification*. Secara keseluruhan, para pengguna media sosial TikTok cenderung memiliki motivasi untuk mendapatkan informasi, mengingat bahwa platform ini menyediakan ribuan video dengan beragam kategori konten yang dapat diakses. Selain itu, dorongan untuk berpartisipasi secara sosial juga menjadi salah satu alasan penting di balik penggunaan TikTok, di mana setiap pengguna memiliki potensi menjadi "pencipta konten" dengan membuat video yang menarik (Astuti & Subandiah, 2021).

Seperti yang kita ketahui bahwa remaja merupakan pengguna aplikasi tiktok yang paling mendominasi. Perlu kita ketahui bahwa pada masa remaja ini adalah masa transisi dan mencari jati diri. Karena dalam aplikasi TikTok tersebut mereka dapat melihat dan melakukan berbagai video dengan berbagai ekspresi musik yang berbeda. Dalam hal ini remaja mengalami perubahan perilaku karena tingkat

kematangan emosi dan mental yang belum mencakup. Hadirnya aplikasi TikTok menjadi bumerang bagi yang menggunakannya.

Adapun beberapa indikator perilaku dalam teori ekspresi diri (*self-presentation*) untuk mengetahui perilaku pengguna media sosial tiktok yaitu aspek Kognitif dalam hal ini mencakup penilaian yang dilakukan berdasarkan informasi dan pengetahuan yang dimiliki. Aspek afektif, dalam hal ini mencakup perasaan yang positif atau negatif yang terkait dengan objek tersebut. Lalu aspek terakhir, aspek perilaku, ini melibatkan tindakan nyata atau perilaku yang dapat diamati yang timbul sebagai hasil dari sikap pengguna tiktok tersebut.

Penelitian yang berfokus pada TikTok menunjukkan temuan bahwa aplikasi ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan perubahan perilaku oleh Aprilian (2019) terhadap siswa SMP di Bengkulu menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan aplikasi TikTok, semakin tinggi pula tingkat perubahan perilaku yang dimiliki siswa SMP. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Sitorus (2018) juga menyimpulkan bahwa TikTok terkait dengan perubahan perilaku pada remaja, di mana mereka cenderung mengikuti konten video yang sedang viral tanpa mempertimbangkan manfaat yang sebenarnya (Aprilian et al., 2020).

Karena aplikasi TikTok dapat menyebabkan perubahan perilaku di kalangan remaja. Misalnya, mereka tak segan-segan mengunggah segala aktivitas pribadinya melalui aplikasi TikTok dalam bentuk video (Sapty Rahayu et al., 2019).

Penelitian sebelumnya mengenai penggunaan aplikasi tiktok sudah ada dilakukan, namun lebih menggaungkan pada pengguna tiktok di kalangan ibu-ibu

dan mahasiswa. Seperti penelitian (Wirda Tuljannah, 2022) dan (Patel & Goyena, 2019), yang membahas mengenai penggunaan aplikasi tiktok dikalangan ibu-ibu rumah tangga. Namun peneliti belum menemukan penelitian yang membahas mengenai pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat.

Kebaruan (novelty) dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus pada dampak penggunaan tiktok terhadap perilaku remaja, khususnya remaja di Desa Sawakong. Penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam bagaimana tindakan pengguna tiktok dapat mempengaruhi perilaku remaja. Penelitian ini memberikan wawasan yang spesifik mengenai pengaruh penggunaan tiktok di lingkungan masyarakat, yang dapat berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang mungkin tidak memiliki lokasi penelitian yang serupa. Penelitian ini memiliki relevansi yang penting dalam memahami dinamika perilaku di era digital.

Dalam surah Al-Isra ayat 36 yang berbunyi:

مَسْئُولًا عَنْهُ كَانَ أُولَئِكَ كُلُّ الْأُمَّةِ وَالْبَصَرَ السَّمْعَ إِنَّ عَلَّمَ بِهِ لَك لَيْسَ مَا تَقْفُ وَلَا

Artinya: *“Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggung jawabannya”*. (Q.S Al-Isra : 36)

Ayat diatas mengingatkan untuk tidak mengikuti apa yang tidak diketahui dengan pasti. Ayat ini dapat mengajarkan remaja untuk waspada terhadap konten dan tindakan yang mereka temui di TikTok dan media sosial lainnya.

Penelitian ini penting karena penggunaan TikTok di kalangan remaja tumbuh secara signifikan. Dampak penggunaannya terhadap perilaku remaja perlu diselidiki untuk memahami dampaknya terhadap masyarakat setempat. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan informasi penting tentang bagaimana aplikasi TikTok mempengaruhi perilaku remaja baik secara positif maupun negatif. Hasil penelitian ini dapat menginformasikan pengembangan kebijakan dan intervensi yang tepat untuk mengelola penggunaan TikTok oleh kaum muda dengan tujuan mempromosikan perilaku sehat dan positif di masyarakat setempat.

Hal ini berdasarkan pengamatan peneliti di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan mengingat media sosial sudah sangat diminati warga desa, penggunaan gawai atau media sosial yang didalamnya berperan penting terhadap pembentukan perilaku pada anak remaja, dimana saat ini kita melihat bahwa perkembangan media sosial mempengaruhi masyarakat di desa.

Oleh karena itu kami tertarik untuk melakukan penelitian ini sebagai upaya untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku remaja maka kami mengangkat judul Skripsi sebagai berikut, *“Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar,”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka secara umum yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah ada pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat desa Sawakong kecamatan Galesong Selatan, kabupaten Takalar ?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja di desa Sawakong kecamatan. Galesong Selatan, kabupaten Takalar ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengenai penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat (Studi Kasus di desa Sawakong Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar) sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat desa Sawakong, kecamatan Galesong, kabupaten Takalar.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat desa Sawakong, kecamatan Galesong, kabupaten Takalar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada remaja agar lebih tahu apa saja pemanfaatan media sosial yang dapat dilakukan

sehingga tidak mengganggu segala aktifitas belajar maupun bersosialisasi di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan agar senantiasa tidak memberikan kebebasan kepada remaja untuk sekedar bergaul di media sosial, khususnya Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, tentang pentingnya memperhatikan perilaku remaja dengan tidak membiarkan berlebihan dalam bermain gadget dan media sosial.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah sebagai dasar dalam penyusunan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu, sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis. Berikut ini adalah rincian terkait dengan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian penulis saat ini:

Tabel 2.1

Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian Terdahulu
1.	(Elfira, 2019) “Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Di Kelurahan Cikoro Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa”	Hasil penelitian menemukan bahwa remaja dalam menggunakan Aplikasi <i>Tiktok</i> untuk mengekspresikan diri, mencari hiburan dan melepas rasa bosan, serta hanya sekedar menonton video.	Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengidentifikasi dampak penggunaan Tiktok pada perilaku remaja di kelurahan Cikoro. Sedangkan tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu pengaruh penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku remaja adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku remaja dalam menggunakan Tiktok. Metode yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu kualitatif sedangkan

			<p>penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif. Adapun teori yang digunakan penelitian terdahulu adalah teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumert sedangkan yang digunakan sekarang teori SOR.</p>
2.	<p>(Jayanata, 2022) “Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma”</p>	<p>Dari penelitian yang dilaksanakan, diperoleh, Dampak media sosial Tik Tok terhadap perilaku siswa, lebih banyak terlihat dampak negatif seperti siswa kurang dalam belajar, lebih banyak memainkan HP daripada membuka buku. Hal ini tentunya menjadi hal yang sangat mengkhawatirkan bagi masa depan anak.</p>	<p>Perbedaan variabel ynya yaitu dalam penelitian terdahulu kreatifitas siswa SD, sedangkan dalam penelitian ini yaitu pada anak remaja. Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif.</p>
3.	<p>(Wirda Tuljannah, 2022) “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar”</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengaruh penggunaan aplikasi jejaring sosial tiktok (ΣX) terhadap perilaku kognitif ibu rumah tangga (Y1) adalah sebesar 0,717 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Pengaruh penggunaan aplikasi jejaring sosial tiktok (ΣX) terhadap perilaku emosional ibu rumah</p>	<p>Permasalahan yang diambil oleh peneliti terdahulu yaitu bagaimana tiktok penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku ibu rumah tangga di kecamatan Bangkinang kota kabupaten Kampar. Teori yang digunakan yaitu teori new media, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori SOR.</p>

		tangga (Y2) sebesar 0,819 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pengaruh penggunaan aplikasi jejaring sosial tiktok (ΣX) terhadap perilaku ibu rumah tangga (Y3) sebesar 0,489.	
--	--	--	--

Sumber: Diolah dan dikembangkan oleh Peneliti (2023)

B. Konsep dan Teori

1. New Media

a. Pengertian New Media

Lev Manovich dalam bukunya "The New Media Reader" menegaskan bahwa media baru merupakan objek budaya dalam paradigma baru dunia media massa di masyarakat. Media baru memungkinkan penyebaran melalui teknologi komputer dan data digital dikendalikan oleh model aplikasi. Media baru telah mengalami model penyampaian pembaruan dengan menggunakan teknologi jaringan perangkat lunak (Utami, 2021). Dengan munculnya media baru, dimana teknologi sudah melekat di masyarakat, tanpa disadari masyarakat akan membuka diri dengan menjelaskan kondisi dan aktivitas yang sedang berlangsung.

Definisi lain mengemukakan bahwa media baru adalah digitalisasi, yaitu pemahaman konsep zaman yang melibatkan teknologi dan ilmu pengetahuan, segala sesuatu yang manual menjadi otomatis dan segala sesuatu yang rumit menjadi singkat. Digital adalah cara yang kompleks dan fleksibel yang menjadikannya bagian tak terelakkan dari kehidupan masyarakat. Digital selalu dikaitkan dengan media karena merupakan

sesuatu yang terus berkembang, dari media lama hingga sekarang yang telah menggunakan digital (media/media modern) (Wirda Tuljannah, 2022).

New media menyediakan platform baru dan interaktif bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan mengonsumsi informasi. Media baru juga memberikan ruang bagi keterlibatan pengguna aktif. Pengguna dapat membuat konten mereka sendiri, seperti blog, video, atau podcast, dan membaginya dengan orang lain. Hal ini membuka peluang bagi individu untuk menjadi pembuat konten dan mempengaruhi perdebatan dan opini publik.

Kemunculan media baru memungkinkan individu untuk berpartisipasi lebih aktif dalam masyarakat dan sebagai konsumen, karena media baru memberikan akses yang lebih besar untuk mendapatkan informasi politik, sehingga demokrasi juga meningkat. Namun, di Indonesia terjadi kesenjangan informasi antara masyarakat karena tidak semua wilayah memiliki infrastruktur akses media baru yang merata (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021).

Menurut Surokim et al. (2017), media baru seperti internet memiliki dampak positif, seperti menjadi media komunikasi, pertukaran data, penyedia informasi, kemudahan dalam branding dan pemasaran, dan pengaruh pada remaja dalam pengambilan keputusan politik.

Sementara itu, Rasmussen dalam McQuail (2011) mengatakan bahwa media baru memiliki peran penting dalam menjembatani jurang antara dunia publik dan privat, kehidupan dan sistem atau organisasi. Media

baru juga mempengaruhi perubahan sosial dengan partisipasi dan fleksibilitas yang lebih tinggi.

Fikri (2018) juga menekankan manfaat media baru bagi masyarakat, seperti menjadi sumber inspirasi yang menarik jika digunakan secara positif. Namun, jika pengguna internet tidak memiliki tujuan dan orientasi yang jelas, mereka dapat kehilangan banyak waktu.

Seperti yang dijelaskan oleh para ahli sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kehadiran new media dalam kehidupan masyarakat saat ini memiliki manfaat yang banyak. Salah satunya adalah sebagai sarana komunikasi yang mudah, memberikan akses informasi yang cepat, mempermudah pekerjaan, serta memotivasi masyarakat untuk terus berkembang dengan kemajuan teknologi yang ditawarkan oleh internet. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan new media tersebut harus bijak dan memiliki tujuan yang jelas agar tidak memberikan dampak negatif pada masyarakat (Cova, 2022).

Di sisi lain, media baru sedang mengubah nilai-nilai budaya kehidupan publik. Teknologi bukan sekedar bantuan atau alat komunikasi, namun teknologi berperan aktif dalam proses berpikir dan perilaku manusia. Karena pada dasarnya, setiap teknologi memiliki nilai, ideologi dan kekhasannya yang dibawanya.

Dengan kemunculan media baru, akan terbentuk kelompok masyarakat maya yang sangat bergantung pada media tersebut. Masyarakat maya ini menganggap dunia nyata sebagai dunia digital, di mana mereka

bisa menjelajahi ruang yang luas dan berkomunikasi dengan orang-orang yang jauh. Namun, mereka cenderung mengabaikan komunikasi dengan orang-orang di sekitar mereka, yang menunjukkan sifat individualistis yang kuat.

b. Karakteristik New Media

Adapun karakteristik new media (Yustikawati, 2018) sebagai berikut :

1). Digital

Dalam proses komunikasi digital, seluruh data yang masuk diubah menjadi digital. Data tersebut kemudian diolah dan diubah menjadi teks, gambar, video dan audio. Hasil proses digital dapat diarsipkan secara online atau dicetak atau di atas kertas. Digital memiliki banyak keunggulan dibandingkan analog karena dapat dengan mudah diakses, didistribusikan, dan disimpan. Namun digital juga memiliki kelemahan, yaitu mudahnya memanipulasi data, seperti memanipulasi foto dan teks.

2). Interaktif

Kebebasan berkomunikasi adalah suatu keharusan bagi media baru di mana komunikasi interaktif, dua arah dan setara harus dibangun. Dimana media baru tidak hanya bisa menyampaikan pesan tetapi juga menerimanya pesan sekarang.

3). Hypertextual

Memudahkan pengguna dengan mereferensikan teks dari satu halaman ke halaman lainnya. Secara umum, pengguna hypertext bertujuan untuk menghubungkan satu halaman ke halaman lainnya hanya dengan satu klik pada teks.

4). Virtual

Suatu keadaan di mana apa yang tampak seperti kenyataan. Misalnya, video yang mengandung unsur audiovisual yang diproduksi dalam kondisi serupa dengan suatu peristiwa. atau peristiwa yang telah terjadi.

5). Jaringan

Media baru harus menggunakan jaringan untuk menghubungkan satu pengguna ke pengguna lainnya. Dimana jaringan harus memudahkan akses informasi melalui Internet.

6). Simulasi

Penyajian peristiwa yang terjadi dan disajikan secara lebih menarik dengan tambahan efek tertentu. (Pendengar M, 2009).

c. Ciri-Ciri New Media

Denis McQuail, :2011, Media baru mempunyai empat ciri utama, yaitu (Prasetya & Marina, 2022):

- 1) Desentralisasi adalah agar khalayak atau penerima pesan dapat memilih untuk mengakses berita atau informasi yang diinginkan.

Sifat informasi tidak lagi terpusat sehingga khalayak mempunyai kebebasan memilih informasi yang ingin diaksesnya. Selain itu, masyarakat juga dapat berpartisipasi dalam pembuatan konten media.

- 2) Kapasitas tinggi. Kirim pesan di media baru melalui transmisi satelit. Transmisi ini memiliki kemampuan untuk mengurangi hambatan komunikasi sehingga pesan dapat terkirim dengan cepat dan dalam jumlah yang tidak terbatas.
- 3) Interaktivitas, juga dikenal sebagai komunikasi primer, adalah salah satu fitur media baru yang paling mencolok dibandingkan dengan era sebelumnya. Di sini, penerima pesan dapat memilih, bertukar informasi, membalas dan terhubung langsung dengan penerima lainnya.
- 4) Fleksibilitas dalam bentuk, isi dan penggunaan. Media baru telah berkembang menjadi bentuk yang lebih sederhana dan fleksibel.

Berdasarkan ciri-ciri tersebut, kita dapat melihat bahwa media baru tidak dapat dipisahkan dari media dan digital, misalnya dapat diakses setiap saat dan memiliki dua bentuk utama yaitu bentuk privat dan publik. Selain itu, ciri lain yang mencolok dari media baru adalah adanya komunikasi dua arah yang terjadi antara pengirim pesan dan penerima pesan.

d. Jenis-Jenis New Media

Ada dua klasifikasi jenis media baru. Kedua bentuk tersebut dijelaskan pada (Jundy, 2020), yaitu berdasarkan fungsi media atau berdasarkan “halaman pencarian” (ruang lingkup penelitian terkait media baru dan media baru).

a). Produksi, Penyebaran, dan Penggunaan Media

Istilah “produksi” mengacu pada kegiatan atau proses produksi dan produk yang diciptakan dari media. Untuk “distribusi” (distribution) cocok untuk terminologi penelitian distribusi; mengacu pada proses distribusi konten dan dinamika pelaku industri seperti distributor film, acara TV, game, dan konten digital lainnya. Kemudian istilah “pakai” untuk menunjuk pola/perilaku konsumsi dan dampak penggunaan/konsumsinya.

- 1) Media baru mempunyai fungsi memproduksi konten media. Misalnya, aplikasi situs web WordPress atau Wix untuk pembuatan situs web dan penulisan/produksi konten. Hanya dalam beberapa menit halaman web dapat dibuat.
- 2) Media baru untuk fungsionalitas pengiriman konten buatan pengguna. Misalnya Youtube dan Vimeo dapat dianggap sebagai saluran distribusi konten produk. Demikian pula, Netflix dan Amazon Video dapat masuk dalam kategori ini.
- 3) Media baru yang menggunakan atau mengonsumsi konten multimedia yang sudah diproduksi atau disiarkan. Bisa juga

diminta untuk mengakses atau menikmati konten, alat untuk memahami penggunaan, dan bisa juga digunakan untuk melihat dampak penggunaan. Untuk mengakses atau menikmati dimungkinkan melalui aplikasi kemungkinan besar pengguna langsung mengonsumsi konten (membaca, mendengarkan, atau menonton), seperti *Instagram*, *Spotify*, *Youtube*, dan *Netflix*. Sedangkan untuk mengukur dan melihat efisiensi penggunaan, Anda dapat menggunakan *Google Analytics*, *Twitter Analytics* dan banyak lagi *Analytics* lainnya.

b). Media Baru dan Perubahan yang Terjadi

- 1). Komunikasi yang dimediasi Komputer, Surel; ruang obrolan, forum pertukaran berdasarkan avatar (karakter/orang); transmisi gambar audio; *Web Global*, blog; Situs jejaring sosial; dan telepon genggam.
- 2). Cara-cara baru untuk mendistribusikan dan menggunakan teks multimedia ditandai dengan format interaktif dan *hypertext*: Jaringan global; CD; DVD; podcast; dan beberapa platform untuk permainan komputer.
- 3). Virtual “*realities*”, Lingkungan simulasi dan kinerja yang imersif.

4). Ini semua tentang transformasi dan kekacauan media yang sudah mapan (misalnya fotografi, animasi, televisi, jurnalisme, sinema, dan sinema).

e. Fungsi New Media

Menurut Lia Herliani dalam Jurnal Ilmu Komunikasi media baru atau new media (Yustikawati, 2018) memiliki fungsi sebagai berikut:

1). Berfungsi untuk menyajikan arus informasi dengan mudah dan cepat yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Untuk memudahkan seseorang memperoleh sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan biasanya harus dilakukan langsung dari sumber informasinya.

2). Sebagai sarana jual beli. Pesan produk dengan mudah melalui Internet atau hubungi layanan pelanggan.

3). Sebagai sarana hiburan. Misalnya: game online, jejaring sosial, streaming video, dll.

4). Sebagai sarana komunikasi yang efektif. Pengguna dapat berkomunikasi dengan siapa pun tanpa dibatasi jarak dan waktu, bahkan dapat mengadakan konferensi video.

5). Sebagai alat pengajaran dengan e-book yang sederhana dan praktis. Bagi siswa, penyampaian materi pembelajaran dapat terpadu, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, lebih efisien dari segi waktu dan tenaga, dapat membawa proses pembelajaran

kemana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan arah yang efektif.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten seperti blog, jejaring sosial, dan media sosial lainnya yang tersedia dalam new media. Platform ini sangat mudah digunakan untuk berbagi gosip dan berkomunikasi dengan siapa pun yang diinginkan. Namun, penting untuk diingat bahwa media sosial tidak menjamin keamanan isi pesan. Oleh karena itu, kita sebagai pengguna perlu menjadi mahir dalam menggunakan teknologi yang kita miliki (Cova, 2022).

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah lingkungan di Internet memungkinkan pengguna untuk melihat berinteraksi, berkolaborasi, Bagikan, berkomunikasi dengan pengguna lain membuat koneksi sosial virtual. Di dalam Media sosial, disebut tiga bentuk makna sosial adalah pengakuan (pengetahuan), Komunikasi (*communicate*) dan kolaborasi (*collaborate*).

Pengertian media sosial menurut para ahli (Jayanata, 2022):

a. Mandibergh

Media sosial adalah media yang memfasilitasi kolaborasi antar pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).

b. Menurut Shirky

Media sosial dan perangkat lunak sosial adalah alat yang meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi, dan mengumpulkan tindakan kolektif di luar kerangka kerja organisasi.

c. Boyd

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang meningkatkan kemampuan individu dan komunitas untuk mengumpulkan data, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu, berkolaborasi atau bermain satu sama lain.

d. Van Dijk

Media sosial adalah platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna yang memotivasi mereka dalam tindakan dan kolaborasi mereka, karena media sosial dapat dilihat sebagai sumber daya online (fasilitator) yang memperkuat hubungan dan ikatan sosial antar pengguna.

e. Meike dan Young

Menafsirkan kata “media sosial” sebagai konvergensi antara komunikasi tatap muka, dalam arti berbagi antar individu (*shared individual*), dan media publik, berbagi dengan semua tanpa ciri khas individu.

b. Sejarah Media Sosial

Sebagai pengguna media sosial, ada kemungkinan beberapa dari kita hanya tahu bagaimana menggunakannya tanpa mengetahui bagaimana media sosial ini bermula. Untuk memahaminya, kita perlu mengerti sejarah media sosial itu sendiri. Sejarah mengacu pada peristiwa masa lalu tentang suatu hal. Beberapa orang mungkin merasa bahwa sejarah tidak terlalu penting, padahal dengan mempelajari sejarah kita dapat mengetahui bagaimana media sosial bisa ada dan apa kekurangan yang dapat diperbaiki dari sejarah tersebut.

Adanya banyak aplikasi media sosial membuat masyarakat sulit melepaskan diri. Media sosial telah menjadi bagian penting kehidupan manusia modern dan telah mempengaruhi perilaku, hubungan sosial, dan kesehatan mental. Namun, penggunaan media sosial perlu berhati-hati karena adanya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-undang ini mengatur berbagai aspek penggunaan internet, termasuk kegiatan di media sosial. Oleh karena itu, pengguna media sosial perlu bijak dan memahami batasan agar dapat mengikuti perkembangan zaman dengan baik.

c. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber. karena media sosial adalah salah satu media siber. Namun menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki ciri khas yaitu (Siregar, 2022):

a) Jaringan (Network)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer ke perangkat lain. Koneksi ini diperlukan karena pada saat komputer terhubung, komunikasi data, termasuk transfer data, dapat berlangsung.

b) Informasi

Informasi menjadi entitas penting dalam media sosial, karena pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi.

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

d) Interaksi

Media sosial menciptakan jaringan antar pengguna yang tidak menyebar begitu saja, hanya hubungan persahabatan atau pengikut, tetapi harus dibangun melalui interaksi antar pengguna tersebut.

e) Simulasi Sosial

Simulasi Sosial Media sosial memiliki karakter sebagai sebuah sumber daya bagi masyarakat (*society*) yang berlangsung di dunia maya. Media sosial menampilkan

keunikan dan pola yang dalam banyak hal berbeda dan tidak ditemukan dalam tatanan sosial yang sebenarnya.

f) Konten Oleh Pengguna

Di media sosial, konten dimiliki sepenuhnya dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang menawarkan kesempatan dan kebebasan kepada pengguna untuk berpartisipasi.

d. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial adalah teknologi yang mana berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, *weblog*, *blog sosial*, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial. Dalam artikel Horizons Bisnis mereka yang diterbitkan pada tahun 2010, Kaplan dan Haenlein merumuskan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dengan menerapkan satu set teori dalam bidang penelitian media (kehadiran sosial, kekayaan media) dan proses sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*). Menurut Kaplan dan Haenlein, ada enam jenis media sosial, yaitu (Istiani & Islamy, 2020):

a) Proyek Kalaborasi

Proyek kolaborasi adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten di dalamnya, seperti Wikipedia.

b) *Blog dan Microblog*

Blog dan microblog memungkinkan pengguna untuk lebih bebas mengungkapkan pendapat, seperti melalui curhat atau kritik terhadap kebijakan pemerintah, seperti *Twitter*.

c) *Konten*

Konten adalah jenis media sosial di mana pengguna saling berbagi konten media seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain, seperti YouTube.

d) *Situs Jaringan Sosial*

Situs jaringan sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna terhubung dengan orang lain dengan membuat informasi pribadi dan berbagi foto-foto, seperti Instagram, TikTok, atau Facebook.

e) *Virtual Game World*

Dunia virtual di mana pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain seperti dalam game online.

f) *Virtual Social World*

Virtual social world adalah dunia virtual di mana pengguna merasa hidup dalam dunia virtual dan berinteraksi dengan orang lain, seperti *Second Life*.

e. Dampak Media Sosial

Pada hakikatnya jejaring sosial ibarat pedang bermata dua, terkadang digunakan sebagai alat untuk menyajikan konten pendidikan dan terkadang merusak kesadaran generasi muda. Sebab dengan adanya jejaring sosial akan membuat anak-anak dan remaja malas belajar berkomunikasi di kehidupan nyata. Tingkat pemahaman bahasa terganggu. Jika anak terlalu banyak berkomunikasi di dunia maya, maka pengetahuan tentang aspek komunikasi di kehidupan nyata, seperti bahasa, tubuh dan nada suara menjadi kurang.

Media sosial tentunya memberikan pengaruh baik bagi setiap penggunanya. Pada remaja, penggunaan media sosial dapat membawa dampak positif antara lain pemahaman akan potensi diri, sarana berdiskusi, kemampuan berinteraksi dengan mudah dengan teman, dan komunikasi. Informasi terfasilitasi dengan sangat baik. Bukan hanya pengaruh baik, akan tetapi ada juga pengaruh buruk dari media sosial.

Adapun beberapa pengaruh negatif media sosial terhadap perilaku remaja yang dijelaskan dalam jurnal (Asrida, 2019) adalah sebagai berikut:

- a. Situs jejaring sosial akan membuat anak-anak dan remaja semakin egois. Mereka menjadi tidak menyadari lingkungan sekitar mereka saat menghabiskan sebagian besar waktunya di

internet. Hal ini bisa membuat anak kurang berempati di dunia nyata.

- b. Untuk anak-anak dan remaja, tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di media sosial. Hal ini akan membuat mereka semakin sulit membedakan antara media sosial dan dunia nyata. Hal ini pasti akan mempengaruhi kemampuan menulis mereka di sekolah dalam hal ejaan dan tata bahasa.
- c. Situs jejaring sosial adalah tempat berkembang biaknya predator kriminal. Kita tidak akan pernah tahu apakah seseorang yang baru saja ditemui anak kita di Internet menggunakan identitas asli.
- d. Membuat seorang remaja malas belajar karena sering menggunakan jejaring sosial untuk bermain game di situs tersebut.

f. Teori SOR dalam Media Sosial

Teori S-O-R adalah teori komunikasi yang merupakan singkatan dari Stimulus-Organism-Respon yang dikembangkan oleh Burrhus Frederic Skinner, atau yang lebih dikenal sebagai B.F. Skinner, adalah seorang psikolog dan pemikir utama dalam aliran psikologi yang dikenal sebagai behaviorisme (Jayanata, 2022).

Teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) adalah suatu kerangka konseptual dalam bidang psikologi yang berguna untuk

memahami bagaimana individu merespons rangsangan atau stimulus di sekitar mereka. Saat diterapkan pada konteks media sosial, kita dapat memahami dampak stimulus dari platform tersebut, seperti postingan teman atau konten yang dibagikan, terhadap respons atau reaksi pengguna. Selain itu, kita dapat menyelidiki bagaimana respons tersebut dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi pengguna dalam menggunakan media sosial (Sittorus, 2018).

Dalam konteks media sosial, teori sor dapat digunakan untuk memahami bagaimana stimulus dari platform media sosial (misalnya postingan teman, konten yang dibagikan) mempengaruhi respon pengguna dan bagaimana respon tersebut dipengaruhi oleh faktor internal (organism), seperti motivasi.

Berikut adalah penjelasan singkat tentang hubungan teori ini dengan indikator tersebut :

a. Indikator Stimulus

Stimulus dalam konteks psikologi adalah rangsangan atau faktor yang dapat memicu atau merangsang respons dari individu. Dalam kaitannya dengan media sosial TikTok, stimulus dapat merujuk pada berbagai hal yang mempengaruhi atau memicu tanggapan dari pengguna. Dalam konteks media sosial TikTok, stimulus berperan penting dalam menciptakan pengalaman pengguna. Pengembang dan kreator konten berusaha untuk

menciptakan stimulus yang menarik perhatian pengguna dan mendorong interaksi. Selain itu, respons dari pengguna terhadap stimulus juga menciptakan dinamika interaksi yang unik di platform tersebut.

b. Indikator Organism

Organisme, dalam konteks teori SOR (Stimulus-Organism-Response), mengacu pada individu atau entitas yang menerima stimulus dan memberikan respons. Dalam kaitannya dengan media sosial TikTok, "organisme" dapat merujuk pada pengguna atau individu menciptakan dinamika unik di mana respons individu terhadap stimulus mencerminkan keberagaman preferensi, motivasi, dan kebutuhan dari pengguna media sosial tersebut.

c. Indikator Respons

Dalam kerangka teori SOR (Stimulus-Organism-Response), respons mengacu pada tanggapan atau reaksi yang diberikan oleh organisme, seperti individu atau pengguna, terhadap stimulus yang mereka alami. Di dalam dunia media sosial TikTok, respons melibatkan berbagai bentuk interaksi atau reaksi yang dilakukan oleh pengguna sebagai tanggapan terhadap rangsangan yang mereka temui di platform tersebut.

3. Aplikasi TikTok

a. Pengertian Aplikasi TikTok

Aji Wisnu Nugroho mendefinisikan (2018) Tik Tok adalah aplikasi yang menawarkan efek khusus yang unik dan menarik yang memungkinkan pengguna aplikasi ini dengan mudah membuat video pendek hebat yang dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi ini adalah jejaring sosial dan platform video musik Cina yang dirilis pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi yang menawarkan fungsi membuat video pendek dengan musik hingga 3 menit. Aplikasi ini sangat populer di kalangan orang dewasa, anak-anak dan remaja. anak di bawah umur (Salsabila et al., 2021).

Dalam aplikasi Tik Tok, mereka tidak bisa hanya meniru dan melihat apa yang sedang tren. Mereka dapat mengekspresikan pikiran mereka dengan membuat video dengan cara mereka sendiri. Anda dapat membuat video tantangan melawannya. Aplikasi Tik Tok ini juga bisa membuat seorang pengguna tenar atau terkenal. Dikenal atau terkenal dengan video yang mereka buat, terkenal dengan kreativitasnya, juga terkenal dengan video lucunya dan juga terkenal dengan keunikan video yang mereka buat, menjadi terkenal.

b. Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok dirilis pada September 2016 dan dikembangkan oleh Zhang Yiming dari China. Aplikasi Tiktok telah mengukuhkan

dirinya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yaitu 45,8 juta kali. Tiktok seperti yang kita kenal sekarang tidak terlihat seperti Tiktok pada awalnya. Pada September 2016, perusahaan China *Byte Dance* merilis program video pendek bernama *Douyin*. Dalam setahun, *Douyin* memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan setiap hari. Karena popularitasnya yang meningkat, *Douyin* berkembang melampaui batas China dengan nama baru yang lebih dikenal Tiktok (Malimbe et al., 2021).

Awalnya, TikTok didesain untuk berbagi video-video pendek yang mengutamakan *lip-syncing* dan tarian. Namun, seiring berjalannya waktu, platform ini mengalami perkembangan menjadi ruang kreativitas yang lebih canggih, di mana para pengguna dapat menciptakan dan membagikan beragam jenis konten seperti tantangan, komedi, panduan, dan banyak lainnya. Meskipun demikian, TikTok terus mengalami pertumbuhan pesat dan berhasil menjadi salah satu aplikasi media sosial yang paling populer di dunia saat ini. Penggunaannya pun semakin meluas, merambah berbagai sektor industri dan berdampak pada tren budaya.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Mulyana, Deriyanto dan Qorib (2018), penggunaan TikTok memiliki dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal, meliputi perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), belajar, ruang

fisik, nilai dan kebutuhan, serta minat dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, pengetahuan yang diperoleh, informasi, dll. kebutuhan sekitarnya, intensitas, ukuran, kontras, kebaruan dan objek yang diketahui atau tidak diketahui (Salsabila et al., 2021).

Adapun faktor yang mempengaruhi pengguna aplikasi TikTok sebagai berikut:

a). Faktor Internal

Faktor internal memiliki dampak yang signifikan terhadap individu penggunaan aplikasi. Dalam ruang lingkup Tiktok bukan sekedar hiburan, tapi juga bisa digunakan Interaksi dengan orang baru. Kreativitas juga bisa dikembangkan dengan aplikasi TikTok. TikTok juga memiliki sisi negatif seperti yang dilakukan pengguna saat membuat konten video tidak sesuai dengan peraturan atau hanya dengan standar yang ada demi popularitas. memperoleh popularitas.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam menggunakan aplikasi Tiktok adalah informasi. Karena identitas media sosial adalah informasi itu sendiri, pengguna media sosial membuat dan merepresentasikan identitas mereka, menghasilkan konten dan berinteraksi berdasarkan informasi. Jika informasi

aplikasi Tik Tok hilang, maka pengguna tidak mengetahui dan mengenali aplikasi tersebut.

d. Dampak Positif dan Negatif Pengguna Aplikasi TikTok

Dari hasil studi sebelumnya menyatakan bahwa terdapat dampak penggunaan TikTok terhadap perilaku khususnya remaja yaitu 95% (Agustin, 2021). Dengan adanya hasil penelitian menunjukkan adanya dampak positif dan negatif, yaitu:

a). Dampak Positif

Karena kegunaan aplikasi Tik Tok memiliki aspek positif, antara lain kemampuannya untuk menghibur orang sedih, bosan dan jenuh, bisa berkreasi dengan fitur edit video dari aplikasi TikTok.

1. Sebagai aplikasi yang dapat meningkatkan kreativitas berkarya.
2. Aplikasi untuk mengekspresikan kreatifitas khususnya membuat video. Aplikasi TikTok sendiri merupakan platform untuk membuat video dengan efek khusus, unik, dan sederhana.
3. Aplikasi TikTok juga berbasis video dan musik, dapat mengajarkan remaja atau anak-anak untuk meningkatkan keterampilan mengedit video untuk konten yang lebih bermanfaat.

4. Mengajarkan anak untuk lebih berani dan percaya diri untuk tampil di depan umum jika digunakan dalam konten positif.

b). Dampak Negatif

Dampak negatif yang terdapat pada aplikasi TikTok berpengaruh pada perilaku remaja itu sendiri. Dapat merusak perilaku remaja dari informasi misalnya saat sibuk dengan smartphone, dan tidak lagi mencari informasi ilmiah, melainkan membuka aplikasi TikTok untuk membuat video dan edit gambar yang dipublikasikan di aplikasi TikTok. Dari segi feeling misalnya soal perasaan, saat belum cukup umur untuk merasakan cinta, terlibat patah hati, sedih terus menerus akibat putus cinta dan aktivitas, misalnya membuat video move di Tik Tok tapi dengan musik islami.

4. Perilaku

Pengertian Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo,

2003). Sedangkalampengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup.

a. Pengertian Perilaku Remaja

Menurut WHO (2022), masa remaja adalah masa antara masa kanak-kanak dan masa dewasa antara usia 10 hingga 19 tahun. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25, remaja adalah penduduk yang berusia antara 10-18 tahun (Kemkes.go.id, 2018). Selain itu, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) menyebutkan kelompok usia remaja antara usia 10 hingga 24 tahun dan belum menikah, masa remaja dapat dipahami sebagai masa peralihan antara anak-anak ke masa dewasa (Rany, 2022).

WHO (2022) menyebutkan jumlah remaja di dunia berjumlah 1,2 miliar atau 18% dari jumlah penduduk dunia. Sedangkan menurut hasil Sensus Penduduk tahun 2020 yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS), data jumlah penduduk Indonesia per September 2020 sebanyak 270,20 juta jiwa, yang rata-rata merupakan remaja berusia 8-23 tahun dengan jumlah 27,94% (Badan Pusat Statistik, 2020).

Masa remaja merupakan masa transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Pada masa ini telah terjadi perubahan-perubahan yang signifikan, baik secara biologis, mental, emosional, dan psikososial. Segala aspek perubahan dapat memberikan dampak besar terhadap kehidupan individu maupun lingkungan sosial masyarakat.

Masa remaja merupakan masa transisi yang relatif rentan. Seringkali mereka menunjukkan perilaku tertentu yang secara tidak langsung berarti bahwa mereka bukan anak-anak lagi. Selain kerentanan, masa muda juga dikenal sebagai masa yang sangat fluktuatif, tidak menentu, dan sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan hormon seks.

Musen dkk (Desmita, 2010) berpendapat bahwa masa remaja merupakan masa kehidupan dimana kemampuan memperoleh dan menggunakan pengetahuan secara efektif mencapai puncaknya. Memang pada masa remaja, perkembangan otak mencapai potensi maksimalnya. Sistem saraf yang bertanggung jawab untuk memproses informasi berkembang pesat. Selain itu, pada masa remaja terjadi reorganisasi cincin saraf lobus frontal (bagian anterior otak dengan belahan atau ruang tengah) yang berfungsi pada fungsi kognitif yang lebih tinggi.

Pada tahap ini remaja telah mencapai kemampuan untuk menghasilkan hipotesis dan berpikir tentang situasi yang mungkin terjadi atau abstrak. Selain itu, mereka juga sudah mampu mengembangkan pemikiran sistematis untuk memecahkan masalah. Remaja cenderung menggunakan metode trial and error dalam memecahkan masalah, mirip dengan cara seorang ilmuwan berpikir. Mereka membuat rencana dan secara sistematis menguji solusi yang mereka temukan. Untuk melakukan hal tersebut, mereka menggunakan penalaran hipotesis-deduktif, yaitu dengan menciptakan hipotesis dan menarik kesimpulan dari implikasinya.

Hal ini memungkinkan mereka untuk menguji kebenaran hipotesis yang dikembangkan (Erika Puspita, 2019).

b. Tahap-Tahap Perkembangan Remaja

Tahapan perkembangan remaja menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia sebagai berikut:

1). Masa Remaja Awal

Masa remaja awal terjadi antara usia 10 hingga 13 tahun. Pada masa ini, anak tumbuh lebih cepat dan melewati tahap awal pubertas. Anak juga mulai sadar akan penampilannya sehingga lebih memperhatikannya. Ia juga akan mulai merasakan kebutuhan akan privasi, yang akan membuatnya senang sendirian bersama keluarganya. Biasanya perubahan ini pertama kali terjadi pada anak perempuan.

2). Masa Remaja Pertengahan

Pada masa ini, remaja pada umumnya sudah mampu berpikir logis, meski seringkali didorong oleh emosi. Ia pun mulai tertarik dengan hubungan romantis (kencan). Terkadang sifat sensitifnya membuatnya lebih banyak berdebat dengan orang tuanya. Selain itu, dia juga mungkin menikmati menghabiskan waktu bersama teman-temannya.

3). Masa Reamaja Akhir atau Dewasa Muda (Usia 18-24 Tahun)

Pada akhir masa remaja, perkembangan fisik anak sudah berkembang sempurna. Selama ini, perubahan lain terjadi pada dirinya. Ia mulai bisa mengendalikan dorongan emosi yang muncul, merencanakan masa depan, dan memikirkan akibat yang akan dihadapi jika ia melakukan tindakan yang salah. Ia juga mulai memahami apa yang diinginkannya dan dapat mengaturnya sendiri, tidak mengikuti kemauan orang lain. Stabilitas emosi dan kemandirian ini sering dicapai pada anak-anak pada masa remajanya.

c. Perkembangan Remaja

Perkembangan remaja adalah periode transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa. Pada masa ini, remaja mengalami perubahan fisik, emosi, sosial, dan kognitif yang signifikan. Berikut adalah beberapa poin singkat, padat, dan jelas tentang perkembangan remaja (Erika Puspita, 2019) sebagai berikut :

1) Perkembangan Fisik Remaja

Remaja mengalami perubahan fisik yang ditandai dengan munculnya fitur pubertas, seperti peningkatan berat badan dan tinggi badan, perubahan proporsi dan bentuk tubuh, serta mencapai kematangan seksual.

2) Perkembangan Kognitif Remaja

Pada tahap ini, remaja sudah memiliki kemampuan berpikir hipotesis, sehingga dapat meramalkan atau memikirkan hal-hal abstrak. Mereka juga mampu memecahkan masalah secara sistematis dengan metode trial and error, yang mirip dengan cara berpikir seorang ilmuwan, yaitu membuat rencana dan menguji solusi secara sistematis.

3) Perkembangan Emosi Remaja

Perubahan emosional pada remaja dipengaruhi oleh perubahan fisik dan hormonal, serta faktor lingkungan yang terkait dengan perubahan tubuh mereka. Karena remaja berada di antara masa anak-anak dan dewasa, status mereka agak ambigu, baik bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

d. Teori Ekspresi Diri (Self-Presentation)

Teori Ekspresi Diri, atau dikenal juga sebagai teori presentasi diri atau dramaturgi sosial, adalah konsep dalam ilmu sosial yang menggambarkan cara individu berusaha mengontrol dan membentuk persepsi orang lain terhadap diri mereka sendiri melalui tindakan dan komunikasi. Teori ini dikembangkan oleh Erving Goffman, seorang sosiolog terkenal, dan diuraikan dalam bukunya yang berjudul "The Presentation of Self in Everyday Life" pada tahun 1959 (Astuti & Subandiah, 2021).

Berikut adalah penjelasan singkat tentang hubungan teori ini dengan ketiga indikator tersebut :

a. Indikator Kognitif:

Kognitif terkait dengan proses pemikiran dan persepsi. Dalam konteks Teori Ekspresi Diri, aspek kognitif tercermin dalam bagaimana individu memahami dan merencanakan cara mereka ingin dipahami atau dilihat oleh orang lain. Individu secara sengaja memilih informasi atau citra yang mereka ingin proyeksikan, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap pandangan orang lain terhadap diri mereka.

b. Indikator Afektif:

Afektif berkaitan dengan dimensi emosional dan perasaan. Teori Ekspresi Diri memiliki pengaruh pada aspek afektif dengan mempertimbangkan bagaimana ekspresi diri yang dipilih dapat memicu atau mengekspresikan emosi tertentu. Individu mungkin berupaya menciptakan atau menyembunyikan berbagai emosi sesuai dengan citra yang ingin mereka tampilkan.

d. Indikator Perilaku:

Perilaku melibatkan segala tindakan yang dapat diamati. Dalam Teori Ekspresi Diri, perilaku mencakup cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan mengelola presentasi diri mereka

di hadapan orang lain. Ini mencakup tindakan verbal, non-verbal, dan keputusan perilaku yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu dalam membentuk kesan yang diinginkan.

C. Kerangka Pikir

Penelitian mengenai Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat di Desa Sawakong kecamatan Galesong Selatan kabupaten Takalar. Peneliti memfokuskan pada pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja. Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa hubungan variabel.



Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini seperti dibawah ini:

Bagan Kerangka Pikir 1.2



Sumber: Diolah dan dikembangkan oleh peneliti (2023)

D. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja di Desa Sawakong, kecamatan Galesong Selatan, kabupaten Takalar.

H0: Tidak terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja di Desa Sawakong, kecamatan Galesong Selatan, kabupaten Takalar.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sebuah komponen dalam penelitian yang menjelaskan metode atau cara yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Lebih rinci, perhatikan pembahasan berikut ini akan menjelaskan definisi operasional dari variabel dalam konteks penelitian ini :

1. Indikator Pengaruh Media Sosial Sebagai Variabel X yang merupakan variabel yang mempengaruhi (independent) :

- a. Stimulus

Dalam konteks ini, media sosial TikTok menjadi stimulusnya. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video yang sangat populer di kalangan remaja saat ini. Melalui TikTok, remaja dihadapkan pada berbagai jenis konten, mulai dari menari, sinkronisasi bibir, dan tantangan sosial.

- b. Organism

Pada penelitian ini organism merujuk pada individu-individu muda yang terlibat dalam penggunaan TikTok. Remaja mungkin memiliki keunikan dan karakteristik pribadi yang memengaruhi cara mereka merespons konten yang ditampilkan di aplikasi TikTok.

- c. Respons

Pada penelitian ini respon meliputi bagaimana remaja bereaksi terhadap konten yang mereka jumpai di TikTok. Reaksi tersebut dapat berupa perilaku yang dipengaruhi oleh video-video TikTok, seperti mencoba tantangan viral, meniru gaya hidup

selebriti TikTok, atau mencari informasi dan tren dari platform tersebut.

2. Indikator Perilaku sebagai variabel Y yang merupakan variabel yang dipengaruhi (dependen) :

a. Kognitif

Dalam hal ini melibatkan aspek pemikiran atau keyakinan yang dimana dilihat dari komentar dan tanggapan positif dari pengguna tiktok serta peningkatan interaksi dan rekomendasi atau ulasan pengguna dan untuk aspek pengetahuan dilihat dari jumlah pertanyaan pengguna tiktok saat seseorang membuat konten atau feedback yang diberikan.

b. Afektif

Dalam hal ini melibatkan aspek emosional dan perasaan pengguna tiktok terhadap objek atau topik tertentu. Aspek emosional dan perasaan dari reaksi pengguna terhadap konten bisa mencerminkan dalam komentar, emoji atau interaksi lain yang menunjukkan perasaan mereka terhadap konten tiktok.

c. Perilaku

Dalam hal ini, aspek perilaku,1 melibatkan tindakan nyata atau perilaku yang dapat diamati yang timbul sebagai hasil dari sikap pengguna tiktok tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini dilakukan kurang lebih 2 (dua) bulan setelah seminar proposal yaitu pada 07 Desember – 12 Februari 2024. Lokasi penelitian di Desa Sawakong Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar. Menganai Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Sawakong kecamatan Galesong Selatan kabupaten Takalar). Adapun alasan memilih objek lokasi penelitian karena ingin mengetahui pengaruh dari penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Wirda Tuljannah, 2022).

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif artinya dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, mengurangi, atau memanipulasi objek atau bidang kajian. Dan jenis penelitian deskriptif yang peneliti

gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja, yang meliputi perilaku remaja dari X terhadap Y perilaku remaja. Data untuk analisis dikumpulkan dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu remaja yang ada di Desa Sawakong.

Dengan adanya prosedur yang terstruktur, responden dapat mengumpulkan data secara sistematis yang diperoleh melalui pengukuran menggunakan Skala Likert dan menganalisisnya dengan menggunakan statistik yang relevan.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian meliputi orang, benda, hewan, tumbuhan, gejala, hasil uji, atau peristiwa yang menjadi sumber data yang menunjukkan ciri-ciri tertentu dalam suatu penelitian Margono, 2004/(Ahyar et al., 2020).

Adapun populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja desa Sawakong, kecamatan Galesong Selatan, kabupaten Takalar yang menggunakan aplikasi TikTok.

Tabel 3.2

**Data jumlah remaja di Desa Sawakong kecamatan Galesong Selatan,
kabupaten Takalar.**

No.	Umur	Kategori	Jumlah
1.	10-14 Tahun	Remaja Awal	339
2.	15-19 Tahun	Remaja Pertengahan	329
3.	20-24 Tahun	Remaja Akhir/ Dewasa Muda	275
		Total	943

Sumber: BKKBN Kecamatan Galesong Selatan 2023

Sebanyak 943 orang remaja dari 1.075 jumlah kepala keluarga yang terbagi ke dalam enam dusun di desa Sawakong kecamatan Galesong Selatan, kabupaten Takalar (**Sumber: Data Desa Sawakong**).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan teknik sampling (Husain dan Purnomo). Disini sampel harus mencerminkan keadaan populasi yang sebenarnya, yaitu kesimpulan dari hasil penelitian yang diambil dari sampel harus benar merupakan kesimpulan atas populasi (Ahyar et al., 2020).

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel *random sampling*. Proses peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dikarenakan populasi yang berjumlah besar, peneliti memilih untuk mengambil sampel menggunakan metode Slovin.

Rumus Slovin digunakan untuk menentukan besar sampel dari populasi yang diketahui sebanyak 943 remaja. Karena tingkat akurasi yang ditentukan dalam identifikasi sampel adalah 10%. Alasan peneliti menggunakan tingkat akurasi 10% karena jumlah populasinya di bawah 1.000.

Rumus Slovin:

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

n = ukuran sampel yang dibutuhkan

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan yang diizinkan

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

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

$$n = \frac{943}{1 + 943 (0,1)^2}$$

$$= 99,8$$

$$= 100$$

Jadi, berdasarkan rumus Slovin dan proporsional berdasarkan persentase populasi, untuk total sampel yang diambil 100.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang mana peneliti melakukan pengamatan langsung dan mencatat informasi terkait dengan pengaruh media sosial tiktok terhadap perilaku remaja di Desa Sawakong. Dalam pengamatan ini, peneliti akan secara langsung melihat dan mencatat berbagai masalah yang terkait dengan pengaruh media sosial tiktok tersebut terhadap perilaku remaja. Pastikan pencatatan dilakukan secara terperinci dan objektif.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti tahu persis variabel yang diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat dikirimkan langsung kepada responden atau dikirimkan melalui internet (Patel & Goyena, 2019).

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berupa pertanyaan maupun pernyataan melalui *Google Form* mengenai pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja di desa Sawakong.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Korelasi Person

Korelasi Pearson antara pengaruh pengguna media sosial tiktok dengan perilaku remaja di desa Sawakong. Misalnya kita dapat mengukur sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial tiktok, terhadap perilaku remaja. Hasilnya akan memberikan informasi sejauh mana terdapat hubungan linier antara penggunaan tiktok dengan sikap remaja. Hasilnya akan memberikan informasi sejauh mana terdapat hubungan linier antara pengguna tiktok dengan sikap remaja.

2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji terkait dengan pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana pada penelitian ini variabel X adalah Pengaruh penggunaan media sosial tiktok, sedangkan variabel Y adalah perilaku remaja di desa Sawakong. Bila skor variabel bebas diketahui, maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya.

F. Teknik Pengabsahan Data

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013:52), pengukuran nilai dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor komponen pertanyaan dengan skor total konstruk atau variabel. Periksa artinya dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Basis keputusan yang

digunakan untuk memeriksa keabsahan item pertanyaan adalah (Nurchahyo & Riskayanto, 2018):

- a. Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel maka variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ tabel variabelnya tidak valid.
- c. r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Nilai r tabel dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$,
dimana:

n = Jumlah responden

k = jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel

Jika hasilnya menunjukkan nilai signifikan, maka setiap metrik pertanyaan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner sebagai indikator suatu variabel atau suatu konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas dilakukan untuk memeriksa konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Untuk menguji reliabilitas ini peneliti menggunakan metode *Cronback Alpha* dengan taraf signifikansi 0,60, dimana jika nilai *Cronback Alpha* suatu tabel lebih besar dari 0,60 maka pertanyaan yang diajukan Dalam proses pengukuran instrumen memiliki reliabilitas yang cukup.

Sebaliknya, jika nilai *Cronback Alpha* kurang dari 0,60, maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab iv ini peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan dari data yang berkaitan dengan fokus penelitian, sebagai tindak lanjut dari hasil pengumpulan data. Sebelum mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti terlebih dahulu akan menguraikan secara singkat tentang gambaran Desa Sawakong, kecamatan Galesong Selatan yang menjadi tempat atau lokasi penelitian.

1. Gambaran Umum Desa Sawakong

Desa Sawakong merupakan dataran rendah yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Gowa. Jarak tempuh Desa Sawakong ke ibu kota /kabupaten ± 15 Km, sedangkan jarak tempuh ke Kecamatan ± 3 km. (Sumber Data Desa Sawakong).

Tabel 4. 1 Data Penduduk Desa Sawakong 2022

Jumlah KK	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah Penduduk
1.075 Jiwa	1.656 Jiwa	1.769 Jiwa	3.425 Jiwa

Sumber : Data Desa Sawakong (2022)

2. Demografi

Desa Sawakong memiliki daerah yang cukup luas sehingga tidak terjadi kepadatan penduduk, penambahan populasi tahunan juga tidak besar. Pada tahun 2022 jumlah penduduk Desa Sawakong mencapai 3425 jiwa.

Jika dilihat dari keadaan topografi Desa Sawakong merupakan wilayah yang dikelilingi oleh persawahan. Luas lahan persawahan $\pm 213,25 \text{ ha/m}^2$, dan luas pemukiman $\pm 89,80 \text{ ha/m}^2$, luas pemakaman umum $\pm 89,80 \text{ ha/m}^2$, serta luas perkantoran dan sekolah $\pm 0,5 \text{ ha/m}^2$ wilayah Desa Sawakong merupakan daratan rendah (**Data Desa Sawakong**).

3. Kondisi Ekonomi

Adapun sektor-sektor yang dapat dikembangkan di Desa Sawakong antara lain :

1). Pertanian : Mata pencaharian terpenting penduduknya adalah pertanian.

Sebagian besar lahan di Desa Sawakong diairi oleh DAM Bili-bili dan Bissua. Penanaman padi dilakukan tiga kali dalam setahun, sehingga padi merupakan hasil pertanian terbesar. Namun kendala yang dihadapi petani biasanya terletak pada pemasaran, karena selama ini hasil pertanian tidak hanya dapat dikonsumsi tetapi juga dapat dijual.

2). Peternakan : Desa Sawakong dikelilingi oleh persawahan sehingga menjadi lokasi yang strategis sebagai peternakan. Namun, sektor ini terbengkalai karena keterbatasan dan ketidakmampuan masyarakat lokal membeli bibit, terutama dari sapi dan kambing.

3). Industri Mitra (Home Industri) : Industri Mitra di Desa Sawakong cukup beragam diantaranya :

a). Anyaman songkok guru, anyaman gamacca, Kompi, anyaman kalakka (Tirai Bambu).

b). Percetakan Batu Merah

c). Kelompok Menjahit

d). Pembuatan Bosara’.

Namun yang terpenting dari semua industri di atas adalah kurangnya modal usaha, tidak adanya pemasaran dan kurangnya kreativitas (monoton) dari kerajinan yang dihasilkan sehingga sulit menemukan produk di luar Sulawesi, diperlukan penelitian komparatif. Banyak kerajinan tangan yang terbuat dari alam atau dari bahan yang ada di desa.

4. Visi dan Misi

a. Visi

- Terwujudnya masyarakat yang aman tentram damai sejahtera lahir batin, beriman dan bertakwa.

b. Misi

- Peningkatan pengamalan ajaran agama dalam rangka meningkatkan akhlakul karimah masyarakat desa menopang misi yang lain.
- Perwujudan kesejahteraan rakyat dengan tercukupinya sandang, pangan, dan kesejahteraan serta Pendidikan.
- Perwujudan pemerintah yang bersih dan berwibawah dengan mengimplementasikan dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat secara professional, efektif, terkait dengan budaya.
- Terciptanya masyarakat yang rukun dalam bermasyarakat sehingga tercipta ketentraman dalam kehidupan sehari-hari. **(Sumber:**

Dokumentasi kantor Desa Sawakong)

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden dan Klasifikasi Data Penelitian

a. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dalam penelitian ini yang menjadi respondennya adalah remaja di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar yang berjumlah 100 orang. Lebih lanjut akan diuraikan karakteristik responden berdasarkan Usia :

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
10-14 Tahun	41	41%
15-19 Tahun	28	28%
20-24 Tahun	31	31%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer (diolah Peneliti, 2023)

Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer (diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan table 4.2 dan Gambar 4.1 diketahui bahwa kondisi responden pada penelitian ini, yang berusia 10-14 Tahun berjumlah 41 responden atau 41%, Usia 15-19 Tahun berjumlah 28 responden atau 28%, sedangkan yang berusia 20-24 Tahun berjumlah 31 responden atau 31%. Hal itu menunjukkan bahwa klasifikasi responden penelitian mayoritas responden berusia 10-14 Tahun (remaja awal). Kemudian berikut klasifikasi pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	27	27%
Perempuan	73	73%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer (diolah Peneliti, 2023)

Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer (diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dan gambar 4.2 diketahui bahwa kondisi responden pada penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 responden atau 27%, sedangkan responden yang berjenis kelamin Perempuan berjumlah 73 responden atau 73%. Hal itu menunjukkan bahwa klasifikasi responden penelitian mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan.

1. Penggunaan TikTok

Dalam hal ini dipahami sebagai seberapa sering remaja dalam menggunakan media sosial baik untuk mengakses informasi ataupun berkomunikasi. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada table distribusi berikut ini :

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Indikator penggunaan TikTok

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	91	91%
Tidak	9	9%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi jawaban responden pada penggunaan tiktok hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa sebanyak 91 orang (91%) menggunakan aplikasi tiktok dan sebanyak 9 orang (9%)

tidak menggunakan aplikasi tiktok. Hal itu menunjukkan mayoritas responden menggunakan aplikasi tiktok.

2. Frekuensi Mengkases Media Sosial

Dalam hal ini dipahami sebagai seberapa sering remaja dalam menggunakan media sosial baik untuk mengakses informasi ataupun berkomunikasi. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada table distribusi berikut ini :

Table 4.5 Distribusi Jawaban Responden Indikator Frekuensi Mengakses Media Sosial

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
30 menit – 1 Jam	16	16%
1-3 Jam	27	27%
4-7 Jam	18	18%
8-10 Jam	11	11%
12 Jam keatas	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 distribusi jawaban responden pada indicator frekuensi seberapa sering mengakses media sosial, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa sebanyak 16 orang (16%) kategori 30 menit – 1 Jam, kemudian 27 orang (27%) kategori 1-3 Jam, selanjutnya 18 orang (18%) kategori 4-7 Jam, selanjutnya 11 orang (11%) kategori 8-10 Jam,

dan sebanyak 28 orang (28%) kategori 12 Jam keatas. Hal itu menunjukkan mayoritas responden mengakses media sosial 12 jam keatas.

3. Jenis media sosial yang paling sering digunakan

Dalam hal ini dipahami jenis media sosial yang paling aktif atau sering digunakan responden dalam kesehariannya, baik untuk mencari informasi ataupun berkomunikasi. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada table distribusi berikut ini :

Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden Indikator Jenis Media Sosial yang Paling Sering digunakan

Indikator	Frekuensi	Presentase
TikTok	70	70%
Instagram	10	10%
Facebook	6	6%
WhatsApp	11	11%
Lainnya	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.6 distribusi jawaban responden pada indikator jenis media sosial yang paling sering digunkana, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui sebanyak 70 orang (70%) kategori TikTok, kemudian 10

orang (10%) kategori Instagram, selanjutnya 6 orang (6%) kategori Facebook, selanjutnya 11 orang (11%) kategori WhatsApp, dan sebanyak 3 orang menjawab pengguna lainnya. Hal ini menunjukkan mayoritas responden lebih sering menggunakan TikTok.

4. Durasi menggunakan TikTok dalam sehari

Durasi yang berkaitan dengan seberapa lama responden menghabiskan waktu menggunakan media sosial dalam sehari. Untuk mendeskripsikan jawaban 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Indikator Durasi Menggunakan TikTok dalam sehari

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
1-3 Jam	51	51%
4-7 Jam	20	20%
8-10 Jam	2	2%
12 Jam keatas	27	27%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.7 distribusi jawaban responden pada indikator durasi menggunakan TikTok dalam sehari, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa terdapat 51 orang (51%) kategori 1-3 Jam, kemudian 20 orang (20%) kategori 4-7 Jam, selanjutnya 2 orang (2%) kategori 8-10 Jam, dan

sebanyak 27 orang (27%) kategori 12 Jam keatas. Hal itu menunjukkan mayoritas responden mengakses TikTok 1-3 Jam dalam sehari.

5. Jenis konten yang disaksikan di TikTok

Dalam hal ini diartikan dari beberapa jenis media sosial yang digunakan responden konten apa saja yang sering disaksikan pada aplikasi TikTok. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Indikator Jenis Konten yang disaksikan di TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Hiburan, Humor dan Inspirasi	50	50%
Tutorial dan Mini Series	12	12%
Edukasi dan Informasi	7	7%
Trending Challenges	30	30%
Lainnya	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi jawaban responden pada jenis konten yang disaksikan di TikTok hasil pengolahan data dari 100 reponden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa terdapat 50 orang (50%) kategori Hiburan, Humor dan Inspirasi, kemudian 12 orang

(12%) kategori Tutorial, dan mini series, selanjutnya 7 orang (7%) kategori Edukasi dan Informasi, selanjutnya 30 orang (30%) kategori Trending Challenges, dan sebanyak 1 orang (1%) kategori lainnya. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menyaksikan konten hiburan, humor dan inspirasi di TikTok.

b. Klasifikasi Data Variabel X Remaja di Desa Swakong (Pengaruh Media Sosial TikTok)

Penelitian ini ingin mengetahui tentang pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja. Terlebih dahulu harus mengetahui kondisi remaja pada penggunaan media sosial dengan beracuan pada indikator (1) Stimulus, (2) Organism, (3) Respon. Berikut akan di uraikan kondisi remaja dengan beracuan pada tingkat penggunaan media sosial TikTok.

1. Stimulus

Stimulus dalam hal ini adalah TikTok sebagai platform media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah video pendek atau menonton video buatan orang lain. Berikut dapat dilihat dalam penjabarannya.

(1). Berpartisipasi dalam Konten TikTok

Dalam hal ini diartikan bahwa melalui partisipasi dalam konten tiktok responden dapat mengekspresikan kreativitas dan terlibat dalam tren yang sedang viral. Untuk mendeskripsikan

jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden

Berpartisipasi dalam konten TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	41	41%
Setuju	33	33%
Cukup Setuju	21	21%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 distribusi jawaban responden berpartisipasi dalam konten TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 41 (41%), kategori setuju berjumlah 33 (33%), kategori cukup setuju berjumlah 21 (21%), kategori tidak setuju berjumlah 5 (5%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0. Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

(2). Terdorong mengikuti tren atau gaya yang populer di TikTok

Partisipasi aktif dengan tren atau gaya yang populer di tiktok memungkinkan responden terlibat memperluas jangkauan mereka dalam komunikasi digital. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100

responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden
Mengikuti Tren atau gaya di TikTok**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	39	39%
Setuju	9	9%
Cukup Setuju	32	32%
Tidak Setuju	16	16%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 distribusi jawaban responden mengikuti tren atau gaya yang populer di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 39 (39%), kategori setuju berjumlah 9 (9%), kategori cukup setuju berjumlah 32 (32%), kategori tidak setuju berjumlah 16 (16%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 4 (4%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

2. Organism

Dalam ini organism merujuk pada remaja yang terlibat dalam penggunaan TikTok. Remaja mungkin memiliki keunikan

dan karakteristik pribadi yang memengaruhi cara mereka merespons konten yang ditampilkan di aplikasi TikTok. Berikut dapat dilihat dalam penjabarannya.

(3). Mengalami perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok

Dalam hal ini perubahan kebiasaan atau perilaku diakibatkan karena penggunaan media sosial TikTok. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden
Perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	21	21%
Cukup Setuju	23	23%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 distribusi jawaban responden yang mengakibatkan perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 34 (34%), kategori setuju berjumlah 21 (21%), kategori cukup setuju berjumlah 23 (23%), kategori tidak setuju berjumlah 19

(19%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 3 (3%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

(4). Konten TikTok mempengaruhi sikap emosional

Dalam hal ini perubahan kebiasaan atau perilaku diakibatkan karena penggunaan media sosial TikTok. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden
Konten TikTok mempengaruhi sikap emosional**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	17	17%
Cukup Setuju	25	25%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 distribusi jawaban responden yang mengakibatkan perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 34 (34%), kategori setuju berjumlah 17 (17%), kategori cukup setuju berjumlah 25 (25%), kategori tidak setuju berjumlah 19

(19%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 5 (5%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

5). Penggunaan TikTok mempengaruhi pola tidur atau aktivitas harian

Dalam hal ini penggunaan Tiktok dapat mempengaruhi pola tidur atau aktivitas harian. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden

Tiktok mempengaruhi pola tidur ataupun aktivitas harian

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	19	19%
Cukup Setuju	19	19%
Tidak Setuju	18	18%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 distribusi jawaban responden yang mengakibatkan perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju

berjumlah 38 (38%), kategori setuju berjumlah 19 (19%), kategori cukup setuju berjumlah 19 (19%), kategori tidak setuju berjumlah 18 (18%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 6 (6%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

3. Respons

Pada penelitian ini respon meliputi bagaimana remaja bereaksi terhadap konten yang mereka jumpai di TikTok. Reaksi tersebut dapat berupa perilaku yang dipengaruhi oleh video-video TikTok. Berikut dapat dilihat dalam penjabarannya.

(6). Penggunaan TikTok mempengaruhi seberapa sering saya melakukan kegiatan sehari-hari, seperti belajar atau berolahraga

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden

Pengguna tiktok mempengaruhi aktivitas sehari-hari

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	36	36%
Setuju	25	25%
Cukup Setuju	20	20%

Tidak Setuju	17	17%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 distribusi jawaban responden yang mengakibatkan perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 36 (36%), kategori setuju berjumlah 25 (25%), kategori cukup setuju berjumlah 20 (20%), kategori tidak setuju berjumlah 17 (17%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 (2%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

(7). Penggunaan TikTok mempengaruhi tingkat keterlibatan sosial di lingkungan masyarakat

Dalam hal ini penggunaan tiktok dapat memberikan pengaruh terhadap keterlibatan sosial di lingkungan masyarakat. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket variabel dapat dilihat pada tabel distribusi berikut:

Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden

**Penggunaan TikTok mempengaruhi keterlibatan sosial
dilingkungan masyarakat**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	19	19%
Cukup Setuju	26	26%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 distribusi jawaban responden yang mengakibatkan perubahan perilaku akibat penggunaan TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 38 (38%), kategori setuju berjumlah 19 (19%), kategori cukup setuju berjumlah 26 (26%), kategori tidak setuju berjumlah 15 (15%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 (2%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

Tabel 4.16 Variabel X (Pengaruh Media Sosial Tiktok)

Indikator	Interpretasi					Frekuensi	Presentasi
	SS	S	KS	TS	ST		
Berpartisipasi dalam konten TikTok (misalnya: like, comment, bagikan)	41	33	21	5	0	100	100%
Saya merasa terdorong untuk mengikuti tren atau gaya yang dipopulerkan di TikTok	39	9	32	16	4	100	100%
Saya mengalami perubahan dalam kebiasaan atau perilaku karena penggunaan TikTok	34	21	23	19	3	100	100%
Konten TikTok berpengaruh terhadap sikap emosional saya	34	17	25	19	5	100	100%
Penggunaan TikTok memengaruhi pola tidur atau rutinitas harian saya	38	19	19	18	6	100	100%
Penggunaan TikTok mempengaruhi seberapa sering saya melakukan kegiatan sehari-hari, seperti belajar atau berolahraga	36	25	20	17	2	100	100%
Penggunaan TikTok mempengaruhi tingkat keterlibatan sosial saya di lingkungan masyarakat	38	19	26	15	2	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan oleh peneliti (2023)

c. Klasifikasi Data Variabel Y Perilaku Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok

Penelitian ini ingin mengetahui tentang pengaruh perilaku remaja terhadap penggunaan media sosial TikTok. Terlebih dahulu harus mengetahui kondisi remaja pada penggunaan media sosial TikTok. Berikut akan diuraikan kondisi remaja dengan beracuan pada tingkat indikator Kognitif, Afektif, dan Konatif.

i. Kognitif

Kognitif adalah istilah umum yang mencakup pemahaman, yaitu persepsi, penangkapan makna, penilaian, dan penalaran terhadap suatu objek. Untuk mendeskripsikan jawaban 100 responden dalam penelitian ini terhadap Kuesioner Indeks Variabel Kognitif yang terdiri dari beberapa pertanyaan, berikut ini :

1). Konten di TikTok mempengaruhi cara memahami pandangan orang lain terhadap topik tertentu

Berdasarkan hasil penelitian data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden

Menerapkan Pengetahuan Memahami Sudut Pandang

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	36	36%
Setuju	22	22%
Cukup Setuju	29	29%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan Penelii (2023)

Berdasarkan tabel 4.17 distribusi jawaban responden menerapkan pengetahuan memahami cara pandang terhadap orang lain, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa sebanyak 36 orang (36%) menjawab kategori sangat setuju, sebanyak 22 orang (22%) menjawab kategori setuju, sebanyak dan 29 orang (29%) menjawab kategori cukup setuju, sebanyak 9 orang (9%) menjawab kategori tidak setuju, dan terdapat 4 orang (4%) menjawab kategori sangat tidak setuju. Hal itu enunjukkan mayoritas responden menerapkan pengetahuan memahami pandangan orang lain.

2). Penggunaan TikTok membantu memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden

Memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini di TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	53	53%
Setuju	33	33%
Cukup Setuju	9	9%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.18 distribusi jawaban responden menganalisis pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini di TikTok, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa sebanyak 53 orang (53%) menjawab kategori sangat setuju, kemudian 33 orang (33%) menjawab kategori setuju, selanjutnya 9 orang (9%) menjawab kategori cukup setuju, dan sebanyak 4 orang (4%) menjawab kategori tidak setuju, dan terdapat 1 orang (1%) menjawab kategori sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas responden dapat

memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini di TikTok.

3). Menggunakan dan mengaplikasikan keterampilan baru yang diperoleh di TikTok dalam Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden

Penerapan keterampilan dari TikTok pada Lingkungan Masyarakat

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	42	42%
Setuju	20	20%
Cukup Setuju	28	28%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.19 distribusi jawaban responden menerapkan keterampilan dari tiktok pada lingkungan masyarakat, hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa sebanyak 42 orang (42%) menjawab kategori

sangat setuju, kemudian sebanyak 20 orang (20%) menjawab kategori setuju, selanjutnya sebanyak 28 orang (28%) menjawab kategori cukup setuju, selanjutnya 9 orang (9%) menjawab kategori tidak setuju, dan terdapat 1 orang (1%) menjawab kategori sangat tidak setuju. Hal itu menunjukkan mayoritas responden menerapkan keterampilan dari tiktok pada lingkungan masyarakat.

2. Afektif

Afektif adalah ranah yang berhubungan dengan emosi, perasaan, maupun sikap yang disebabkan oleh suatu objek atau peristiwa suatu informasi. Untuk mendeskripsikan jawaban dari 100 responden pada penelitian ini terhadap angket indikator variabel afektif yang terdiri dari beberapa pertanyaan dapat dilihat pada penjabaran berikut ini.

1). Sangat senang saat menggunakan TikTok

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden

Senang menggunakan TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	48	48%
Setuju	25	25%
Cukup Setuju	23	23%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.20 distribusi jawaban responden berdasarkan menyetujui senang menggunakan TikTok, pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa terdapat 48 orang (48%) menjawab kategori sangat setuju, kemudian 25 orang (25%) menjawab kategori setuju, selanjutnya 23 orang (23%) menjawab kategori cukup setuju, selanjutnya 4 orang (4%) menjawab kategori tidak setuju dan frekuensi jawaban kategori sangat tidak setuju berjumlah 0. Pada distribusi jawaban responden pada indikator ini mayoritas sangat setuju.

2). Merasa senang setelah berinteraksi dengan konten yang disukai di TikTok

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Indikator

Kepuasan setelah melihat konten Favorit di TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	43	43%
Setuju	29	29%
Cukup Setuju	24	2%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.21 distribusi jawaban responden menanggapi kepuasan setelah melihat konten favorit di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 43 (43%), kategori setuju berjumlah 29 (29%), kategori cukup setuju berjumlah 24 (24%), kategori tidak setuju berjumlah 4 (4%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0. Pada distribusi jawaban responden pada indikator afektif mayoritas menjawab sangat setuju.

3). Respon kecemasan akibat konten di TikTok

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden

Respon kecemasan akibat konten di TikTok

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	24	24%
Cukup Setuju	19	19%
Tidak Setuju	18	18%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.22 distribusi jawaban responden menanggapi respon kepuasan akibat konten di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 35 (35%), kategori setuju berjumlah 24 (24%), kategori cukup setuju berjumlah 19 (19%), kategori tidak setuju berjumlah 18 (18%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju berjumlah 4 (4%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator afektif mayoritas menjawab sangat setuju.

3. Konatif

Konatif dipahami suatu tindakan atau perilaku di mana seseorang bertindak terhadap suatu objek berdasarkan informasi yang diolah dan diperoleh dari suatu media informasi atau komunikasi. Untuk mendeskripsikan jawaban 100 responden dari data penelitian

ini terhadap kuesioner indikator variabel prospektif yang terdiri dari beberapa pertanyaan, dapat dilihat pada penjabaran berikut ini :

- 1). Kecenderungan meniru hal-hal dari konten TikTok dalam kehidupan sehari-hari

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden
Kecenderungan Meniru hal-hal dari konten TikTok**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	36	36%
Setuju	14	14%
Cukup Setuju	28	28%
Tidak Setuju	18	18%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.23 distribusi jawaban responden menanggapi kecenderungan meniru hal-hal yang dilihat dari konten di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 36 (36%), kategori setuju berjumlah 14 (14%), kategori cukup setuju berjumlah 28 (28%), kategori tidak setuju berjumlah 18 (18%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju

berjumlah 4 (4%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

2). Pengaruh interaksi di TikTok terhadap sikap sosial dalam lingkungan masyarakat

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden
Pengaruh interaksi di TikTok terhadap sikap sosial**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	17	17%
Cukup Setuju	19	19%
Tidak Setuju	25	25%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.24 distribusi jawaban responden menanggapi kecenderungan meniru hal-hal yang dilihat dari konten di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 35 (35%), kategori setuju berjumlah 17 (17%), kategori cukup setuju berjumlah 19 (19%), kategori tidak setuju berjumlah 25 (25%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju

berjumlah 4 (4%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

3). Berkontribusi dengan cara menyebarkan atau membagikan konten TikTok kepada orang lain

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini, hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel distribusi berikut ini :

**Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden
Kontribusi membagikan konten TikTok**

Interpretasi	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	41	41%
Setuju	22	22%
Cukup Setuju	23	23%
Tidak Setuju	12	12%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.25 distribusi jawaban responden menanggapi kecenderungan meniru hal-hal yang dilihat dari konten di TikTok, diketahui bahwa jawaban angket berkategori sangat setuju berjumlah 41 (41%), kategori setuju berjumlah 22 (22%), kategori cukup setuju berjumlah 23 (23%), kategori tidak setuju berjumlah 12 (12%), frekuensi jawaban sangat tidak setuju

berjumlah 2 (2%). Pada distribusi jawaban responden pada indikator konatif mayoritas menjawab sangat setuju.

Tabel 4.26 Variabel Y (Perilaku Pengguna)

Indikator	Interpretasi					Frekuensi	Presentasi
	SS	S	KS	TS	ST		
Konten di TikTok memengaruhi cara saya memahami pandangan orang lain terhadap topik tertentu	36	22	29	9	4	100	100%
Penggunaan TikTok membantu saya memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini	53	33	9	4	1	100	100%
Saya menggunakan dan mengaplikasikan keterampilan baru yang diperoleh dari konten TikTok dalam kegiatan sehari-hari atau di lingkungan masyarakat	42	20	28	9	1	100	100%
Saya sangat senang saat menggunakan TikTok	48	25	23	4	0	100	100%
Saya merasa senang atau gembira setelah berinteraksi dengan konten yang saya sukai di TikTok	43	29	24	4	0	100	100%
Ada saat-saat ketika konten di TikTok membuat saya merasa cemas atau tertekan	35	24	19	18	4	100	100%
Saya cenderung meniru atau mencoba hal-hal yang saya lihat dari konten	36	14	28	18	4	100	100%

TikTok dalam kehidupan sehari-hari							
Interaksi saya di TikTok memengaruhi sikap saya terhadap lingkungan sosial di sekitar	35	17	19	25	4	100	100%
Saya berkontribusi dengan cara menyebarkan atau membagikan konten TikTok kepada orang lain	41	22	23	12	2	100	100%

Sumber : Diolah dan dikembangkan oleh peneliti (2023)

4. Uji Statistik Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan memberikan informasi mengenai data yang diamati, seperti melihat rentang nilai data (nilai maksimum dan minimum), nilai rata-rata (mean), serta sebaran data (nilai standar deviasi). Berdasarkan analisis statistik deskriptif yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah gambaran statistik dari penelitian ini :

Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Deskriptive Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengguna TikTok (X)	100	10	35	26.04	6.999
Perilaku Remaja (Y)	100	13	66	35.27	8.810
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Output SPSS V 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4.27 yang menampilkan statistik deskriptif dari variabel penelitian, informasi yang didapatkan adalah bahwa kedua variabel dalam

penelitian ini memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden. Pada variabel X, yang mengukur pengguna TikTok, rentang skor berkisar dari 10 (nilai minimum) hingga 13 (nilai maksimum), dengan rata-rata skor sebesar 26,04 dan nilai standar deviasi sebesar 6,999. Sementara pada variabel Y yang mengukur Perilaku Remaja, rentang skor berkisar 13 (nilai minimum) hingga 66 (nilai maksimum), dengan rata-rata skor sebesar 35,27 dan nilai standar deviasi sebesar 8,810.

5. Uji Validitas dan Reabilitas

a). Uji Validitas

Pengujian validitas menunjukkan sejauh mana instrument pengukur yang digunakan dapat mengukur konsep yang diinginkan. Cara untuk melakukan ini adalah dengan menghubungkan skor yang diperoleh dari setiap pertanyaan dalam instrument dengan skor masing-masing individu. Pengujian validitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Dalam penelitian ini, validitas diuji terhadap 100 responden remaja di Desa Sawakong. Keputusan pengujian diambil berdasarkan nilai r hitung (*Corrected Item – Total Correlation*) yang merupakan r tabel sebesar 0.256 untuk $df (N-2) = 100 - 2 = 98$: dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,01$ (rincian terlampir). Kriteria pengambilan keputusan uji validitas adalah jika nilai r hitung $> r$ tabel maka angket dianggap tidak valid, namun jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka angket dianggap tidak valid. Berikut ini adalah tabel yang menampilkan hasil dari pengujian validitas data pada penelitian ini :

Tabel 4.28 Uji Validitas Angket Variabel X

(Pengaruh Penggunaan TikTok)

Korelasi	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan (r hitung > r tabel)
Angket X1	1	0.256	Valid
Angket X2	0.629	0.256	Valid
Angket X3	0.592	0.256	Valid
Angket X4	0.573	0.256	Valid
Angket X5	0.404	0.256	Valid
Angket X6	0.546	0.256	Valid
Angket X7	0.661	0.256	Valid

Sumber : Output SPSS v 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel Y

(Perilaku Remaja)

Korelasi	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan (r hitung > r tabel)
Angket Y1	1	0.256	Valid
Angket Y2	0.506	0.256	Valid
Angket Y3	0.598	0.256	Valid
Angket Y4	0.434	0.256	Valid
Angket Y5	0.531	0.256	Valid
Angket Y6	0.289	0.256	Valid
Angket Y7	0.697	0.256	Valid
Angket Y8	0.753	0.256	Valid
Angket Y9	0.729	0.256	Valid

Sumber : Output SPSS v 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4.28 dan 4.29 uji validitas dari kedua angket variabel penelitian dapat diketahui dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 100 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai hitung (*corrected item – total correlation*) r tabel sebesar 0.256 untuk $df (N-2) = 100-2=98$; $\alpha = 0,01$ dan dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk uji validitas adalah r hitung lebih besar dari 0.256 yang merupakan nilai r tabel (rician terlampir). Kemudian berdasarkan dengan hasil uji validitas dari masing-masing angket pada kedua variabel penelitian bahwa seluruh butir angket pernyataan bersifat valid karena r hitung >0.256 (r tabel).

b). Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini, diperlukan uji reabilitas untuk mengevaluasi konsistensi angket dalam kuesioner. Sebelum menguji reabilitas, diperlukan dasar keputusan yang dianggap memiliki reabilitas jika nilai lebih besar dari 0,60. Jika nilainya lebih kecil dari 0,60, variabel yang diteliti dianggap tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reabilitas dari angket dalam penelitian ini :

Tabel 4.30 Uji Reabilitas Angket Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbroach</i>	Nilai ketentuan	Keterangan
Pengaruh Penggunaan TikTok	0.928	0.60	(0.928>0.60) Reliabel
Perilaku Remaja	0.831	0.60	(0.831>0.60) Reliabel

Sumber : Output SPSS v 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4.30 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk memenuhi kriteria uji reabilitas nilai *Alpha Cronbach* harus melebihi angka 0.60. Dalam konteks kuesioner penelitian ini, butir pertanyaan dari kedua variabel, yakni Pengaruh Pengguna TikTok (X) dan Perilaku Remaja (Y), menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner tersebut memiliki tingkat reabilitas yang tinggi karena nilai *Alpha Cronbach* melebihi angka 0.60.

6. Analisis Korelasi Pearson

Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi Pearson

		Pengguna TikTok X	Perilaku Remaja Y
Pengguna TikTok X	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Remaja Y	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS v 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi sebesar 0.775 dengan signifikan sebesar 0.000. kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan taraf signifikan dengan nilai alpa 0.01. berdasarkan kaidah penguji apabila signifikan <0.001 maka HI diterima dan HO ditolak, begitupun sebaliknya apabila signifikan >0.001 maka HI ditolak dan HO diterima. Nilai signifikan yang didapat adalah

0.000, menunjukkan bahwa $0.000 < 0.01$ maka HI diterima dan HO ditolak artinya terdapat korelasi antara Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja.

Hasil korelasi menggunakan metode *Pearson product moment* menunjukkan bahwa hubungannya sebesar 0.775, dengan tingkat signifikansi 0.000. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi yang dihitung dari analisis korelasi ini dibandingkan dengan nilai tabel. Menurut kriteria pengujian, jika nilai korelasi yang dihitung (*r* hitung) lebih besar atau sama dengan nilai pada tabel (*r* tabel), maka hipotesis alternatif (HI) diterima dan hipotesis nol (HO) ditolak. Sebaliknya, jika nilai korelasi yang dihitung lebih kecil dari nilai alpha 0,01 (10%), didapatkan nilai pada tabel (*r* tabel) sebesar 0.775. Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson product momen* sebelumnya, diperoleh nilai korelasi yang dihitung (*r* hitung) sebesar 0.775, yang lebih besar dari 0.256 pada tingkat signifikansi 10%. Oleh karena itu HO ditolak dan HI diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa terdapat korelasi antara Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja.

7. Analisis Regresi Sederhana

Analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk memahami dampak dari ketergantungan pada Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok (Variabel X) terhadap Perilaku Remaja (Variabel Y). Hasil dari analisis regresi sederhana dapat ditemukan dapat ditemukan dalam tabel berikut :

Tabel 4.32 Analisis Regresi Sederhana

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.874	2.167		4.557	0.000
	Pengguna TikTok X	0.975	0.080	0.775	12.133	0.000

a. Dependent Variable: Perilaku Remaja Y

Sumber : Output SPSS v 25 (Diolah Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4.32 analisis regresi sederhana pada variabel yang terdapat pada penelitian ini maka diperoleh persamaan regresi $Y = a + bX$ ($X = 9.874 + 0.975$). Kemudian persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan atau diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1). Nilai konstanta ialah 9.874, mengandung arti bahwa nilai konsistensi dari variabel Y adalah 9.874.
- 2). Koefisien regresi variabel X ialah 0.975, diartikan setiap penambahan 1% nilai variabel X, maka nilai dari variabel Y bertambah 0.975 dan nilai dari koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga diasumsikan pengaruh variabel adalah positif.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data menggunakan bantuan SPSS 25, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tontonan dan perilaku remaja. Pengaruh positif diartikan semakin sering siswa menonton video pada aplikasi tiktok, maka semakin berpengaruh terhadap perilaku siswa. Setiap penambahan waktu atau durasi penggunaan aplikasi tiktok maka, akan semakin menambah peningkatan pengaruh terhadap perubahan perilaku yang dialami oleh remaja. Penggunaan media sosial TikTok dapat memberikan dampak positif pada perkembangan remaja dalam berbagai aspek, platform ini memicu kreativitas remaja melalui pembuatan dan berbagi video pendek yang inovatif. Proses pembuatan konten ini dapat menjadi sarana ekspresi diri yang memberdayakan, memungkinkan remaja untuk mengekspresikan bakat seni mereka.

Dalam penelitian ini variabel bebas atau dependen adalah perilaku remaja. Perilaku remaja mencakup berbagai tindakan, respons, atau kebiasaan yang dimiliki atau ditunjukkan oleh individu remaja dalam lingkungan masyarakat. Contoh perilaku remaja melibatkan interaksi sosial, kegiatan waktu luang, dan pengambilan keputusan sehari-hari.

Sedangkan variabel terikat atau independent dalam penelitian ini yaitu penggunaan media sosial Tiktok. Penggunaan media sosial TikTok

dapat diukur melalui frekuensi penggunaan, jenis konten yang diakses, interaksi dengan pengguna lain, dan keterlibatan dalam pembuatan konten. Variabel ini menggambarkan sejauh mana remaja terlibat dalam platform ini dan bagaimana interaksi mereka dengan TikTok dapat mempengaruhi perilaku mereka.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reabilitas dengan dasar pengambilan keputusan jika r hitung (corrected Item-Total Correlation) r tabel sebesar 0.254 untuk $df (N-2) = 100-2 = 98$; $\alpha = 0.01$. Kemudian berdasarkan uji validitas dari butir angket pernyataan pada variabel penelitian dapat dipastikan bahwa seluruh butir angket kuesioner bersifat valid karena r hitung > 0.254 (r tabel). Selanjutnya pada uji reabilitas dari variabel penelitian data variabel penelitian telah memenuhi syarat karena nilai Alpha Cronbach dari hasil pengujian yang dilaksanakan lebih besar dari 0.60.

Setelah menyelesaikan Langkah-langkah uji validitas dan uji reabilitas, baru kemudian dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk memahami hubungan antara variabel dalam penelitian. Persamaan regresi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah $Y = a + bX$ ($X=9.874 + 0.975$). Arti dari persamaan regresi ini adalah bahwa setiap peningkatan sebesar 1% dari nilai variabel Y akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0.975 pada nilai variabel X . Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut dianggap positif. Pengujian

hipotesis dalam penelitian ini melibatkan analisis korelasi persial menggunakan metode pearson product moment.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten hiburan sangat diminati oleh remaja, karena dianggap mampu menyajikan hiburan yang berbeda dari platform media sosial lainnya. Oleh karena itu, TikTok dianggap sebagai tren saat ini, karena tidak hanya menyajikan informasi sebagai hiburan semata (Maghfiro, 2022).

Van Dijk, seperti yang dikutip oleh Nasrullah (2015), mengungkapkan bahwa media sosial adalah suatu platform media yang difokuskan pada keberadaan penggunaanya, menyediakan fasilitas untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai suatu medium online yang memperkuat hubungan antara pengguna dan sekaligus membentuk suatu ikatan sosial.

Dalam konteks ini, TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki kemampuan memengaruhi perilaku. Terkait dengan kegiatan menonton di TikTok, platform tersebut dapat memberikan dampak pada perilaku remaja, di mana mereka menggunakan indera penglihatan dan pendengaran untuk menyaksikan berbagai video. Setelah terbentuknya persepsi, munculnya motivasi menjadi langkah selanjutnya, di mana remaja cenderung meniru apa yang telah mereka saksikan sebelumnya. Hal ini, pada gilirannya, dapat berpengaruh pada perilaku remaja, termasuk perilaku terkait kejujuran, toleransi, dan sopan santun.

Dari temuan penelitian dan analisis tabel jawaban responden, penulis menyimpulkan bahwa dalam periode penggunaan aplikasi TikTok, responden secara konsisten membuka aplikasi tersebut setiap hari. Hal ini disebabkan oleh popularitas tinggi aplikasi TikTok di kalangan responden. Sebaliknya, sebagian kecil responden melaporkan bahwa mereka tidak selalu membuka aplikasi TikTok setiap hari, melainkan hanya pada waktu-waktu tertentu. Aplikasi TikTok juga mencatatkan penggunaan yang lebih sering dibandingkan dengan aplikasi lain di smartphone responden, karena menurut mereka, TikTok menyediakan hiburan yang menarik.

Menurut (Kutlu, 2023) terkait dengan manfaat aplikasi TikTok pada anak ataupun remaja. Beberapa orang tua menuturkan bahwasanya terdapat manfaat di aplikasi TikTok diantaranya adalah sebagai sumber informasi untuk mengetahui berita-berita terkini dan dapat menambah ilmu untuk anak karena terdapat konten positif yang membagikan tentang pelajaran. Ada juga orang tua yang menuturkan bahwa aplikasi TikTok tidak memiliki manfaat untuk anak tetapi hanya bermanfaat sebagai hiburan saja.

2. Seberapa besar Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja

Selanjutnya untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independent dalam menginterpretasikan variabel dependen dilakukan uji analisis korelasi parsial product moment, diketahui bahwa nilai pearson correlation ialah 0.975 dengan nilai sig.(2-tailed) 0.000. Pengukuran tersebut menyiratkan bahwa variabel independent dalam penelitian ini

(Pengaruh penggunaan media sosial tiktok) memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel dependen (Perilaku Remaja), terkonfirmasi dengan nilai signifikansi <0.000 . Dengan nilai korelasi pearson sebesar 0.975, berada dalam kategori koefisien sangat kuat.

Dengan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel Pengguna Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Desa Sawakong dengan tingkat korelasi sangat kuat.

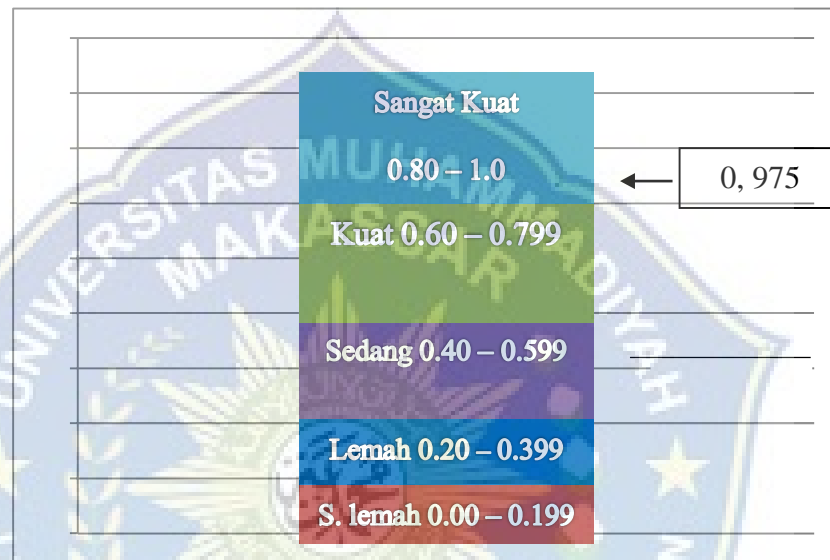
Pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini didukung oleh temuan beberapa penelitian sebelumnya salah satunya dalam penelitian Alfiana Yuniar Rahmawati, yang menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memberikan dampak signifikan pada perilaku remaja. Penggunaan media sosial TikTok mampu memberikan pengaruh pada perilaku remaja (Contoh et al., 2019).

Adapun keterkaitan antara penelitian terdahulu oleh (Elfira, 2019) dan juga (Wirda Tuljannah, 2022) dengan penelitian sekarang, keterkaitan antara ketiga penelitian tersebut dapat memberikan pemahaman mendalam tentang dampak penggunaan aplikasi tiktok dalam berbagai konteks sosial. Penelitian terdahulu pada ibu rumah tangga di Kabupaten Kampar dan remaja di Kabupaten Gowa memberikan wawasan spesifik tentang pengaruh aplikasi pada kelompok tertentu dan wilayah tertentu. Penelitian sekarang yang focus pada perilaku remaja dalam lingkungan masyarakat dapat mengintegrasikan temuan dari kedua penelitian tersebut, memberikan

gambaran yang lebih lengkap tentang pengaruh TikTok dalam konteks keluarga dan masyarakat secara luas.

Berikut gambaran tingkat korelasi parsial product moment variabel penggunaan media sosial tiktok dan perilaku remaja :

Tabel 4.33 Interpretasi Korelasi Variabel Penelitian



Sumber : Diolah dan dikembangkan oleh Peneliti (2023)

Perubahan perilaku terjadi dalam penelitian ini karena adanya pengaruh dari faktor lingkungan, terkadang terbiasa berkumpul membahas hal-hal viral yang ada di media sosial tiktok. Bahkan berkumpul untuk membuat video bersama dan berjoget bersama.

Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku remaja banyak dipengaruhi oleh media sosial, di mana mereka berkelakuan seakan-akan media sosial adalah realitas utama dalam hidup mereka. Perilaku remaja seringkali membuat mereka menjauh dari interaksi yang sebenarnya di dalam masyarakat sekitar. Sebaliknya, mereka lebih cenderung eksis dan aktif di

platform media sosial, menciptakan dunia yang lebih menarik bagi diri mereka sendiri tanpa memedulikan orang lain dan lingkungan sekitar.

Perubahan perilaku remaja dalam menggunakan media sosial terjadi karena remaja masa kini cenderung lebih tertarik pada hal-hal yang bersifat instan atau lebih mudah. Perubahan perilaku atau tindakan remaja muncul akibat pemanfaatan media sosial salah satunya penggunaan tiktok.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku remaja dalam ranah tingkat penggunaan media sosial (TikTok), ranah kognitif, afeksi dan konatif terhadap pertama indikator penggunaan media sosial, responden meyakini bahwa mereka memang sangat sering menggunakan media sosial hanya untuk kebutuhan berkomunikasi dan mencari informasi update, serta mengikuti tren. Kedua dalam indikator penggunaan tiktok, responden dalam hal ini juga meyakini bahwa mereka sangat sering dalam menggunakan tiktok dengan membuat trend challengs dan menyaksikan konten hiburan maupun humor. Ketiga, indikator kognitif, responden meyakini bahwa mereka menerapkan pengetahuan mereka, menganalisis dan mampu mengevaluasi dalam penggunaan tiktok. Keempat, indikator afektif, responden menyatakan bahwa mereka sangat senang dalam menggunakan tiktok serta membuat konten tiktok. Kelima, indikator konatif, responden meyakini bahwa mereka memverifikasi terlebih dahulu Ketika melihat konten, kemudian responden menerapkan konten yang dilihat kepada lingkungan masyarakat.

Berdasarkan analisis statistik kategori tinggi terdapat pada indikator kognitif. Aspek kognitif memiliki dampak besar terhadap pengguna media sosial seperti tiktok. TikTok didominasi oleh konten video pendek yang merangsang persepsi visual, seperti daya tarik visual, pengenalan pola, dan interpretasi gambar memengaruhi sejauh mana pengguna terlibat dengan konten yang ada di platform. memainkan peran penting dalam memotivasi pengguna untuk meniru atau mendapatkan inspirasi dari pengguna lain di TikTok, baik dalam menciptakan tren baru maupun mengikuti tren yang sedang populer. Implikasi dari faktor-faktor kognitif ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknis platform, tetapi juga oleh cara pengguna memproses informasi dan berinteraksi dengan konten yang ada.

Tanggapan atau dampak yang dialami oleh pengguna TikTok adalah respons individu atau penonton terhadap suatu hal, seperti reaksi yang dirasakan oleh responden utama dan pokok, yaitu merasa terhibur, terinspirasi, dan mendapatkan tanggapan dari komentar di akun TikTok mereka. Beberapa responden juga menunjukkan kecenderungan meniru konten dari akun lain dan mengubahnya dengan kreativitas mereka, menghasilkan konten yang sangat menarik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku remaja pada lingkungan masyarakat, maka disimpulkan sebagai berikut :

1). Tingkat intensitas menggunakan aplikasi tiktok pada remaja di Desa Sawakong berdasarkan analisis statistik termasuk dalam kategori tinggi, yaitu indikator organism (X) yang mencerminkan tingkat pengakuan, menginspirasi kreativitas, dan berdampak pada jangkauan serta peringkat konten, menciptakan motivasi dan tekanan yang signifikan. Hal ini pun berkaitan dengan indikator kognitif (Y), dimana perubahan emosional seseorang berubah karena dipengaruhi oleh media sosial saat ini, apalagi dengan aplikasi tiktok. Implikasi dari faktor-faktor kognitif ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknis platform, tetapi juga oleh cara pengguna memproses informasi dan berinteraksi dengan konten yang ada.

2). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh antara variabel X (Pengguna Media Sosial TikTok) terhadap variabel Y (Perilaku Remaja). Dimana di peroleh nilai pearson correlation adalah 0.775 dengan nilai sig. (2-tailed) 0.000. perolehan skor tersebut mengandung arti bahwa variabel pengguna tiktok memiliki korelasi terhadap variabel perilaku remaja dengan nilai 0.775. Hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh terhadap variabel pengguna tiktok

terhadap variabel perilaku remaja yang ada di Desa Sawakong dengan tingkat korelasi angat kuat (merujuk pada interpretasi korelasi pearson product momen).

B. Saran

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel pengguna tiktok terhadap perilaku remaja di Desa Sawakong. Berdasarkan penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

Kekurangan dari penelitian saat ini lebih terfokus pada identifikasi masalah dan dampak. Diperlukan penelitian lebih mendalam yang mengeksplorasi solusi dan strategi untuk membantu remaja mengelola penggunaan media sosial mereka dengan cara yang positif. Rekomendasi untuk penelitian berikutnya mencakup perluasan subjek penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dampak jenis konten media sosial tertentu terhadap perilaku remaja. Fokus khusus dapat diberikan pada konten seperti gambar, video, atau berita untuk menentukan apakah ada perbedaan dampak antara jenis konten TikTok tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Karakter Mahasiswa Pgmi Stai Al-Azhar Menganti Gresik. *Jurnal Primary (Kajian Ilmu Pendidikan ...)*, 2(1), 45–52.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Asrida. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Keagamaan Remaja di Desa Sarudun Kecamatan Sarudu Kabupaten Pasangkayu*.
- Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunaanya. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 7(1), 79–107.
- Buana, T., & Maharani, D. (2022). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 16(2), 34–44.
- Contoh, B., Issa, J., Tabares, I., Objek, P. B. B., Hasil, L., Informasi, T., Ade Yuliana, H. H. A., Pattiserlihun, A., Setiawan, A., Trihandaru, S., Fisika, P. S., Sains, F., Kristen, U., Wacana, S., Diponegoro, J., Jawa, S., Indonesia, T., Putra, R. L., Hidayat, B., ... Adhitya Putra, D. K. T. (2019). Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019.
- Cova, V. (2022). *Praktik Cyberbulliying Di Channel Youtube Lutfi Agizal (Analisis Isi pada Komentar Negatif dalam postingan “Ngomong Anjay Bisa Merusak Moral Bangsa”)*. 8–46.
- Elfira, A. (2019). *Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Di Kelurahan Cikoro Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa*.
- Erika Puspita, S. (2019). *Hubungan antara kepribadian neuroticism dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku impulsif buying produk fashion remaja SMA 2 Surabaya*.
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2),
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar 'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari 'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225.
- Jayanata, G. (2022). Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. *Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas*

Tarbiyah Dan Tadris UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 1–79.

- Kutlu, T. (2023). *Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Belajar Siswa. 4(1), 88–100.*
- Maghfiro, S. (2022). *Universitas Islam Negeri Fakultas Dakwah Januari 2022 Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Disetujui Pembimbing.*
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society, 1(1), 1–10.*
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 3(1), 14.*
- Patel, & Goyena, R. (2019). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa KPI Angkatan Tahun 2021 IAIN Ponogoro. *Journal of Chemical Information and Modeling, 15(2), 9–25.*
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi, 4(2), 1–10.*
- Rany, H. (2022). *Gambaran Body Image Pada Remaja di SMAN 9 Padang. 1–23.*
- Salsabila, E. F., Hanggara, G. S., & Dwi, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Sopan Santun Siswa Smk PGRI 2 Kediri. *Seminar Nasional Virtual, Konseling Kearifan Nusantara, 32–41.*
- Sapty Rahayu, F., Kristiani, L., & Fuhrensia Wersemetawar, S. (2019). *Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. 2018, 39–46.*
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, 1, 71–82.*
- Sitorus, F. G. (2018). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Medan). *Reserch Repository, 10 November 2018, 1–87.*
- Ummi Kalsum, A. S. (2022). Pengaruh TikTok Terhadap Prestasi siswa SMAN 5 Bone Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone. *Universitas Muhammadiyah Makassar, 3, 21.*
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda : Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga New Media and Youth: Changing Forms of Media in Family Interactions. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga:*

Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan, 11(1), 8.

Wirda Tuljannah. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. 5360, 1–87.*

Yustikawati, R. (2018). Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2017, 9–29.*



LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka penyelesaian skripsi, saya Khaerunnisa bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar)”. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuisisioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pernyataan Umum

1. Media sosial apa yang digunakan ?

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp
- Tiktok
- Youtobe

2. Seberapa sering menggunakan media sosial

- 30 menit – 1 jam
- 1 - 3 Jam
- 4 – 7 Jam
- 8 – 10 Jam
- 12 Jam keatas

3. Apakah menggunakan tiktok?

- Ya, Saya menggunakan Tiktok
- Tidak, saya tidak menggunakan Tiktok

4. Seberapa sering melihat atau menonton konten tiktok?

- 1-3 Jam
- 4- 7 Jam
- 8-10 Jam
- 12 Jam Keatas

5. Apa jenis konten tiktok yang disaksikan?

- Hiburan, Humor dan Inspirasi
- Tutorial dan mini series
- Edukasi dan informasi
- Trending challengs
- Lainnya

Angket Variabel X (Pengguna Media Sosial TikTok)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	Stimulus					
1.	Berpartisipasi dalam konten TikTok (misalnya: like, comment, bagikan)					
2.	Saya merasa terdorong untuk mengikuti tren atau gaya yang dipopulerkan di TikTok					
	Organism					
3.	Saya mengalami perubahan dalam kebiasaan atau perilaku karena penggunaan TikTok					
4.	Konten TikTok berpengaruh terhadap sikap emosional saya					
5.	Penggunaan TikTok memengaruhi pola tidur atau rutinitas harian saya					
	Respons					

6.	Penggunaan TikTok mempengaruhi seberapa sering saya melakukan kegiatan sehari-hari, seperti belajar atau berolahraga					
7.	Penggunaan TikTok mempengaruhi tingkat keterlibatan sosial saya di lingkungan masyarakat					

Angket Variabel Y (Perilaku Remaja)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	Kognitif					
1.	Konten di TikTok memengaruhi cara saya memahami pandangan orang lain terhadap topik tertentu					
2.	Penggunaan TikTok membantu saya memperluas pengetahuan tentang tren dan peristiwa terkini					
3.	Saya menggunakan dan mengaplikasikan keterampilan baru					

	yang diperoleh dari konten TikTok dalam kegiatan sehari-hari atau di lingkungan masyarakat					
	Afektif					
4.	Saya sangat senang saat menggunakan TikTok					
5.	Saya merasa senang atau gembira setelah berinteraksi dengan konten yang saya sukai di TikTok					
6.	Ada saat-saat ketika konten di TikTok membuat saya merasa cemas atau tertekan					
	Konatif					
7.	Saya cenderung meniru atau mencoba hal-hal yang saya lihat dari konten TikTok dalam kehidupan sehari-hari					
8.	Interaksi saya di TikTok memengaruhi sikap saya terhadap lingkungan sosial di sekitar					

9.	Saya berkontribusi dengan cara menyebarkan atau membagikan konten TikTok kepada orang lain					
-----------	--	--	--	--	--	--



Lampiran 2 Distribusi Jawaban Angket Variabel

Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengguna TikTok dan Variabel

Perilaku Remaja

No.	Pengguna TikTok (X)							Total X	Perilaku Remaja (Y)									Total Y
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
1	5	4	3	4	3	4	3	26	3	5	5	5	5	3	2	2	5	35
2	5	3	3	3	3	3	3	23	3	4	3	4	3	3	4	3	4	31
3	3	3	3	1	1	4	1	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	3	3	3	2	3	21	2	2	3	3	3	2	2	2	3	22
5	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	5	5	5	5	4	4	32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
7	3	3	3	3	3	3	3	21	2	4	4	4	3	3	3	3	3	29
8	2	3	2	3	4	3	2	19	3	4	4	3	3	4	4	2	4	31
9	3	2	2	2	2	3	2	16	2	4	2	3	3	2	2	2	2	22
10	4	4	2	3	5	4	4	26	3	4	3	5	5	3	3	3	1	30
11	3	2	2	2	2	2	2	15	3	3	2	3	3	3	3	2	2	24
12	4	3	2	2	1	3	2	17	4	5	2	4	3	2	2	1	4	27
13	4	3	4	3	5	4	3	26	2	5	5	5	5	3	3	3	3	34
14	4	3	2	2	3	3	2	19	3	4	3	3	4	2	3	2	3	27
15	4	3	2	3	3	4	3	22	3	5	3	4	4	4	3	3	4	33
16	3	2	2	1	5	2	3	18	2	4	3	3	3	3	2	2	2	24
17	3	3	3	3	5	3	4	24	4	5	3	5	4	3	3	4	4	35
18	4	3	3	3	3	3	3	22	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
19	4	3	3	4	2	2	3	21	4	5	4	4	3	4	4	2	4	34
20	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	4	4	2	2	2	2	22
21	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	3	3	1	3	1	2	4	17	4	5	4	3	4	4	3	2	3	32
23	3	3	4	3	5	5	5	28	3	5	4	3	4	4	3	1	4	31
24	4	3	3	2	2	2	2	18	4	4	2	3	3	2	3	3	3	27
25	5	5	4	5	4	5	5	33	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
26	4	2	3	2	2	2	2	17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	4	4	2	1	4	2	21	2	4	4	3	4	2	3	2	2	26
28	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	3	4	3	3	3	3	3	22	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
30	3	4	2	4	4	3	3	23	3	4	3	4	3	3	4	3	3	30
31	5	5	4	4	4	5	5	32	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
32	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	4	1	1	1	3	2	4	16	1	5	3	4	4	1	1	1	3	23
34	2	2	5	5	5	3	4	26	4	4	2	2	2	4	2	4	2	26
35	5	5	4	4	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
36	5	5	5	4	4	5	5	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

37	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	5	5	4	4	5	4	5	32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	41
39	5	3	4	4	4	4	4	28	5	5	4	4	4	5	4	5	4	40	
40	5	2	5	4	4	4	5	29	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43	
41	5	2	4	4	4	4	5	28	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42	
42	2	2	2	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	2	2	3	25	
43	5	3	2	2	2	2	5	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
44	4	4	4	2	2	4	4	24	5	4	5	4	2	5	1	4	4	34	
45	4	3	4	2	2	2	2	19	2	4	4	4	4	2	2	2	4	28	
46	3	3	4	3	4	5	4	26	3	5	3	5	3	2	4	4	4	33	
47	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
48	3	3	4	5	4	5	3	27	3	4	3	5	5	4	3	4	3	34	
49	5	5	2	4	2	4	4	26	2	5	5	5	5	2	4	4	2	34	
50	5	4	5	3	2	2	4	25	4	4	4	2	4	4	3	4	4	33	
51	4	3	2	3	2	2	3	19	3	5	3	3	4	3	2	2	3	28	
52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33	
53	4	3	3	2	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	2	2	3	25	
54	4	1	3	2	2	3	3	18	4	4	3	4	4	4	2	3	3	31	
55	5	1	5	5	3	2	3	24	4	4	4	5	5	5	5	4	5	41	
56	4	1	3	2	1	4	4	19	4	3	3	3	4	1	2	3	3	26	
57	3	2	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	3	1	1	1	1	13	
58	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
59	3	3	4	5	5	4	3	27	3	4	4	4	4	5	3	2	4	33	
60	4	2	3	3	5	3	5	25	3	2	2	2	3	3	3	3	4	25	
61	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	
62	4	3	5	1	3	5	2	23	3	5	3	5	4	2	3	2	3	30	
63	5	5	4	4	5	5	4	32	4	5	4	5	4	4	5	5	5	41	
64	4	5	5	5	4	4	5	32	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42	
65	4	3	3	3	4	4	4	25	4	3	3	3	3	4	3	4	3	30	
66	5	5	5	5	4	4	5	33	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42	
67	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	
68	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
69	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
70	4	5	3	3	3	5	3	26	3	3	3	3	5	1	1	2	3	24	
71	3	2	4	2	3	4	3	21	3	4	3	5	4	2	3	2	2	28	
72	3	3	3	3	4	1	3	20	1	4	5	5	2	4	3	2	2	28	
73	4	3	3	4	2	4	4	24	3	5	3	4	4	3	2	3	3	30	
74	5	5	5	5	5	5	5	35	1	5	5	5	5	5	5	5	5	41	
75	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
76	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
77	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
78	4	2	2	2	2	4	2	18	3	3	2	5	3	2	2	2	3	25	
79	3	2	3	3	2	3	2	18	3	5	4	3	3	3	2	2	4	29	
80	3	3	2	3	4	4	3	22	3	4	3	4	4	3	2	2	4	29	
81	5	5	5	5	5	5	5	35	3	5	5	5	5	3	3	3	5	37	
82	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	

83	4	2	2	4	3	2	2	19	3	5	3	3	3	3	4	4	4	32
84	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
85	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
86	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
87	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
88	4	2	2	3	3	2	3	19	3	4	3	3	3	2	3	3	3	27
89	3	2	3	2	2	3	3	18	3	3	3	3	4	2	3	3	2	26
90	4	3	3	3	3	3	3	22	4	4	4	3	3	2	3	3	4	30
91	3	3	4	2	4	3	4	23	4	4	4	5	4	2	3	3	2	31
92	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
93	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
94	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
95	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
96	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
97	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
98	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
99	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
100	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45



Lampiran 3 Uji Validitas Variabel Penelitian

Uji Validitas Variabel Pengguna TikTok (X)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	TotalX
X1	Pearson Correlation	1	.629**	.592**	.573**	.404**	.546**	.661**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.629**	1	.645**	.709**	.608**	.726**	.665**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.592**	.645**	1	.723**	.653**	.709**	.681**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.573**	.709**	.723**	1	.728**	.645**	.740**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.404**	.608**	.653**	.728**	1	.646**	.732**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.546**	.726**	.709**	.645**	.646**	1	.670**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.661**	.665**	.681**	.740**	.732**	.670**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total X	Pearson Correlation	.729**	.851**	.854**	.879**	.827**	.844**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel Perilaku Remaja (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.506**	.598**	.434**	.531**	.289**	.697**	.753**	.729**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.506**	1	.678**	.617**	.550**	.284**	.580**	.522**	.636**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.598**	.678**	1	.654**	.700**	.195	.742**	.684**	.760**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.052	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.434**	.617**	.654**	1	.677**	.286**	.618**	.584**	.549**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.531**	.550**	.700**	.677**	1	.184	.659**	.601**	.618**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.067	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.289**	.284**	.195	.286**	.184	1	.241*	.321**	.292**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.052	.004	.067		.016	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.697**	.580**	.742**	.618**	.659**	.241*	1	.829**	.750**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.016		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.753**	.522**	.684**	.584**	.601**	.321**	.829**	1	.705**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y9	Pearson Correlation	.729**	.636**	.760**	.549**	.618**	.292**	.750**	.705**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tota l	Pearson Correlation	.768**	.718**	.787**	.724**	.715**	.630**	.825**	.834**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 4 Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Uji Reabilitas

Variabel Pengguna TikTok (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	7

Uji Reabilitas

Variabel Perilaku Remaja (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	9

SURAT IZIN PENELITIAN

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 239 Telp. 0841 966972 Fax (0411) 965508 Makassar 90221 e-mail: lp3m@punitmuh.ac.id

Nomor : 2951/05/C.4-VIII/XII/1445/2023
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

17 Jumadil Awal 1445
30 Nopember 2023 M

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di -
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 2813/FSF/A.1-VIII/XII/1445/2023 tanggal 7 Desember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : KHAERUNNISA
No. Stambuk : 10565 1104220
Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA LINGKUNGAN MASYARAKAT (STUDI KASUS DI DESA SAWAKONG KECAMATAN GALESONG SELATAN KABUPATEN TAKALAR)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 12 Desember 2023 s/d 12 Februari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,


Uti Ariel Muhsin, M.Pd
NBM 1127761

12-23



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 31063/S.01/PTSP/2023 Kepada Yth.
Lampiran : - Bupati Takalar
Perihal : Izin penelitian

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2951/05/C.4-VIII/XII/1445/2023 tanggal 30 November 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : KHAERUNNISA
Nomor Pokok : 105651104220
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 259 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA LINGKUNGAN MASYARAKAT (Studi Kasus Di Desa Sawakong Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 Desember 2023 s/d 12 Februari 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 07 Desember 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Peringatan



**PEMERINTAH KABUPATEN TAKALAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
TERPADU SATU PINTU**

Jl. Jenderal Sudirman No.28 Telp. (0418) 323291 Kab. Takalar

Takalar, 22 Desember 2023

Nomor : 415/DP-PPMPTSP/XII/2023
Lamp. : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Kepala Desa Sawakong
Kab. Takalar
Di-
Takalar

Berdasarkan Surat Tugas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Nomor: 31063/S.01/PTSP/2023, Tanggal 07 Desember 2023 perihal Izin Penelitian dan Surat Rekomendasi Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Takalar Nomor 070/424/BKBP/XII/2023 tanggal 22 Desember 2023, dengan ini disampaikan bahwa

Nama	KHAERUNNISA
Lengkap Tanggal Lahir	Makassar, 06 Agustus 2001
Jenis Kelamin	Perempuan
Pekerjaan/Lembaga	Mahasiswa (S1) Unismuh Makassar
Alamat	Bonto Matene Desa Kel. Sawakong Kec. Galesong Selatan Kab. Takalar

Bermaksud akan mengadakan penelitian di kantor/instansi/wilayah kerja Bapak/ibu dalam Rangka Penyusunan *Skripsi* dengan judul

"ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA LINGKUNGAN MASYARAKAT"

Yang akan dilaksanakan pada tanggal 27 Desember 2023 - 04 Januari 2024
Pengantar/Peserta

Sehubungan dengan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami memcajuri kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb.

1. Sebelum dari sesuatu melaksanakan kegiatan dimaksud kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar.
2. Penelitian tidak menyimpang dari ketentuan yang berlaku.
3. Menanti semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan Abat Istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil *Skripsi* kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar.
5. Surat pemberitahuan penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata bersangkutan tidak menaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan kepada saudara/anda/tersebut dan seperlunya.



Tembusan : disampaikan kepada Yth

1. Bupati Takalar di Takalar (sebagai laporan);
2. Kepala Bappelitbang Kab. Takalar di Takalar;
3. Kepala Badan Kesbangpol Kab. Takalar di Takalar;
4. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar
5. Pettinggal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Khaerunnisa
Nim : 105651104220
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	11 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 12 Februari 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Ningsih, S.Pd., M.P.
NIDN. 904 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

AB I Khaerunnisa - 105651104220

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.unhas.ac.id

Internet Source

3%

2

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

3%

3

prin.or.id

Internet Source

2%

4

radarmadiun.co.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches

< 2%

AB II Khaerunnisa - 105651104220

ORIGINALITY REPORT

11%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	www.womanindonesia.co.id Internet Source	1%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
5	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Student Paper	1%
8	Submitted to Saint John's School Student Paper	1%

blcsurabaya.blogspot.com

9	Internet Source	1%
10	123dok.com Internet Source	1%
11	dosensosiologi.com Internet Source	1%
12	plj.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off



JAB III Khaerunnisa - 105651104220

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

fdocuments.net

Internet Source

2%

2

Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

2%

3

jurnal.stie.asia.ac.id

Internet Source

2%

4

www.usni.ac.id

Internet Source

2%

5

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
2	text-id.123dok.com Internet Source	2%
3	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal-umbuton.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	id.scribd.com Internet Source	1%
7	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
9	ojs.unm.ac.id Internet Source	1%



10

es.scribd.com
Internet Source

1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches <1%



BAB V Khaerunnisa - 105651104220

ORIGINALITY REPORT

4%
SIMILARITY INDEX

4%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 www.citeulike.org
Internet Source

4%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Khaerunnisa, lahir pada tanggal 06 Agustus 2001 di Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Berasal dari Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar. Penulis lahir dari pasangan Bapak Muslimin dan Ibu Munah. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, memiliki dua orang adik bernama Melvi Aqita dan Muammar Alhabsyi.

Jenjang Pendidikan penulis dimulai dari SD Inpres No. 188 Uweya yang selesai pada tahun 2014. Kemudian menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Galesong Selatan pada tahun 2017, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 13 Takalar pada tahun 2020. Di tahun yang sama, penulis lanjut Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah Swt, usaha dan disertai doa dalam menjalankan aktivitas akademik diperguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi saya yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Sawakong, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar)” pada tahun 2024.