

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PERILAKU ANAK (Studi Pada Penggunaan
Aplikasi TikTok Pada Remaja di Kota Langsa)**

Skripsi

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Sebagai Salah
Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.sos)**



Oleh:

ADHARI SYAHRI
NIM: 3012017001

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
TAHUN 2022 M / 1443 H**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Strata Satu (S-1)
Dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan oleh:

**ADHARI SYAHRI
NIM: 3012017001**

**Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Langsa, 12 Januari 2022**

Disetujui oleh:

Pembimbing I



**Dr. Samsuar, MA
NIP. 19760522 20012 1 002**

Pembimbing II



**Al Mutia Gandhi, M.Kom.I
NIP. 198880203 201903 2 006**

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri
Langsa Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam
Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam.**

Pada Hari/Tanggal :

Selasa, 14 Februari 2022 M

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua


Dr. Samsuar, MA
NIP. 19760522 200112 1 002

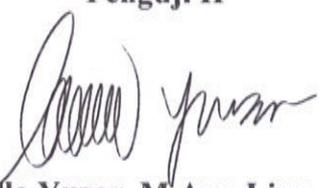
Sekretaris


Al Mutia Gandhi, M.Kom.I
NIP. 198880203 201903 2 006

Penguji I


Muslem, M.A.
NIP. 19870927 201503 1 005

Penguji II


Ella Yuzar, M.App.Ling
NIP. 19910704 202012 2 021

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa**




Dr. H. Muhammad Nasir, MA
NIP. 19730301 2009121 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adhari Syahri
Nim : 3012017001
Fakultas /Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah/Komunikasi dan
Penyiaran Islam
Alamat : Jl. P.Brandan Dusun II Kec. Pangkalan Susu Kab.
Langkat Provinsi Sumatera Utara

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Remaja di Kota Langsa)”** adalah benar hasil karya sendiri dan original sifatnya. Apabila di kemudian hari ternyata terbukti hasil plagiat karya orang lain maka saya bersedia dibatalkan dan siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang sudah berlaku. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 30 Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan



Adhari Syahri

Adhari Syahri
Nim. 3012017001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah bacalah, dan Tuhanmulah
yang maha mulia yang mengajar manusia dengan pena,

Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.” (Q.S Al“Alaq: 1-5).

“Raihlah Ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”

(Umar Bin Khattab)

Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat kita sulit,
maka jangan katakan pada Allah aku punya masalah besar, tapi katakan pada
masalah aku punya Allah yang Maha Besar”

(Ali bin Abi Thalib)

Abstrak

Aplikasi TikTok, Aplikasi *platform social vidio* pendek yang di dukung dengan musik. Baik itu musik tarian, gaya bebas, ataupun performa. Para pembuat didorong untuk sekreatif mungkin dan berimajinasi sebebas bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan menggunakan aplikasi ini. Aplikasi yang juga saat ini sangat disukai oleh Remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa. Dalam penelitian ini sample yang di ambil peneliti sebanyak 59 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuisisioner). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa nilai $F_{hitung} 21,019 > F_{tabel} 2,002$. Menunjukkan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka, dapat dipastikan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y) pada penelitian ini. Kemudian diketahui nilai *pearson correlation* ialah 0.519 dengan nilai sig. (2-tailed) 0.000. Perolehan skor tersebut mengandung arti bahwa variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki korelasi terhadap variabel perilaku anak dengan nilai 0.519, hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pegraruh pengugunaan aplikasi Tiktok terhadap variabel perilaku anak remaja Kota Langsa dengan tingkat korelasi sedang (merujuk interpretasi korelasi *pearson product moment*)

Kata Kunci: *Penggunaan Aplikasi TikTok, Perilaku Anak.*

Abstrak

Aplikasi TikTok, Aplikasi *platform social vidio* pendek yang di dukung dengan musik. Baik itu musik tarian, gaya bebas, ataupun performa. Para pembuat didorong untuk sekreatif mungkin dan berimajinasi sebebas bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan menggunakan aplikasi ini. Aplikasi yang juga saat ini sangat disukai oleh Remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa. Dalam penelitian ini sample yang di ambil peneliti sebanyak 59 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuisisioner). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa nilai $F_{hitung} 21,019 > F_{tabel} 2,002$. Menunjukkan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka, dapat dipastikan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y) pada penelitian ini. Kemudian diketahui nilai *pearson correlation* ialah 0.519 dengan nilai sig. (2-tailed) 0.000. Perolehan skor tersebut mengandung arti bahwa variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki korelasi terhadap variabel perilaku anak dengan nilai 0.519, hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pegraruh pengugunaan aplikasi Tiktok terhadap variabel perilaku anak remaja Kota Langsa dengan tingkat korelasi sedang (merujuk interpretasi korelasi *pearson product moment*)

Kata Kunci: *Penggunaan Aplikasi TikTok, Perilaku Anak.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang maha kusa karena kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang sudah menjadi tugas dan tanggung jawab setiap mahasiswa di akhir masa perkuliahannya.

Shalawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penulis bersyukur kepada Illahi Rabbi yang telah memberikan hidayah-Nya dan Inayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Remaja di Kota Langsa)”** dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini diselesaikan atas bantuan dan bimbingan pembimbing skripsi saya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Samsuar, MA selaku pembimbing pertama dan Ibu Al Mutia Gandhi, M.Kom.I selaku pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini yang telah meluangkan waktu/kesempatan dalam mengoreksi, memberikan saran-saran, membimbing peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah bapak Dr. H. Muhammad Nasir, MA dan Pembimbing Akademik yang sudah membimbing, mendidik saya semasa diperkuliahan dan para dosen yang telah mendidik saya.

Selain dari pada itu, saya tidak lupa menghaturkan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Terkhusus dan teristimewa ucapan terima kasih saya kepada Ayahanda Syahril dan Ibunda Nila Rohaya tercinta, yang telah berjasa besar dalam hal mendidik, mengasuh, membimbing, memotivasi dan mendo'akan agar studi ini selesai sehingga saya menjadi anak yang shaleh serta ta'at kepada Allah.
2. Adik-adik tersayang, Ibnu Nawawi Ramadhan, Umi Kalsum Nur Husna, Dina Sakinah dan seluruh keluarga besar yang tak henti-hentinya memberikan semangat serta do'a agar selalu menjadi pribadi yang kuat, dan sabar dan istiqamah dalam menghadapi saat-saat sulit dalam masa penyelesaian program S-1 di IAIN Langsa.
3. Rekan-rekan sahabat seperjuangan khususnya Muhammad Jailani, Radiansyah, Najua Syahputra, Sahinun, Maya Rantika, Muhamad Faisal, Jiput Jiwandono dan kepada rekan-rekan adik-adik Zawiyah News.
4. Rekan-rekan sahabat KPI Unit 1 dan 2 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang tidak bosan-bosannya selalu memberikan semangat dan motivasi agar skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa
6. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak lain yang berjasa baik secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Hanya rasa syukur yang dapat dipanjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan anugerah-Nya dalam penyusunan skripsi ini. Sekali lagi penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada pihak yang telah

membantu atas kelancaran skripsi ini, semoga usaha tersebut dicatat sebagai bentuk amal kebaikan dan mendapat balasan yang setimpal dari-Nya, Amiin.

Skripsi ini telah tersusun sedemikian rupa, namun kekurangan dan kejanggalan masih juga didapati. Maka penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini akan besar manfaatnya bagi para pembaca, dengan harapan untuk dapat meningkatkan kualitas iman, Islam dan Ikhsan dalam mencapai ketaqwaan kepada Allah SWT. Amin Ya Rabbal `Alamin.

Langsa, 30 Januari 2022

Penulis,

ADHARI SYAHRI

NIM:3012017032

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi arab Latin yang merupakan Hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلٌ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلٌ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...أ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...إ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
TRANSLITERASI	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	9
A. Komunikasi Massa	9
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Pengertian Komunikasi Massa	10
3. Fungsi Komunikasi Massa	11
B. Media Sosial.....	13
1. Karakteristik Media Sosial	16
2. Khalayak Baru dan Media Baru	18
3. Khalayak Media Sosial dan Industri Teknologi	19
C. Aplikasi TikTok.....	24
D. Perilaku Remaja	28
E. Perilaku Komunikasi.....	32

1. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa Terhadap Perilaku Komunikasi	33
2. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok	37
F. Kerangka Teori	39
G. Penelitian Relevan	42
H. Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Jenis Penelitian	49
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
C. Identifikasi Variabel	50
D. Definisi Operasional Variabel	51
E. Populasi dan Sampel.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel.....	54
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	57
H. Uji Instrumen Penelitian.....	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas (realiabel).....	60
I. Uji Asumsi Klasik	61
1. Uji Normalitas.....	61
2. Uji Homogenitas	62
3. Uji Linearitas	62
4. Heterokedastisitas	63
J. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	64
K. Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	64
L. Uji Hipotesis	66
1. Uji Piasial (Uji-t).....	67
2. Uji F (Simultan)	67
3. Koefisien Determinasi (R ²).....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	70
A. Orientasi Kancan Penelitian	70
B. Analisis Deskriptif Data	72
1. Analisis Karakteristik Responden.....	72
2. Berdasarkan Usia	73
C. Analisis Deskriptif Variabel	73
1. Deskripsi Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)	74
2. Deskripsi Variabel Perilaku Anak (Y).....	81
D. Analisis Uji Instrumen.....	88
1. Uji Validitas	88
2. Uji Reliabilitas (realiabel).....	90
E. Uji Asumsi Klasik	91
1. Uji Normalitas.....	91
2. Uji Homogenitas	93
3. Uji Linearitas	94
4. Uji Heterokedastisitas	96
F. Uji Regresi Linear Sederhana.....	97
G. Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	100
H. Uji Parsial (Uji-t)	101
1. Uji F (Simultan)	103
2. Koefisien Determinasi (R ²).....	104
I. Pembahasan	106
BAB V PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi	51
Tabel 3.2 Nilai Skala Likert	58
Tabel 3.3 Klasifikasi Penilaian TCR.....	59
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai “r”	66
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Dribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)	74
Tabel 4.4 Klasifikasi Penilaian TCR.....	75
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Perilaku Anak (Y)....	81
Tabel 4.6 Klasifikasi Penilaian TCR.....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	98
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	100
Tabel 4.14 Hasil Uji Pasial (Uji-t)	102
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	92
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	115
Lampiran 2: Deskripsi Responden	119
Lampiran 3: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	122
Lampiran 4: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Responden	123
Lampiran 5: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Responden	127
Lampiran 6: Tabulasi Data Kuisisioner Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X).....	132
Lampiran 7: Tabulasi Data Kuisisioner Variabel Perilaku Anak (Y).....	135
Lampiran 8: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X).....	138
Lampiran 9: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Anak (Y)	142
Lampiran 10: Hasil Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 11: Korelasi Product Moment Pearson	150
Lampiran 12: Data Hasil Uji Hipotesis	150
Lampiran 13: Dokumentasi Tempat Penelitian.....	152

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman.¹

Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi pola perilaku remaja dikarenakan adanya ketertarikan terhadap sesuatu seperti mengikuti gaya hidup artis yang dilihat dari media sosial sehingga kepribadian remaja pun mengikuti kepribadian artis yang ia sukai tersebut. Media sosial yang sejatinya sebagai alat berbagi informasi sering kali disalahgunakan sehingga pengguna media sosial dalam hal ini kalangan remaja sangat mudah terpengaruh dan mengikuti hal-hal baik itu negatif maupun positif di media sosial itu sendiri.

Pada hakikatnya perkembangan teknologi komunikasi dilandasi oleh meningkatnya kebutuhan manusia akan informasi yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Salah satu hal yang memberikan dampak pada perubahan gaya hidup tersebut adalah media massa. Berbagai aspek yang melekat pada media massa, beserta kelebihan dan kekurangannya menjadi perhatian utama kajian masyarakat.

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 1

Penggunaan media massa internet saat ini mudah dan dapat diakses oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun, termasuk para remaja. Perkembangan media sosial saat ini harus di manfaatkan secara maksimal dalam kehidupan sehari-hari. Tidak di pungkiri lagi jika perkembangan teknologi saat ini mampu memberikan kemudahan bagi manusia untuk melakukan segala aktivitasnya. Contoh yang paling sederhana yaitu, dengan adanya media sosial membuat masyarakat lebih aktif memperoleh dan menyebarkan informasi.

Pengguna media sosial dapat melihat wawasan luas dengan menggunakan media sosial, penggunaan media sosial merupakan salah satu contoh bukti nyata dari adanya teknologi yang semakin canggih. selain dari pada itu juga media sosial dapat mempertontonkan suatu tontonan yang tidak layak untuk dilihat oleh penggunanya. Dan ada juga yang media sosial menjadi penyebaran isu atau informasi tidak benar.

Dampak negatif juga dapat dilihat dikalangan remaja saat ini adalah bahwa Remaja menjadi malas berkomunikasi di dunia nyata. Tingkat pemahaman bahasa pun menjadi terganggu. Jika remaja tersebut terlalu banyak berkomunikasi di dunia maya akan membuat remaja lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan di sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Hal ini dapat mengakibatkan menjadi kurang berempati di dunia nyata.

Salah satunya adalah aplikasi Tiktok yang berasal dari Negeri Tirai Bambu yaitu Cina, aplikasi Tiktok menjadi topik hangat yang sedang ramai diperbincangkan dan sangat diminati oleh berbagai kalangan. Sekalipun aplikasi

Tiktok dibuka dan ditutup di Indonesia, aplikasi tersebut sudah memiliki jumlah pengguna yang banyak.

Pada aplikasi Tiktok pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan *special effects* yang unik dan menarik serta memiliki dukungan musik yang banyak sehingga pengguna nya dapat melakukan performa dengan beragam gaya atau pun tarian dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas pengguna nya menjadi *conten createore*. Selain itu aplikasi TikTok juga dapat memberikan pengguna nya untuk dapat menggunakan beragam *special effect*, dan juga *music background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga *special effect* lain nya yang dapat digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi di video tersebut.²

Melalui aplikasi Tiktok, Anda dapat membuat pembuat video yang menarik, dan membuat semua jenis orang menghargai diri dan gayanya dengan membuat video menarik, video unik, video dan berbagai konten lainnya. Menurut pengamatan penulis, yang paling sering menggunakan aplikasi Tiktok dan selalu aktif membuat video adalah para remaja. Mereka menilai penghargaan diri melalui vidio yang mereka buat dengan mencitai diri sendiri secara berlebihan (budaya narsisme). Beberapa orang membuat video pribadi, duet, atau bahkan tim, atau berkumpul dengan teman, keluarga, dll.

² Devri Aprilian, "Hubungan antara Pengguna Aplikasi Tik Tok dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII SMP Negeri 8 Bengkulu", Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling, II, No.3, (2019), h. 222

Namun, miris banyak juga yang menyalahgunakan aplikasi Tiktok dan membuat video yang tidak pantas menjadi tontonan. Seperti yang viral pada media pemberitaan 3 wanita joget Tiktok di Zebra Cross yang dilakukan saat lampu merah sedang menyala,³ viral Suami menyiram istrinya dengan minyak panas sebab bermain Tik Tok,⁴ lalu viral beberapa bulan terakhir ini adalah video beberapa remaja yang memperagakan gaya sholat umat muslim sambil berjoget.⁵ Serta viral video beberapa remaja yang memperagakan gaya sholat umat muslim sambil berjoget.⁶

Dengan seringnya distribusi video, video-video ini layak untuk ditonton dan ditonton nanti, sehingga dapat dipastikan bahwa video tersebut dalam beberapa cara akan merusak moral dan perilaku remaja yang masih remaja dan tidak dapat dipastikan akan manfaatnya. Tidak jarang mereka mengikuti konten dalam video tersebut. Misalnya, dalam video remaja menari sambil berdoa, dengan menghilangkan rama malu mereka dengan perkembangan teknologi komunikasi dikhawatirkan akan berperilaku buruk dan tidak sopan ketika menonton video dengan kejadian-kejadian yang telah dialami.

Berdasarkan Observasi awal Peneliti melihat adanya pengaruh budaya tik tok dikalangan remaja kota langsa yang dapat menghilangkan rasa malu remaja saat membuat video yang mengarah hal yang tidak bermanfaat. Prilaku eksis atau

³ “Internet: Video Viral 3 Wanita Joget TikTok Di Zebra Cross Dilakukan Setiap Lampu Merah Menyala” (Berita, *Kompas.Com*, 5 Juli 5 2021

⁴ “Internet: Suami Di Padang Siram Istri Dengan Minyak Panas Gegara Tik-Tok” (Berita), *Detik.com*, 5 Juli 2021

⁵ “Internet: Viral Video TikTok Seorang Perempuan Shalat Sambil Joget” (Berita), *Kompas.Com*, 5 Juli 2021

⁶ “Internet: Viral Video TikTok Seorang Perempuan Shalat Sambil Joget” (Berita), *Kompas.Com*, 5 Juli 2021

membanggakan diri merasa lebih baik dari yang lainnya, Mengakses berbagi vidio pada aplikasi tersebut yang dapat mempengaruhi moral dan prilaku anak remaja Kota Langsa.

Seharusnya media aplikasi tik tok dapat mengandung hal yang layak tonton serta mengandung kegiatan positif isi dan tema video atau konten motivasi, pembejaran di massa pandemi, atau ceramah. Tetapi kenyataannya pada apilikasi tersebut banyak mengandung usur negatif yang dapat merusak moral serta prilaku pada remaja khususnya di kota langsa dengan terbuka lebarnya eksploitasi anak, membuang waktu serta potensi *cyber bullying*.

Berdasarkan uraian yang telah dicantumkan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian, yakni: **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi TikTok Pada Remaja Di Kota Langsa)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Adanya pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap prilaku remaja Kota Langsa
2. Adanya pengaruh mengeksplor melihat video-vidio, mengikuti gaya serta mengandung konten yang tidak layak tonton pada aplikasi TikTok
3. Adanya pengaruh negatif dan positif saat menggunakan aplikasi TikTok

C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti membatasi masalah pada Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok. Pembatasan masalah ini dilakukan supaya penelitian lebih fokus, memperoleh hasil yang optimal.

1. Media sosial aplikasi Tiktok, anak remaja Kota Langsa yang mengunduh dan menggunakan aplikasi Tiktok.
2. Faktor ketergantungan media sosial aplikasi Tiktok dari teori Melfin Dfrluer dan Sandra Ball Rokeach terhadap perilaku komunikasi.
 - a. Kognitif
 - b. Afektif
 - c. Konatif/*Behavioral*
3. Anak yang menjadi subjek penelitian penulis merupakan remaja Kota Langsa dengan usia 12-19 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan dari masalah ini adalah “*Apakah Terdapat Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Remaja Di Kota Langsa?*”.

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku anak remaja di Kota Langsa.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akedemis, hasil penelitian ini dapat disumbangkan kepada IAIN Langsa khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam rangka memperkaya literature bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.
2. Secara teoritis, diharapkan untuk menerapkan ilmu yang didapat penulis selama menjadi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Langsa serta memperkaya wawasan penulis.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat diharapkan memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan dan pada masyarakat khususnya remaja.

F. Sistematika Pembahasan

Penyusunan Skripsi ini akan di sajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri dari beberapa bab diantaranya:

Bab I adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematikan pembahasan.

Bab II adalah landasan teori yang memuat teori-teori pendukung penelitian yang dapat dari buku, skripsi, dan jurnal. Di dalam bab ini juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berguna untuk membandingkan metode penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Agar dalam menjalankan penelitian semakin terarah dibuatlah kerangka pemikiran penelitian.

Bab III adalah metodologi penelitian, bab ini mendeskripsikan tentang bagaimana penelitian yang di lakukan akan di laksanakan secara oprasional yang terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, jenis dan sumber data serta metode analisis dan pengolahan data.

Bab IV Analisis Data Pada bab ini akan membahas tentang deskripsi objek penelitian yang berkaitan dengan penelitian, serta menguraikan hasil uji analisis data dari data yang telah diperoleh, berupa uji asumsi klasik yang meliputi uji multicollinearity, uji heteroscendasticity, uji normalitas, dan uji linearitas. Juga dibahas uji statistik berupa uji regresi berganda, uji t test, uji F test dan uji koefisien determinasi yang menggambarkan pengaruh variabel yang digunakan.

Bab V Penutup Merupakan bab yang memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan untuk penelitian selanjutnya

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin yakni *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.⁷

Komunikasi menyentuh setiap aspek kehidupan sosial, begitu pula sebaliknya, kehidupan masyarakat menyentuh setiap aspek komunikasi. Faktanya, orang menggambarkan komunikasi ada di mana-mana atau semuanya. Artinya Anda bisa berkomunikasi kapan pun, di mana pun. Menurut Carl I. Hovland dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Sosial", istilah ilmu komunikasi yang dikemukakan adalah istilah kerja sistematis yang bertujuan untuk merumuskan prinsip-prinsip penyebaran informasi dan membentuk opini dan sikap.⁸

Sedangkan menurut Fisher, komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitous* atau serba hadir, artinya komunikasi berada di manapun dan

⁷ Effendy, Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik*. (Bandung. Penerbit Remaja Rosdakarya 2006), h. 09

⁸ Effendy, Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi*, h. 24

kapanpun juga. Rumusan komunikasi yang sangat dikenal orang adalah rumusan yang dibuat oleh Harold Lasswell.⁹

2. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bungin, adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur terpenting didalam komunikasi massa adalah sebagai berikut:¹⁰

- a. Komunikator
- b. Media Massa
- c. Informasi
- d. *Gatekeeper*
- e. Khalayak/Publik
- f. Umpan balik

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.¹¹ Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner dalam Rakhmat, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan

⁹ Anwar Arifin. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 43

¹⁰ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma Dan Diskursus* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 71

¹¹ Rakhmad Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group Putra Utama, 2009), h. 188

teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, 20 heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.¹²

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright dalam Ardianto, komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:¹³

1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim
2. Pesan disampaikan secara terbuka
3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas
4. (khusus untuk media elektronik)
5. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang
6. kompleks yang melibatkan biaya besar.

3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa dikemukakan oleh Effendy dalam Ardianto, secara umum yaitu:

a. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai

¹² *Ibid*, h. 19

¹³ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 4

informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya

b. Fungsi Pendidikan

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

c. Fungsi Mepengaruhi

Media massa dapat mempengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku. Pendapat lain dikemukakan oleh Dominick dalam Ardianto, yaitu fungsi komunikasi terdiri dari:¹⁴

- 1) *Surveillance* (Pengawasan) yaitu fungsi ini menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan maupun yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) *Interpretation* (Penasiran), Fungsi ini mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.
- 3) *Linkage* (Pertalian), Fungsi ini bertujuan di mana media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

¹⁴ *Ibid*, h. 14-17

- 4) *Transmission of values* (Penyebaran nilai-nilai), Fungsi ini artinya bahwa media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.
- 5) *Entertainment* (Hiburan) yaitu fungsi ini bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

B. Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagai definisi yang selama ini kita ketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua dapat di definisikan ada kecenderungan yang sama bahwa ketika disebut kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Contohnya adalah seperti halnya koran representasi dari media cetak, radio yang merupakan media audio, televisi sebagai media audio-visual representasi dari media elektronik dan internet yang merupakan representasi dari media online.

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait informasi dan kesadaran. Dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan

bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasi dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.¹⁵

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, maka Media sosial merupakan sebuah *platform* dengan konten informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Saat ini, praktik pemasaran melalui media sosial telah berkembang bahkan dipilih menjadi salah satu *marketing channel* untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran yang mudah digeneralisasikan.¹⁶

Penjelasan lain juga datang dari beberapa ahli mengenai definisi dari media sosial Fuchs, dalam Nasrullah:¹⁷

1. Menurut Mandibergh, media sosial merupakan sarana /media yang mawadahi kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten (*user and gratification*)
2. Menurut Shirky, media sosial serta perangkat lunak sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan penggunaan untuk berbagi (*to share*), kerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya ada diluar kerangka institusional ataupun organisasi.

¹⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial perspektif komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung, Simbiosis Rekatama, 2015,) h. 3-6

¹⁶ Eko Nur Syahputro, *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), h. 41-42

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial perspektif komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung, Simbiosis Rekatama, 2015,) h. 11

3. Menurut Boyd, menurutnya media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan untuk kasus tertentu bisa saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial mempunyai kekuatan pada *user generated content* (UGC). Kekuatan ini akan menghasilkan konten yang dihasilkan oleh pengguna bukan oleh sebagaimana diinstitusi media massa.
4. Van Dijk, menurutnya media sosial adalah sebuah *platform* media yang mana memfokuskan kepada eksistensi pengguna yang memfasilitasi orang dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Dengan begitu, media sosial juga dapat dilihat sebagai fasilitator online yang dapat menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Menurut Meike dan Young, menurut mereka media sosial merupakan konvergensi antara komunikasi personal atau bisa diartikan sebagai saling berbagi antar individu dengan individu (*to be shared one to one*) dan media public untuk berbagi kepada setiap orang tanpa kekhususan individu.

Dari penjelasan para ahli di atas menghadirkan berbagai pendapat yang kotra juga kontras yang dapat disimpulkan. Dengan demikian media sosial merupakan wadah dengan system mutakhir yang mewadahi individu melakukan segala macam kebutuhan komunikasinya dengan orang lain yang berbasis online.

Pada riset *We Sre Social* mempublikasikan hasil penelitian terhadap prilaku internet, akses terhadap internet hingga akun media sosial dari seluruh dunia bahwa untuk Indonesia data riset menunjukkan bahwa ada sekitar 15 persentasi internet atau 38 juta lebih pengguna di internet. Data tersebut juga menunjukkan bahwa rata-

rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial. Sebagian besar dari pengguna tersebut mengakses media sosial melalui perangkat telepon genggam.¹⁸

1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:¹⁹

a. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti Facebook, Twitter dan lain-lain.

b. Informasi (*information*)

Pada media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang

¹⁸ *Ibid*, h.12

¹⁹ *Ibid*, h.15

pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di Facebook informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

d. Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau Negara, dimedia sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.²² Media sosial tidak lagi

menampilkan realitas, tetapi sudah menjadirealitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (real)dari realitas itu sendiri.

f. Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna ataulebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.²³ Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi.

g. Penyebaran (Share)

Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari mediasosial. Sharing merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.²⁴ Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.

2. Khalayak Baru dan Media Baru

Munculnya media sosial memberikan arah baru terhadap pendefinisian ulang hubungan khalayak media. Karakter media sosial yang interaktif, terbuka dalam mengkreasikan konten, sampai pad jaringan yang luas memberikan semacam peneguhan bahwa hubungan tersebut bagaikan dua sisi mata uang.

Pada satu sisi, media secara institusi menyediakan perangkat dan aplikasi-aplikasi yang bisa di atur di internet, pada sisi lain, khalayak yang sepenuhnya menciptakan konten serta memanfaatkan perangkat media sesuai dengan kebutuhannya sendiri. Bahkan media sosial memberikan khalayak kebebasan dalam mengunggah teks, foto, musik, dan melaporkan sebuah peristiwa secara internasional dimana peristiwa itu tengah masih berlangsung. Kondisi yang ada di *blog* inilah yang memunculkan perputaran identitas khalayak, ketika mempublikasikan konten, ia dikenal sebagai produser, dan sebaliknya pada saat khalayak membaca dari *blog* lain saat itulah ia disebut sebagai konsumen.

3. Khalayak Media Sosial dan Industri Teknologi

Media baru munculnya media sosial disadari maupun tidak telah membawa sebuah kenyataan bahwa industri, baik institusi media maupun perusahaan yang menawarkan jasa maupun produk, tidak lagi mendominasi khalayak. Proses yang selama ini ada di institusi bisnis mulai dapat dilakukan oleh khalayak bisa dikatakan telah memosisikan diri sebagai “pesaing” bisnis.²⁰

Secara garis besar, konten memang menjadi komoditas bisnis di media sosial. Bahkan, menurut Cesareo, di era digital informasi merupakan produk yang menjadi komoditas unik dan berbeda dengan produk yang selama ini dikenal dalam pasar tradisional termasuk bagaimana komoditas digital itu dikonsumsi. Sebab, mengonsumsi komoditas digital, dalam hal ini informasi, diperlukan apa yang disebut sebagai *work of consumption* bahwa kualitas dan

²⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial perspektif komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama. 2015) h. 97.

kuantitas dari aktivitas kerja dan pelibatan atas kemampuan, keahlian, atau kompetensi khalayak (*users*) tertentu akan memengaruhi hasil kerja konsumsi tersebut. *Work of consumption* pada dasarnya juga akan melahirkan material baru terhadap informasi tersebut. Inilah mengapa bahwa saat khalayak mengonsumsi informasi ia juga pada dasarnya tengah melakukan *work of production* dengan pengertian bahwa khalayak berada dalam posisi aktif.

Sirkulasi ini disebut *work in progress* sebagai sebuah konsep yang menjelaskan adanya upaya ketika khalayak di media sosial mengonsumsi sekaligus memproduksi ulang informasi yang dikonsumsinya.²¹

Dalam pandangan Adorno dan Horkheimer yang melihat adanya industri budaya (*culture industry*) yang terjadi melalui media massa, termasuk dalam kasus ini media sosial. Industri budaya dianggap sama dengan industri-industri lainnya yang menjual barang sebagai komoditas, khalayak sebagai konsumen, dan keuntungan sebagai tujuan. Komodifikasi budaya di media sosial ini bisa dilihat dari bagaimana pengguna merasa terhibur dengan kehadiran media sosial, padahal ia membayar akses terhadap media sosial dalam bentuk berapa byte yang dihabiskan selama mengakses melalui koneksi internetnya. Juga, konten yang diproduksi di media sosial adalah komoditas yang bisa dimanfaatkan oleh institusi lain, tidak hanya industri media sosial, tetapi juga pihak pengiklan dan perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan media sosial demi menggapai khalayak.²²

²¹ *Ibid*, h. 97-98.

²² *Ibid*, h. 99.

Bagaimana komoditas digital itu di konsumsi, mengonsumsi komoditas digital, dalam hal ini informasi, diperlukan apa yang disebut sebagai *work of consumption* bahwa kualitas dan kuantitas dari aktivitas kerja dan pelibatan atas kemampuan, keahlian, atau konsumsi tersebut. inilah mengapa bahwa saat khalayak mengonsumsi informasi ia juga pada dasarnya tengah melakukan *work of consumption* dengan pengertian bahwa khalayak berada dalam posisi aktif.

Pengguna media sosial merupakan bentuk baru dari pekerja digital yang tidak memerlukan upah atau dalam bahasa Fuchs adalah *unpaid internet prosumer labour*. Perusahaan media sosial juga akan menjual komoditas dari khalayak, misalnya memberikan data tentang kriteria khalayak sesuai dengan target pangsa pasar yang ingin disasar oleh pengiklan atau perusahaan.

Karena itu, media sosial adalah subjek sekaligus objek yang kompleks seperti halnya keberadaan media massa. Bedanya, pemanfaatan khalayak di media sosial jauh lebih beragam dan luas dibandingkan media offline. Namun, bukan berarti pola pandang ini sepenuhnya menempatkan pengguna hanya sebagai komoditas dan sasaran, tetap ada negosiasi yang muncul dari interaksi antara pengguna dengan institusi) media sosial.²³

1. Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata "*Motive*" yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan defenisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku dan bertindak menurut tujuan

²³ *Ibid*, h. 100.

atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan.²⁴

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media. Motif di hubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik.

Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut motif.

Motif penggunaan media oleh individu dapat di bagi dalam empat kelompok yakni:²⁵

a. Motif Informasi (*Information Seeking*)

Motif informasi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk mengetahui atau mencari informasi-informasi yang bersifat umum.

²⁴ Jalaludin Rakmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 23

²⁵ Denis Mcquail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 72

b. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Motif identitas pribadi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi melalui nilai-nilai lain dalam media serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Motif Integrasi dan Integrasi Sosial (*Social Integration and Integration*)

Motif integrasi dan interaksi sosial berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memperkuat hubungan dan interaksi sosial.

d. Motif Hiburan (*Entertainment*)

Motif hiburan berkaitan dengan motif dalam menggunakan media untuk mendapatkan hiburan.

Berdasarkan defenisi yang dikemukakan di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media massa yang bertujuan menarik khalayak untuk melihat, mendengar, maupun membacanya. Dalam media massa sebagai khalayak kita harus memilih mana media massa yang baik dikuti dan tidak supaya apa yang kita dapat dari media massa itu dapat kita pertanggung jawabkan seperti dalam firman Allah sebagai berikut.

Firman Allah Swt dalam Q.S Al-isra' /17 ayat 36, yaitu:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا (36)

Artinya: “Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawabnya.”

C. Aplikasi TikTok

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik. Pengguna dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek dan mendapatkan hasil yang bagus, dan dapat ditampilkan kepada teman atau pengguna lain. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki banyak sekali dukungan musik, sehingga penggunanya dapat menampilkan pertunjukannya sendiri melalui tarian, gaya bebas, dll, sehingga mendorong kreativitas pengguna untuk menjadi pembuat konten.

Tiktok adalah platform sosial video pendek yang digerakkan oleh musik. Baik itu menari, gaya bebas, atau musik pertunjukan, pencipta didorong untuk berimajinasi dengan bebas dan mengekspresikan ekspresi mereka dengan bebas. Tiktok dirancang untuk generasi baru pencipta, memungkinkan pengguna dengan cepat dan mudah membuat video pendek yang unik untuk dibagikan dengan teman dan seluruh dunia. Tiktok adalah tolok ukur budaya baru bagi kreator muda. Kami berusaha untuk memberikan lebih banyak kreativitas dan menjadikannya bagian dari revolusi konten.²⁶

Adapun konten yang ada didalam aplikasi tik-tok adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Wajah, yakni menangkap gambar dengan kecepatan tinggi dan fitur pengenalan yang sempurna sesuai untuk semua ekspresi imut, keren, konyol, lucu, dan berlebihan Anda.

²⁶ Yuliani Resti Fauziah, "Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, no. 112 (2019) h. 1–2.

2. Kualitas Tajam yang Nyata. Dimuat dengan instan, antarmuka yang mulus, dan bebas macet. Setiap detail ditampilkan dalam kualitas yang sempurna.
3. Studio Seluler. Penggabungan yang sempurna antara kecerdasan buatan dan jepretan gambar. Menyempurnakan daya saing produk melalui sinkronisasi ritme, efek spesial, dan teknologi canggih. Ubah telepon Anda menjadi studio kreatif yang menakjubkan.
4. Pustaka Musik yang Sangat Lengkap. Bawa potensi kreatif Anda ke tingkat selanjutnya dan masuki dunia yang tak terbatas.

Aplikasi Tiktok tersebut dibuat atau dirilis sebelum September 2016. Dan aplikasi ini juga berasal dari negeri tirai bambu. Namun seiring perkembangannya, aplikasi tersebut mulai masuk dan merebut pasar pada tahun 2017 dan dikenal luas di Indonesia.

Tiktok, yang dikenal sebagai Douyin di Cina, adalah platform untuk berbagi dan membuat video melalui lagu. TikTok cocok untuk segala usia; anda akan menemukan video apa pun di sana seperti komedi, tarian, binatang, olahraga, makanan, vlog, dan lainnya. Tetapi menurut statistik, sebagian besar pengguna Tiktok kebanyakan adalah orang dewasa muda, remaja, dan remaja yang merekam diri mereka sendiri ketika mereka menari dengan lagu yang populer. Jadi, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Tiktok adalah milik Generasi Z. Statistik menunjukkan bahwa 8,2 juta pengguna Tiktok adalah perempuan dan anak perempuan yang lebih dari pengguna laki-laki yang 6,1 juta.²⁷

²⁷ Mitha Mayestika Kuen and Fyan Andinasari Kuen, "Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial Tiktok," *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2021, <https://doi.org/10.36090/jipe.v2i2.1052>.

Pada aplikasi yang satu ini, tiktok hanya dapat mengunggah dalam bentuk format video. Video yang dapat diunggah pun memiliki durasi waktu yang terbatas, yaitu hanya 15 detik atau 60 detik. Tak jarang pengguna Tiktok membagikan video mereka ke platform media sosial lain, seperti Twitter, Instagram, dan Facebook, dengan tujuan untuk menambah followers akun mereka, atau hanya sekedar seru-seruan.

Pencarian popularitas inilah yang bisa membuat banyak remaja terpacu untuk mendapatkan jumlah tayang video, karena jumlah tayang video tentu menjadi standar popularitas dalam komunitas Tiktok. Semakin banyak jumlah tayang video dan tanda suka, maka secara tidak langsung sudah dapat menggambarkan kepada publik bahwasanya pemilik akun adalah seseorang yang populer. Prioritas untuk mendapatkan popularitas inilah yang menimbulkan sisi positif dan negatif yang dapat menimpa mahasiswa. Proses pembuatan konten yang hanya mempertimbangkan jumlah tayang dan tanda suka bisa saja tidak mempertimbangkan aspek norma dan etika yang dapat menjerumuskan mahasiswa pada pembuatan konten-konten yang tidak berkualitas dan cenderung mengarah pada konten yang tidak baik.

Merebaknya penggunaan aplikasi ini membuat kekhawatiran sebagian pihak, baik pengguna maupun sekadar penikmat. Salah satu kekhawatiran ini muncul karena aspek popularitas Tiktok baik di kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Hal ini dinilai cukup meresahkan. *Pertama*, konten kreatif atau sekadar jiplak atau salin. Tiktok menciptakan fitur *buble* pada jenis video yang disaksikan. Dampaknya, muncul kecenderungan pengguna Tiktok untuk

meniru. Kecenderungan lainnya pengguna dapat membuat video hanya untuk mencari popularitas. *Kedua*, banyak orang yang sekadar ikut-ikutan tren tanpa memahami konten yang diunggah atau dinikmatinya. *Ketiga*, terjadi *bubble* pada generasi muda masa kini, yang sering juga menyebut dirinya sebagai *kids zaman now*, yang gagap dunia nyata. *Bubble* bermakna gelembung, namun dalam konteks ini memuat makna sebagai suatu kebiasaan yang meluap-luap tanpa terkendali. Efek *bubble* menimbulkan adiksi terhadap Tiktok dan adiksi pada konten Tiktok seolah menjauhkan seseorang dari dunia nyata, karena mereka pikir dengan Tiktok dunia sudah ada dalam genggamannya. Dampaknya, adiksi ini mengaburkan dunia nyata. Para pengguna akan kehilangan jam bersosialisasi dengan lingkungan karena waktu mereka bisa saja dihabiskan untuk membuat video Tiktok.²⁸

Terlepas dari Tiktok memiliki sisi positif bagi dunia hiburan diri. Bahwa di dalamnya kita bisa melepas penat dengan relaksasi bernuansa hiburan. Namun hal ini juga membawa dampak-dampak sosial yang besar. Di antara efek negatif yang dihasilkan oleh Tiktok adalah kebiasaan ini dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial, meminjam istilah Ben Agger, yaitu masyarakat kita kadang kala menempatkan budaya populer ini di atas norma-norma ketidakwajaran, dengan dalih mengentaskan kejenuhan kerja sepanjang hari, banyak individu bahkan kelompok masyarakat melakukan goyangan-goyangan erotis tak senonoh yang jauh dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat kita.²⁹

²⁸ Wisnu Nugroho Aji, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia," *Jurnal Proceeding Unikal*, IV, N0.7, (2012), h. 36-37

²⁹ Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h. 172

Aplikasi Tiktok ini pun dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga yang terkenal karena videonya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau pengguna lain.

D. Perilaku Remaja

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar.

Notoatmodjo menyatakan bahwa perilaku merupakan tindakan atau aktivitas yang merupakan bagian dari totalitas penghayatan dan aktivitas yang merupakan hasil akhir jalinan yang saling mempengaruhi antara berbagai macam gejala. Gejala itu muncul bersama-sama dan saling mempengaruhi antar manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas. Atau juga bias dikatakan perilaku

merupakan semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak bisa diamati oleh pihak luar.³⁰

Kata “remaja” berasal dari bahasa latin yaitu *adolescens* yang berarti *to grow* atau *to grow mature* yang artinya tumbuh untuk mencapai kematangan. Istilah ini mengalami perkembangan arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik.²⁰ Banyak tokoh yang memberikan definisi tentang remaja, seperti Debrun mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Papilia dan Olds, tidak memberikan pengertian remaja (*adolescent*) secara eksplisit melainkan secara implisit melalui pengertian masa remaja (*adolescence*).

Masa remaja disebut juga dengan masa pubertas. A.W. Road mengemukakan seperti yang dikutip oleh Elizabeth. B. Herylock, bahwa masa pubertas adalah suatu tahap didalam perkembangan dimana terjadi kematangan alat – alat seksual dan tercapai kemampuan reproduksinya. Tahap ini disertai perubahan – perubahan dalam psikologi.³¹ Secara psikologi masa remaja adalah dimana individual berintegrasi dengan masyarakat dewasa, dimana anak tidak lagi di bawah tingkatan orang – orang yang lebih tua melainkan dalam tingkatan yang sama. Transformasi intelektual yang khas, secara berfikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integritas dalam hubungan sosial orang dewasa yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode puber ini.³²

³⁰ Soekidjo Notoadmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003) h. 8

³¹ Elizabeth. B. Herylock, *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Penting Kehidupan*, edisi IV (Jakarta: erlangga, 1991), h.184

³² *Ibid*, h.184

Dalam pengertian Islam, istilah remaja atau kata yang berarti remaja tidak ada di dalam Islam. Di dalam al-Qur'an ada kata (al – fityatun, fityatun) yang artinya orang muda. Firman Allah SAW dalam surah al – kahfi ayat 13

نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُم بِأَحْقِّ ۚ إِنَّهُمْ فِتْيَةٌ ءَامَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَاهُمْ هُدًى

Artinya: “*Kami kisahkan kepadamu (Muhammad) cerita ini dengan benar. Sesungguhnya mereka adalah pemuda – pemuda yang beriman kepada Tuhan mereka, dan Kami tambah pula untuk mereka petunjuk*”. (QS. Al-Kahfi: 13).

Fase remaja merupakan fase perkembangan individu yang sangat penting yang diawali dengan matangnya organ-organ fisik (Seksual) sehingga mampu bereproduksi. Menurut Konopka masa remaja ini meliputi (a) remaja awal: 12-15 tahun, (b) remaja madya: 15-18 tahun, dan (c) remaja Akhir: 19-22 tahun. Sementara Salzman mengemukakan bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap bertanggung (dependence) terhadap orangtua kearah kemandirian (independence), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral. Masa remaja dikaitkan kepada keseluruhan proses pertumbuhan yang terjadi atau berlangsung relative lebih lama, baik dalam aspek fisik, psikologi, maupun aspek lainnya.³³

Menurut para psikolog, masa remaja menjadi sangat penting, karena merupakan fase peralihan cepat dialami seseorang. Mengalihkannya dari masa kanak - kanak namun kadang tidak langsung memasuki masa dewasa. Remaja

³³ *Pola Dakwah dikalangan remaja*, Badan Litbang, agama, Dep. Agama R.I: 1990. h. 64

menganggap dirinya bukan lagi anak-anak, dan menurutnya terlihat jelas berbeda dengan anak-anak. Sementara orang dewasa menilai remaja sama sekali belum dewasa. Orang-orang dewasa bahkan tidak menerimanya. Seperti itulah peralihan yang dilalui dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa.

Perilaku juga 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. Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Perilaku juga diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua, yakni:

1. Bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2. Dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit).

Respons terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

Menurut Lawrence Green dalam Notoatmodjo, ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku, antara lain sebagai berikut:

- a. Faktor Presdiposisi (*redisposing factors*), yakni terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan unsur-unsur yang ada pada individu dan masyarakat.
- b. Faktor Pendukung (*enabling factors*), yakni terwujud dalam lingkungan fisik, mencakup sumber-sumber ketersediaan sarana dan prasarana.
- c. Faktor Pendorong atau Penguat (*reinforcing factors*), yakni merupakan sikap dan perilaku tokoh masyarakat, tokoh agama, petugas kesehatan, termasuk undang-undang, peraturan daerah maupun pusat.

E. Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi yang disebut juga *overt behavior* dan perilaku yang tidak tampak disebut *covert behavior*. Perilaku baik yang tampak maupun tidak tampak ada yang alami (*innate*) dan ada yang operan (*operant*). Sebagian besar perilaku manusia berupa perilaku operan, yakni perilaku yang dibentuk atau dipelajari, sedangkan perilaku alami berupa gerakan-gerakan refleks, insting atau pembawaan yang berkaitan dengan kepribadian yang dibawa sejak lahir walaupun hal ini dapat diubah. Perilaku komunikasi dapat dilihat dari media yang digunakan untuk berkomunikasi, salah satunya dalam media komunikasi massa yaitu media online.

McQuail dalam Jalaluddin mengemukakan bahwa tingkat kepuasan dan kegunaan dari sebuah media memiliki andil yang cukup besar dalam mempengaruhi motif khalayak dalam menggunakan media. Artinya setiap khalayak memiliki alasan yang menjadi motif penggunaan media sebagai sarana pemuasan kebutuhan.

1. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa Terhadap Perilaku Komunikasi

Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa yang dikembangkan pada tahun 1975, oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball Rokeach dalam Morissan (2013:51) mengemukakan gagasan mereka mengenai teori ketergantungan (dependency theory) yang membahas mengenai kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayak audiensi karena adanya sifat ketergantungan audiensi terhadap isi media massa.³⁴ Teori ketergantungan memiliki asumsi dasar bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Dengan demikian menurut DeFleur dan Rokeach ketergantungan audiensi terhadap media bersifat integral yang mencakup tiga pihak yaitu: media, audiensi dan sistem sosial yang melingkupinya. Dalam hal ini, Rokeach dan DeFleur dalam mengemukakan gagasannya mengenai “teori ketergantungan” menekankan pada pendekatan sistem secara luas.³⁵

Model ini menunjukkan bahwa institusi sosial dan sistem media berinteraksi dengan audiens untuk menciptakan kebutuhan, minat dan motif. Hal ini,

³⁴ Morissan, *Teori Komunikasi*. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013) h. 51

³⁵ *Ibid.* h.51-56

selanjutnya, mempengaruhi audiens untuk memilih beragam sumber media dan non-media yang selanjutnya dapat menghasilkan beragam ketergantungan. Sejalan dengan model tersebut, untuk mengetahui tingkat ketergantungan seseorang dapat dilihat dari intensitas pemanfaatan internet.

Pengaruh adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkannya. Di sisi lain pengaruh adalah berupa daya yang bisa memicu sesuatu, menjadikan sesuatu berubah. Maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya.³⁶

Pengaruh media massa mampu memengaruhi persepsi dan perilaku, persepsi sendiri merupakan cara pandang terhadap sesuatu atau mengutarakan pemahaman hasil olahan daya pikir, artinya persepsi berkaitan dengan faktor-faktor eksternal yang direspon melalui pancaindra, daya ingat, dan jiwa. Menurut Sarwono, persepsi merupakan kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, memfokuskan dan sebagainya, yang selanjutnya diinterpretasikan.³⁷

Berdasarkan pernyataan diatas maka perilaku dapat di kelompokkan berdasarkan aliran-alirannya, yakni:

³⁶Nurussakinah Daulay, *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an Tentang Psikologi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014) h. 151

³⁷ *Ibid.* h.146

a. Kognitif

Kognitif menurut konteks ilmu psikologi sering didefinisikan secara luas mengenai kemampuan berpikir dan mengamati, sesuatu perilaku yang mengakibatkan seseorang memperoleh pengertian atau yang dibutuhkan untuk menggunakan pengertian. Kognitif dengan kata lain adalah kemampuan berkonsentrasi terhadap suatu rangsangan dari luar, memecahkan masalah, mengingat atau memanggil kembali dari memorinya suatu kejadian yang telah lalu, maupun yang telah dilihat, didengar, maupun yang dirasa.³⁸

b. Afektif

Afektif merupakan perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Afektif berhubungan dengan emosi, sikap, atau nilai. Beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional, antara lain suasana emosional (mood), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, serta tingkat identifikasi.³⁹

c. Konatif/Psikomotor

Bahaviorisme merupakan aliran psikologi yang merujuk pada perilaku yang tampak dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Aliran ini mempelajari tentang seluruh perilaku manusia kecuali insting. Seperti tindakan dan gerakan, karena hal ini disebabkan karena khalayak belajar dari

³⁸ Soetjningsih, *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*, (Jakarta: Sagung Seto, 2004) h. 53

³⁹ *Ibid*, h. 60

apa yang disampaikan oleh media massa. Masyarakat cenderung meniru perilaku yang mereka amati.⁴⁰

Pentingnya kriteria ini ditekankan ketika pencari informasi menemukan informasi yang bertentangan. Dalam situasi ini, mereka harus menilai kredibilitas dan sumber teori dari alternatif yang ada. Berikut beberapa faktor yang berpengaruh dalam perilaku komunikasi:

a. Pengetahuan

Penggunaan bahasa yang umum sangat tepat digunakan jika pengirim dan penerima pesan memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Pesan akan menjadi tidak jelas jika kata yang digunakan tidak dikenal penerima. Karena pemakaian bahasa yang lazim menjadi faktor yang sangat membantu dalam berkomunikasi untuk menjembatani perbedaan yang terjadi.

b. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.

Pada hakekatnya sikap adalah tingkah laku seseorang atas suatu rangsangan yang diterimanya. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai.⁴¹ Sikap pelajar itulah yang menentukan pengaruh yang terjadi didalam kehidupan mereka sendiri.

⁴⁰ Jamaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001) h. 218

⁴¹ Jalaludin Rachmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Rosidakarya.2005) h. 40

Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita atas sesuatu. Adapun konsep lain yang berkaitan dengan sikap adalah emosional, atau pertanyaan-pertanyaan yang dianggap benar oleh seseorang.⁴²

c. Behavioral

Behavioral yang merupakan tindakan dipahami sebagai akibat yang timbul pada diri dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan lainnya yang berdasarkan pada informasi yang dicerna dan diperoleh dari media komunikasi

d. Persepsi

Persepsi adalah pandangan pribadi tentang apa yang terjadi. Hal ini terbentuk oleh pengetahuan, pengalaman. Perbedaan persepsi akan menjadi batu sandungan untuk mencapai komunikasi yang efektif. Sedangkan persepsi orang itu sendiri sulit untuk di rubah kalau sudah mengakar.

2. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

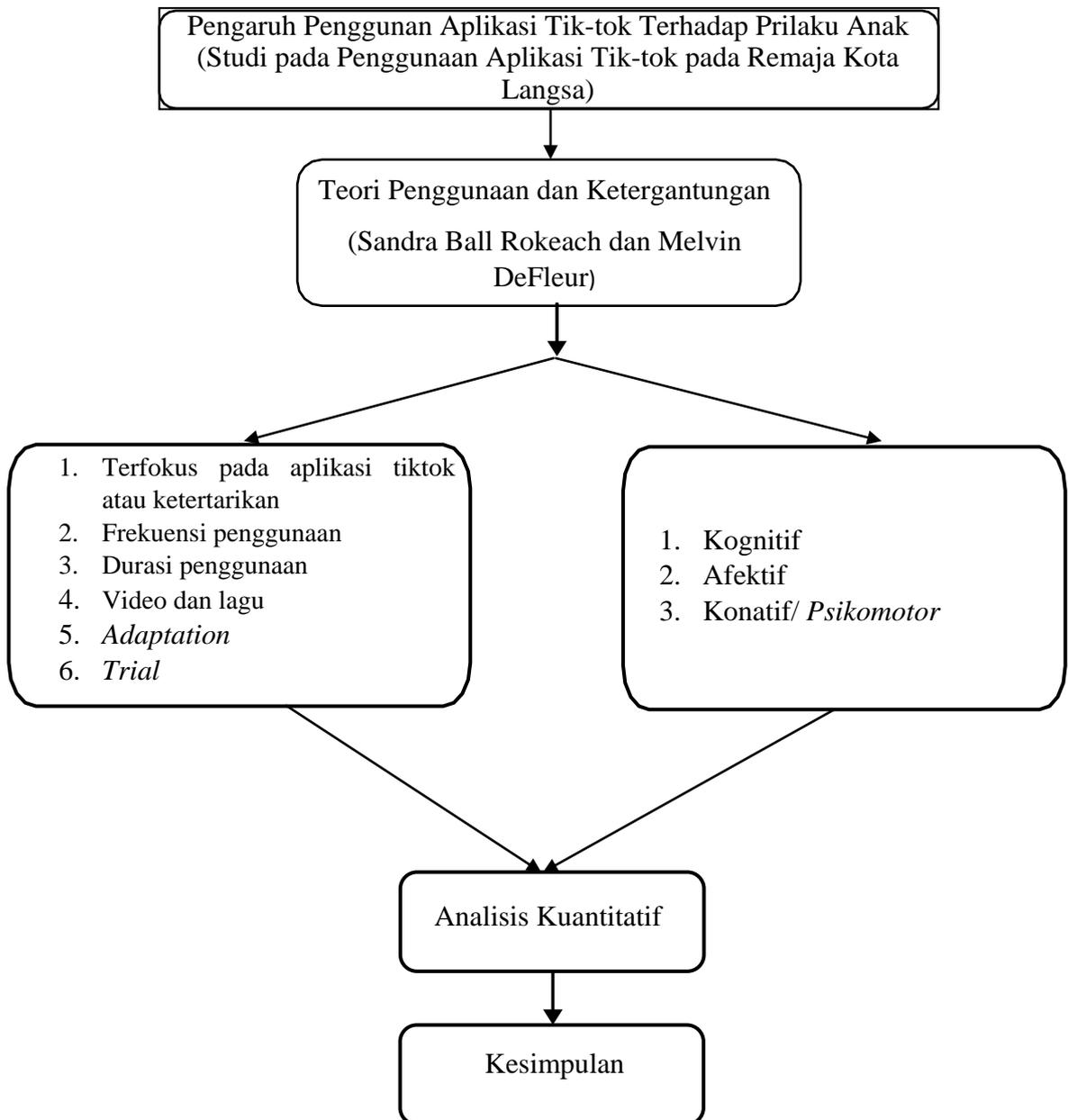
- a. Durasi adalah rentang waktu atau lamanya sesuatu hal atau sebuah peristiwa berlangsung, di mana hal ini biasanya dikaitkan dengan gelaran sebuah acara.
- b. Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam satuan detik dengan satuan. Dalam hal ini diartikan sebagai kondisi waktu yang diperuntukkan oleh seseorang yang menggunakan perangkat komunikasi

⁴² Werner J. Severin. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media*. (Preada Media Group: Jakarta. 2007) h. 177

media sosial Aplikasi Tiktok mulai dari mengakses informasi hingga aktivitas lainnya.

- c. Ketertarikan/minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual).
- d. Video teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan.
- e. Lagu merupakan gubahan seni nada atau suara dalam urutan, kombinasi untuk menghasilkan gubahan musik yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan. Dan ragam nada atau suara yang berirama disebut juga dengan lagu.
- f. *Trial* dan *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus. di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

F. Kerangka Teori



1. Teori Penggunaan dan Ketergantungan

Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach mengemukakan gagasan mereka mengenai teori Ketergantungan (Dependency Theory) yang membahas mengenai sifat ketergantungan audien terhadap isi media massa.

Teori ketergantungan memiliki dasar asumsi bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Dengan demikian, menurut Defleur dan Rokeach, ketergantungan audien terhadap media bersifat integral yang mencakup 3 pihak, yaitu media, audien, dan sistem sosial yang melingkupinya. Dalam hal ini, Rokeach dan Defleur dalam mengemukakan gagasannya mengenai teori ketergantungan menekankan pada pendekatan sistem secara luas.⁴³

Melvin DeFleur dan Sandra Ball Rokeach memberikan penjelasan yang lebih utuh dalam beberapa pernyataan, Pertama, dasar pengaruh media terletak pada hubungan antara sistem sosial yang lebih besar, peran media di dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Efek terjadi bukan karena semua media berkuasa atau sumber yang kuat mendorong kejadian tersebut, tetapi karena media berkerja dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan tertentu dan kebutuhan khalayak.

Kedua, derajat ketergantungan khalayak terhadap informasi media adalah variabel kunci dalam memahami kapan dan bagaimana peran media mengubah keyakinan, perasaan, atau perilaku khalayak. Kejadian dan bentuk efek media

⁴³ Defleur, M.L., dan S. Ball Roekach, *Theories of Mass Communication*, 3th ed. (New York: David McKay, 1975) h. 3-21

akhirnya bergantung pada khalayak serta berhubungan dengan seberapa penting orang-orang menentukan pengaruh media. Jika kita bergantung pada banyak sumber selain media untuk mendapatkan informasi mengenai suatu peristiwa, maka peranan media lebih sedikit dari pada jika kita bergantung pada sumber media yang sedikit.

Ketiga, dalam masyarakat industri, kita menjadi semakin bergantung pada media (a) untuk memahami dunia sosial (b) untuk bertindak dengan benar dan efektif di dalam masyarakat, serta (c) untuk fantasi dan pelarian. Ketika dunia semakin rumit dan berubah semakin cepat, maka kita tidak hanya semakin besar membutuhkan media untuk membantu kita memahami dan mengerti respon terbaik yang bisa kita berikan serta membantu kita untuk santai dan bertahan. Teman-teman dan keluarga barangkali tidak tahu banyak mengenai apa yang terjadi di dunia sosial yang lebih besar kecuali dari apa yang mereka pelajari di media.

Terakhir yang keempat, semakin besar kebutuhan sehingga semakin besar ketergantungan, semakin besar kemungkinan bahwa media dan pesan yang mereka produksi akan memiliki efek. Tidak semua orang akan dipengaruhi secara sama oleh media. Mereka yang memiliki kebutuhan yang lebih, yang lebih bergantung pada media, akan paling terpengaruh.⁴⁴

Menurut DeFleur dan Rokeach, derajat ketergantungan terhadap media merupakan kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan, dan perilaku audiens. Ia menjelaskan bahwa semakin

⁴⁴ Defleur, M.L., dan S. Ball Rokeach, *Theories of Mass Communication*, (3th ed), h. 261-263

seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut.⁴⁵

Dalam masyarakat industry modern, orang semakin tergantung pada media untuk: (a) memahami dunia sosial mereka; (b) bertindak secara bermakna dan efektif dalam masyarakat; dan (c) untuk menemukan fantasi dan untuk pelarian. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media ditentukan oleh: (a) tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media, anda akan menjadi lebih bergantung pada media yang menyediakan sebagian besar kebutuhan anda; dan (b) stabilitas sosial, ketika perubahan sosial dan konflik lembaga tinggi, memaksa anda untuk mengevaluasi kembali dan membuat pilihan baru. Pada saat seperti ini ketergantungan anda pada media untuk informasi akan meningkat.⁴⁶

Bentuk atau efek dalam penggunaan aplikasi tik-tok dalam penelitian ini penggunaan teori adalah bahwa seberapa besar pengaruh dari media tersebut terhadap perilaku yang dihasilkan.

G. Penelitian Relevan

Dalam penelitian yang penulis akan teliti ini, ada penelitian yang relevan sebagai bahan acuan penulis antara lain yaitu:

Rujukan yang pertama dari peneliti Riska Marini (2019) skripsi S1 lulusan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul **“Pengaruh Media**

⁴⁵ MohdRafiq, “DependencyTheory”,<http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/199/1/135-408> diakses tanggal 24 Juni 2021

⁴⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013) h. 516

Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Tiktok a terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih kab Lampung Tengah. Jenis penelitian skripsi ini adalah penelitian kuantitatif korelasi dengan pengumpulan data angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validasi, uji normalitas, uji linearitas, dan uji T (uji hipotesis). Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi Microsoft Excel 2010. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang sangat signifikan antara Media Sosial Tik Tok terhadap Prestasi Belajar. Hal ini sesuai dengan perhitungan peneliti dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, yang menggunakan Uji-correlations diperoleh nilai $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$ yaitu $14,21978769 > 2,002272456$. Maka terdapat korelasi positif yang signifikan antara Media Sosial Tik Tok dengan Prestasi Belajar di SMPN 1 Gunung Sugih.

Rujukan penelitian yang kedua dari dengan judul **"Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad"**. Jenis penelitian skripsi ini penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey dan analisis data menggunakan metode statistik parametrik, yaitu analisis Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 20. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas menggunakan aplikasi tiktok menggunakan rumus Koefisien Determinasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara dan dokumentasi dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sample, yaitu sebanyak 31

responden. Hasil Penelitian ini adalah ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menggunakan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas Muser Jogja Squad. Pengaruh yang ditimbulkan sebesar 36,72%. Penelitian ini menggunakan $dk = 29$ ($N - 2$ atau $31 - 2$) dan tingkat probabilitas atau taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%) maka rtabel sebesar 0,355 dan dari perhitungan diperoleh rhitung sebesar 0,606. Dengan demikian karena rhitung > rtabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Rujukan penelitian yang ketiga yaitu Dila Mayang Sari (2021) skripsi S1 lulusan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi dengan judul **“Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Kasus Fenomenologi Penggunaan TikTok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi”**. Jenis penelitian Skripsi ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dengan metode pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, sumber data diambil dari pejabat daerah, dan wawancara dengan pengguna aplikasi Tiktok. Hasil penelitian ini adalah bahwa penggunaan aplikasi Tik Tok pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dapat dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu menggunakan aplikasi Tik Tok untuk mengekspresikan diri, menggunakan aplikasi Tik Tok untuk mencari hiburan dan menghilangkan kepenatan/ kejenuhan, serta hanya mempunyai akun tetapi tidak intens menggunakan dan tidak mengupload konten video. Sedangkan motif penggunaan aplikasi Tik Tok bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi adalah sebagai media untuk

mengekspresikan diri, mengisi waktu luang dan belajar percaya diri serta membuat video yang menarik.

Rujukan penelitian yang keempat yaitu Fendrik Gerhad Sitorus (2018) Skripsi S1 lulusan Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan)”**. Jenis penelitian skripsi ini adalah jenis penelitian kuantitatif. maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kuantitatif, juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja yang sedang berada di Merdeka Walk yang memakai aplikasi Tik-Tok sebanyak 25 orang berusia 15-18 tahun. Hasil penelitian skripsi ini adalah dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dengan maksud Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tik-tok terhadap perilaku anak remaja di Kota Medan. Perubahan pola perilaku yang terjadi adalah para remaja tidak dapat membedakan apakah video-video Tik-Tok yang menjadi viral dan banyak ditonton adalah video yang bermanfaat, bermoral dan bersifat edukasi. Jika video tersebut menjadi viral dan banyak diikuti, maka mereka juga akan membuat video tersebut dengan versi mereka tersendiri.

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1	Riska Marini	Metode penelitian sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan sama-sama menggunakan Metode analisis data dengan skala likert serta korelasi pengumpulan data menggunakan angket.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu variabel X (Media Sosial Tik-tok) dan Y (Prestasi Belajar) Sedangkan pada penelitian saya variabel X (Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-tok) dan Y (Prilaku Anak).
2	Alfiana Yuniar Rahmayati	Persamaan pada penelitian yang diteliti terletak di variable terikat nya yaitu Pengaruh menggunakan aplikasi tik-tok dan perilaku remaja Serta menggunakan metode analisis data dengan skala likert.	Perbedaan dalam penelitian ini metodologi menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif serta pada variabel Y menggunakan perilaku narisme remaja dan Pada penelitian saya menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif .

3	Dila Mayang Sari	Persamaan pada penelitian yang diteliti terletak di variable terikat nya yaitu Pengaruh menggunakan aplikasi tik-tok seta pada pola perilaku.	Perbedaan dalam penelitian ini metodologi menggunakan kualitatis Sedang pada penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif.
4	Fendrik Gerhad Sitorus	Penelitian ini mempunyai persamaan pada judul penelitian serta tujuan penelitian yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh aplikasi tik-tok dan menggunakan variabel yang sama.	Perbedaan dengan penelitian saya metodologi menggunakan pedekatan kuanlitatif Asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode survey dan sampel sedangkan metode yang saya lakukan metode regresi berganda. Metode analisis data dalam penelitian ini menggukan skala Guttman sedangkan saya menggunakan dengan skala Likert.

H. Hipotesis Penelitian

Secara asal kata (etimologis) hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan tesis berarti pendapat. Dari kedua kata tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, makasudnya bahwa hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih diuji terlebih dahulu dan karena bersifat sementara atau dugaan awal.⁴⁷

Dalam hipotesis asosiasi menunjukkan dugaan tentang hubungan antara variabel dengan variabel lainnya dapat membentuk hubungan korelasional dan hubungan sebab akibat. Regresi yang digunakan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan, sedangkan korelasi digunakan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih (kekuatan hubungan yang menunjukkan hubungan kuat).⁴⁸ Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. **Ha:** Terdapat Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa.
2. **Ho:** Tidak terdapat Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa.

⁴⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial perspeftif komunikasi, Budaya dan Sositologi*, (Bandung, Simbiosis Rekatama, 2015,) h. 28

⁴⁸ *Ibid*, h. 35

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Azwar penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka.⁴⁹ Pada penelitian kuantitatif, data kuantitatif ini dapat diolah atau di analisis menggunakan statistik. Pemilihan rumus statistik selain ditentukan oleh jenis hipotesis, jenis variabel, juga di tentukan oleh jenis datanya.⁵⁰

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian menggunakan bantuan dari program SPSS dan penelitian ini menggunakan angket sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Untuk itu peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga bermaksud untuk memahami fenomena apa yang terjadi pada oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, kesadaran, ketertarikan, durasi dan frekuensi pada saat menggunakan aplikasi tiktok.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dan waktu penelitian yang dilakukan kurang lebih selama setelah 4 bulan setelah seminar proposal. Lokasi penelitian penulis berada Lapangan Merdeka Kota Langsa Provinsi Aceh dikarenakan adanya observasi awal

⁴⁹Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Teras Empat,2004) h. 85.

⁵⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta, Kencana, 2008) h. 39-40

pada anak remaja Kota Langsa. Penelitian juga berfokus pada subjek yang menggunakan aplikasi TikTok.

C. Identifikasi Variabel

Dalam setiap Penelitian, seorang peneliti pasti akan melibatkan variabel. Oleh karenanya jika ada pertanyaan tentang apa yang akan diteliti, maka jawabannya berkenaan dengan variabel penelitian. pada intinya variabel penelitian adalah apa yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Variabel dalam penelitian sering digambarkan dengan X dan Y. X umumnya untuk menunjukkan variabel (*independent variable*) bebas sedangkan Y untuk menunjukkan variabel terkait (*dependent variable*).

1. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel Independen (variabel bebas) sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independenya antara lain Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-tok (X).

2. Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Variabel Dependen (variabel terkait) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya Variabel bebas. Dalam fungsinya, variabel ini dipengaruhi oleh variabel lainnya, karenanya juga sering disebut variabel yang

di pengaruhi atau variabel terpengaruhi.⁵¹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Prilaku Anak (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional konsep dilakukan untuk memudahkan penjelasan terhadap konsep penelitian. Oleh karenanya konsep tersebut diturunkan dalam bentuk yang operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Pengaruh Aplikasi TikTok (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi penggunaan 2. Ketertarikan/ Minat 3. Durasi Penggunaan 4. Vidio dan Lagu 5. Adaptation 6. Trial 	Likert
2	Perilaku Aanak (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kognitif 2. Afektif 3. Konatif/<i>Psikomotor</i> 	Likert

⁵¹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islan (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017) h. 49.

Adapun definisi konsep dari tabel operasionalisasi konsep diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

- a. Durasi adalah rentang waktu atau lamanya sesuatu hal atau sebuah peristiwa berlangsung, di mana hal ini biasanya dikaitkan dengan gelaran sebuah acara.
- b. Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam satuan detik dengan satuan. Dalam hal ini diartikan sebagai kondisi waktu yang diperuntukkan oleh seseorang yang menggunakan perangkat komunikasi media sosial Aplikasi Tiktok mulai dari mengakses informasi hingga aktivitas lainnya.
- c. Ketertarikan/minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual).
- d. Video teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan.
- e. Lagu merupakan gubahan seni nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan gubahan musik yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan. Dan ragam nada atau suara yang berirama disebut juga dengan lagu.

- f. *Trial*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus.
- g. *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

2. Perilaku Anak:

a. Kognitif (Ranah Pengetahuan)

Kognitif dengan kata lain adalah kemampuan berkonsentrasi terhadap suatu rangsangan dari luar, memecahkan masalah, mengingat atau memanggil kembali dari memorinya suatu kejadian yang telah lalu, maupun yang telah dilihat, didengar, maupun yang dirasa.

b. Afektif (Ranah Sikap)

Afektif merupakan perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Afektif berhubungan dengan emosi, sikap, atau nilai.

c. Konatif/*Psikomotor* (Tindakan)

Seperti tindakan dan gerakan, karena hal ini disebabkan karena khalayak belajar dari apa yang disampaikan oleh media massa. Masyarakat cenderung meniru perilaku yang mereka.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono menyebutkan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian

ditarik suatu kesimpulan. Populasi (kumpulan objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio televisi, iklan, dan lainnya.⁵²

Menurut hasil pra riset data yang telah diperoleh, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja yang sedang berada di Kota Langsa yang menggunakan aplikasi Tiktok sebanyak 67 orang.

2. Sampel

Menurut Bawono sampel adalah objek atau subjek peneliti yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi.⁵³

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel ditarik dari populasi menurut pertimbangan ilmiah. Salah satu syaratnya bahwa penarikan sampel harus terukur dan representatif.⁵⁴

Sampel peneliti menggunakan metode *Nonprobability Sampling* Yang dimaksud *nonprobabilitas* adalah sampel tidak melalui teknik random (acak). Disini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset.

⁵² *Ibid*, h.151.

⁵³ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 105.

⁵⁴ Dadang Kuswana, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung : CV. Pustaka Setia 2011) h. 133.

Dalam metode *Nonprobability* maka Sampling Purposif (*Purposive Sampling*). Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset adalah Anak Remaja Kota Langsa yang aktif menggunakan aplikasi TikTok kurang lebih 1(Satu) Minggu 3(Tiga) kali dalam penggunaan aplikasi. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Misalnya dalam riset advertising.⁵⁵ Maka untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{67}{1+50 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{67}{1+50 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{67}{1+0.125}$$

$$n = \frac{67}{1.125} = 59$$

Ket:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi

e: Standart Error (0.5%)

Maka sampel dari penelitian ini adalah 59 orang.

⁵⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, h. 159.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi (pengamatan langsung), yaitu pengumpulan data yang didapatkan dengan cara pengamatan dan pencatatan terhadap masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian. Baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan. Buku-bukun yang relevan, jurnal ilmiah, data yang relevan penelitian, website dan yang lain-lain.

3. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan dari penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.⁵⁶ Angket/kuesioner dalam penelitian ini hanya 2 jenis, yaitu kuesioner *online* dan *secara langsung*. Alasan peneliti menggunakan 2 jenis

⁵⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Kencana: Jakarta.2006) h. 95

kuesioner disebabkan adanya kesulitan dalam mengumpulkan jawaban dari tiap-tiap responden karena masih dalam keadaan pandemi Covid 19.

Sangat diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, penelitian dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian. dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi. Remaja dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Dalam penelitian skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Ada beberapa Fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁵⁷

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang terkumpul diolah terlebih dahulu melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Teknik Pengolahan data Editing

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi

2. Teknik Penentuan Skor

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam rangka memperoleh temuan hasil penelitian. Jenis skala yang digunakan pada setiap

⁵⁷Bawono, Anton. *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. (Salatiga: STAIN,2006), h. 48.

variabel dalam penelitian ini secara keseluruhan menggunakan skala likert untuk menilai jawaban kuisisioner yang disebarkan kepada responden.⁵⁸ Kemudian untuk menentukan kategori jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Keterangan Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Dalam suatu penelitian yang menggunakan kuisisioner memerlukan suatu pengukuran yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana tanggapan para responden atas pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner tersebut dengan maksud untuk mendapatkan kesimpulan atas pemahaman para responden terhadap masalah yang sedang diamati. Adapun pengukuran yang dimaksud adalah untuk menetapkan Tingkat Pencapaian Responden (TCR) terhadap setiap instrumen dalam kuisisioner yang telah dikembalikan oleh para responden.

Untuk mendapatkan Tingkat Pencapaian Responden, maka memerlukan rumus yaitu:

⁵⁸ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta. 2012) h.94

$$\text{TCR} = \frac{R_s}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian responden

R_s = Rata-Rata Skor Jawaban Responden

n = Nilai Skor Maksimal (Skor tertinggi Likert x Jumlah responden),

Maka skor hasil Skala Likert 236.

Interpretasi data secara deskriptif dilakukan sesuai klasifikasi kriteria penilaian TCR sebagai berikut (Arikunto, 2016):

Tabel 3.3

Klasifikasi Penilaian TCR

No	Interval Persentasi TCR	Kategori
1	81-100%	Sangat Baik/Tinggi
2	61-80%	Baik/Tinggi
3	41-60%	Cukup Baik/Sedang
4	21-40%	Kurang Baik/Rendah
5	0-21%	Tidak Baik/Sangat Rendah

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 2.0 yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung

suatu kelompok variabel tertentu. Dalam penelitian ini, dikatakan *valid* jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product momen pearson* dan taraf signifikan 0.05 atau 5%.⁵⁹

Teknik yang dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r hitung dengan r tabel. Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dinyatakan valid.⁶⁰

2. Uji Reliabilitas (reliabel)

Dalam pengukuran alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependent*), dan tetap/ajeg (*consistent*).⁶¹

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 20 dengan uji *statistic cronbach Alpha* (α). Jika nilai koefisien (*cronbach Alpha*) > 0.60 , maka

⁵⁹ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015) h. 192

⁶⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52-53

⁶¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta, Kencana, 2008) h. 143.

instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.⁶²

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal sebagai penaksir.⁶³

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dalam variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.⁶⁴ Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*. h.83

⁶³ Juliandi Azwar & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Cipustaka Media Perintis: 2013), h.80

⁶⁴ Priyatno, *Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS*, (Yogyakarta: GAVA Media, 2013), h. 56

Kolmogorov-Smirnov jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.⁶⁵

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dan variabel perilaku anak bersifat homogen atau tidak.

Adapun kriteria pengujian, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama atau homogen sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak sama atau tidak homogen. Berikut hasil perhitungan uji homogenitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

3. Uji Linearitas

Uji digunakan untuk melihat apakah model yang dibuat mempunyai hubungan linear atau tidak. Hubungan linear mempunyai arti variabel bebas (Y) mempengaruhi variabel terkait (Y). Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan tabel Anova. Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditetapkan yaitu 0,05 atau 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.⁶⁶

⁶⁵ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015) h.185

⁶⁶ Ali Sambas & Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2006), h. 65

Dasar pengambilan keputusan yang jelas pada uji linearitas dapat dilakukan juga membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} berdasarkan, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tidak ada hubungan secara signifikan antar variabel independent dengan variabel dependent.

4. Heterokedastisitas

Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan plot residu yaitu melihat sebaran residu untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Dengan pengambilan keputusan, jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁶⁷

Gejala heterokedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik Scatterplot. Apabila data yang berbentuk titiktitik tidak membentuk suatu pola atau menyebar, maka model regresi tidak terkena heterokedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi mengalami gangguan heterokedastisitas.
- b. Jika diagram pencar yang ada tidak membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas.

⁶⁷ Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 170

J. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi sederhana untuk memprediksi atau menguji pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, karena variabel penelitian hanya terdiri satu variabel bebas (X) yaitu pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dan satu variabel terikat (Y) yaitu perilaku anak. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Y = Variabel terikat

α = Konstanta/intersep (besarnya Y jika X=0)

b = Koefisien regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)

X = Variabel bebas⁶⁸

K. Uji Korelasi Product Moment Pearson

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan adalah korelasi product moment, secara operasional analisis data tersebut dilakukan melalui tahap:

1. Mencari angka korelasi dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2) - (n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

⁶⁸ Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Cet III; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 123-124.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- X : Angket Penggunaan Aplikasi TikTok
Y : Angket Perilaku Anak
 r_{xy} : angket indeks korelasi "r" product moment
 ΣX : Jumlah seluruh skor X
 ΣY : Jumlah seluruh skor Y
 ΣXY : Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y
N : Number of Case⁶⁹

2. Memberikan interpretasi terhadap angka indeks korelasi "r" product moment secara kasar (sederhana).
3. Interpretasi kasar atau sederhana, yaitu dengan mencocokkan perhitungan dengan angka indeks korelasi "r" product moment seperti dibawah ini.

⁶⁹ Anas Sujiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta; Raja Grafindo Persada,2006), cet.16, h. 206.

Tabel 3.4
Interpretasi Nilai “r”

“r” disini adalah tanda untuk rumus product moment

Besarnya “r” product moment (r xy)	Interpretasi
0,00-0,20	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan Y)
0,20-0,40	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang lemah atau rendah
0,40-0,70	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang sedang atau cukupan.
0,70-0,90	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang kuat dan tinggi
0,90-1,00	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang sangat kuat dan sangat tinggi ⁷⁰

L. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Hipotesis merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan masalah. Anggapan atau asumsi dari suatu hipotesis juga merupakan

⁷⁰ *Ibid*, h.193

data yang mungkin juga bisa salah. Maka apabila akan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan, terlebih dahulu harus di uji.⁷¹

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) mempengaruhi variabel dependen (perilaku anak) secara individu.⁷²

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig. < 0.05$ maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang ada, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $Sig. > 0.05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Uji F (Simultan)

Uji Ftest dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi

⁷¹Ali Sambas & Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*. (Pustaka Setia: 2011) h. 66

⁷² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 48

variabel dependen atau terikat.⁷³ Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).⁷⁴

- a. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka H_a diterima

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima. Maka artinya Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X), simultan berpengaruh terhadap Perilaku Anak (Y).
- 2) Sebaliknya, Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak. Maka artinya Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X), simultan berpengaruh terhadap Perilaku Anak (Y).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), yaitu untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas. R-square atau nilai determinan (R^2) mendekati satu berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat. Identifikasi determinan (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi (R^2).

⁷³ Anton, Bawono. *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. (Salatiga: STAIN, 2006), h. 61

⁷⁴ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Medan: Perdana Mulya Saran, 2013), h. 141-145.

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (perilaku anak).⁷⁵ Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²*.

Koefisien determinan juga menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti, model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

⁷⁵ Ibid, h. 240

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancah Penelitian

Orientasi kancah penelitian atau orientasi lapangan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dan dilaksanakan agar suatu penelitian dapat berjalan dengan optimal. Tujuannya adalah untuk mengetahui lokasi dan situasi penelitian. Secara astronomis Kota Langsa terletak di antara 04^o24'35,68"- 04^o33'47,03" lintang utara dan 97^o53'14'59- 98^o04'42,16 bujur timur. Luas daerah Kota Langsa adalah 262,41 km².⁷⁶

Kota Langsa adalah salah satu kota di Provinsi Aceh, yang berada kurang lebih 400 km dari kota Banda Aceh. Kota Langsa sebelumnya berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif Langsa. Kota Administratif Langsa diangkat statusnya menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Hari jadi Kota Langsa ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2001.⁷⁷

Kota Langsa terkenal sebagai kota pendidikan, kota perdagangan, kota kuliner/makanan, dan kota wisata. Mayoritas penduduk Kota Langsa adalah suku Aceh, suku Melayu, suku Jawa, suku Tionghoa, dan suku Batak. Bahasa Aceh digunakan oleh mayoritas masyarakat Kota Langsa.

⁷⁶ Buku laporan tahunan Badan Pusat statistik Kota langsa, tahun 2014

⁷⁷ <https://ms-langsa.go.id/wp/wilayah-yuridiksi/> (Diakses 26 November 2021)

Sebagai kota pendidikan dan perdagangan, secara tidak langsung di kota ini ruang terbuka dan kedai-kedai makanan dan minuman/kafe menjadi arena tempat berjumpa para penghuni kota .

Salah satu lokasai yang menjadi tempat pertemuan tersebut adalah Lapangan Merdeka Kota Langsa atau disebut alun-alun Kota Langsa terletak dipusat kota langsa lebih tepatnya di depan pendopo Wali Kota Langsa Jl. Jendral Ahmah yani Gamong Jawa Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Lapangan ini merupakan lapangan yang sering di gunakan dalam kegiatan sosial, lapangan tersebut merupakan ruang hijau terbuka utama Kota Langsa. Masyarakat Kota Langsa dan sekitarnya memanfaatkan lapangan Kota Langsa sebagai tempat bersantai oleh keluarga.

Pemko Langsa terus melakukan pemugaran selama ini sehingga lapangan Merdeka Kota Langsa tampak indah sangat asli dengan berbagai macam pohon, fasilitas seperti sarana olahraga, taman hiburan dan lainnya yang telah disiapkan oleh Pemerintah Kota Langsa untuk semua kalangan masyarakat. Terutama di malam Minggu Sabtu malam alun-alun kota ini selalu ramai dikunjungi masyarakat dengan keluarganya bahkan para remaja selain menikmati malam sebagian anak-anak banyak yang bermain sepatu roda ada pula yang bermain seperti balon tiup pelampung dan lainnya yang disediakan pedagang. Selain malam hari lapangan yang menjadi salah satu kebanggaan masyarakat Kota Langsa yang merupakan di tengah-tengah kota, pada sore juga menjadi sasaran tempat bersantai untuk melepas penat atau lelah setelah bekerja. Ada pula para remaja yang sedang berkumpul,

bermain, berkomunikasi, maupun sedang menggunakan atau bermain *smartpone*, media sosial dan lainnya.

Populasi penelitian ini adalah anak remaja yang merupakan pengguna aplikasi tiktok yang berada di lapangan Merdeka Kota Langsa dan sekitaran pusat kota langsa tersebut. Penelitian ini mengambil populasi anak remaja pengguna aplikasi tiktok sebanyak-banyaknya pada saat penelitian tersebut dilakukan dengan pertimbangan melalui pengamatan yang dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan keberagaman informasi yang akurat.

B. Analisis Deskriptif Data

Analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berpengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku remaja. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 59 responden/pengguna. Penelitian ini menggunakan teknis analisis deskriptif data-data dari hasil jawaban kuesioner yang telah dijawab responden dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 20.

1. Analisis Karakteristik Responden

Tabel 4. 1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah reponden	Persentase %
Laki-laki	18	30,5 %
Permpuan	41	69,5 %
Total	59	100 %

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa distribusi responden sebanyak 59 pengguna aplikasi tiktok anak remaja yang berada di Lapangan Merdeka Kota Langsa . Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahi bahwa respoden perempuan 69,5% lebih banyak dibandingkan responden laki-laki yaitu 30,5%. Dapat diketahui dari hasil responden berdasarkan jenis kelamin.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Usia (Tahun)	Jumlah Reponden	Persentase %
12-16	21	35,6 %
16-19	38	64,4 %
Total	59	100 %

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa distribusi responden sebanyak 59 pengguna aplikasi tiktok anak remaja yang berada di Lapangan Merdeka Kota Langsa . Berdasarkan usia, tabel tersebut juga menggambarkan bahwa responden mayoritas berumur 12 sampai 16 tahun yaitu sebanyak 35,6%, sedangkan yang berumur 64,4 % di antar usia 16 sampai 19 tahun.

C. Analisis Deskriptif Variabel

Peneliti meneliti Pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku anak remaja yang berada di Lapangan Merdeka Kota Langsa . Bedasarkan Hasil kuisisioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan kemudian ditabulasi dan disajikan dalam tabel sebagaimana diuraikan berikut ini.

1. Deskripsi Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)

Variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok ini diukur melalui 12 butir pernyataan dengan skala likert 1-4. Hasil tanggapan responden terhadap variabel tersebut dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3

**Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pengaruh Penggunaan
Aplikasi Tiktok (X)**

ITEM	SS		S		TS		STS		SKOR		TCR	RATA- RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%	%	
X1	22	37,3	30	50,8	7	11,9	0	0	59	100	81,356	3,25
X2	20	33,9	39	66,1	0	0	0	0	59	100	83,475	3,34
X3	22	37,3	32	54,2	3	5,1	2	3,4	59	100	81,356	3,25
X4	18	30,5	33	55,9	5	8,5	3	5,1	59	100	77,966	3,12
X5	21	35,6	33	55,9	5	8,5	0	0	59	100	81,780	3,27
X6	19	32,2	31	52,5	7	11,9	2	3,4	59	100	78,390	3,14
X7	18	30,5	33	55,9	6	10,2	2	3,4	59	100	78,390	3,14
X8	15	25,4	35	59,3	6	10,2	3	5,1	59	100	76,271	3,05
X9	17	28,8	36	61,0	6	10,2	0	0	59	100	79,661	3,19
X10	16	27,1	40	67,8	2	3,4	1	1,7	59	100	80,085	3,20
X11	20	33,9	33	55,9	6	10,2	0	0	59	100	80,932	3,24
X12	18	30,5	35	59,3	6	10,2	0	0	59	100	80,085	3,20
SKOR RATA-RATA											79,979	3,20

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS 20 dan MS. Excel

Dalam suatu penelitian yang menggunakan kuisioner memerlukan suatu pengukuran yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana tanggapan para responden atas pernyataan-pernyataan dalam kuisioner tersebut dengan maksud

untuk mendapatkan kesimpulan atas pemahaman para responden terhadap masalah yang sedang diamati. Adapun pengukuran yang dimaksud adalah untuk menapatkan Tingkat Pencapaian Responden (TCR) terhadap setiap instrumen dalam kuisioner yang telah dikemalikan oleh para responden.

Untuk mendapatkan Tingkat Pencapaian Responden, maka memerlukan rumus yaitu:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian responden

Rs = Rata-Rata Skor Jawaban Responden

n = Nilai Skor Maksimal (Skor tertinggi Likert x Jumlah responden),

Maka skor hasil Skala Likert 236.

Interpretasi data secara deskriptif dilakukan sesuai klasifikasi kriteria penilaian TCR sebagai berikut (Arikunto, 2016):

Tabel 4.4 Klasifikasi Penilaian TCR

No	Interval Persentasi TCR	Kategori
1	81-100%	Sangat Baik/Tinggi
2	61-80%	Baik/Tinggi
3	41-60%	Cukup Baik/Sedang
4	21-40%	Kurang Baik/Rendah
5	0-21%	Tidak Baik/Sangat Rendah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 59 responden untuk variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok yaitu:

- a. Pada pernyataan yang pertama (Setiap hari saya selalu membuka aplikasi Tik-Tok), 22 responden atau 37,3% menyatakan sangat setuju, 30 responden atau 50,8% menyatakan setuju, 7 responden atau 11,9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan pertama memiliki TCR 81,3% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju setiap hari selalu membuka aplikasi Tiktok.
- b. Pada pernyataan yang kedua (Aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering saya gunakan dibanding aplikasi lain di *smartphone*), 20 responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju, 39 responden atau 66,1% menyatakan setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Item pernyataan kedua memiliki TCR 83,475% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja sangat setuju aplikasi Tiktok yang paling sering digunakan dibanding aplikasi lain di *smartphone*.
- c. Pada pernyataan yang ketiga (Untuk membuat video atau foto di aplikasi Tik-Tok, Saya dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih), 22 responden atau 37,3% menyatakan sangat setuju, 32 responden atau 54,2% menyatakan setuju, 3 responden atau 5,1% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan ketiga memiliki TCR 81,3475% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju dalam membuat video atau foto serta dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih.

- d. Pada pernyataan yang keempat (Saya suka mengeksplor atau melihat video-video lain dari *vlog* Tik-Tok orang lain sebagai bahan untuk saya membuat video yang baru), 18 responden atau 30,5% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 55,9% menyatakan setuju, 5 responden atau 8,5% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keempat memiliki TCR 77,89% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju suka mengeksplor atau melihat video-video lain dari *vlog* Tik-Tok orang lain sebagai bahan untuk saya membuat video yang baru.
- e. Pada pernyataan yang kelima (Saya sangat tertarik dengan aplikasi Tik-Tok), 21 responden atau 35,6% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 55,9% menyatakan setuju, 5 responden atau 8,5% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kelima memiliki TCR 81,780% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju sangat tertarik dengan menggunakan aplikasi Tiktok.
- f. Pada pernyataan yang keenam (Saya sangat menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tik-Tok karena dapat menyalurkan ekspresi saya), 19 responden atau 32,2% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 52,5% menyatakan setuju, 7 responden atau 11,9% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keenam memiliki TCR 78,390% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis

bahwa sebagian besar anak remaja setuju menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tiktok karena dapat menyalurkan ekspresi.

- g. Pada pernyataan yang ketujuh (Saya sering memuat video-video terbaru yang saya buat dengan aplikasi Tik-Tok), 18 responden atau 30,5% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 55,9% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan ketujuh memiliki TCR 78,390% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju sering memuat video-video terbaru di aplikasi Tiktok.
- h. Pada pernyataan yang kedelapan (Saya lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar selalu eksis di media sosial), 15 responden atau 25,4% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 59,3% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kedelapan memiliki TCR 76,271% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak setuju lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar selalu eksis di media sosial.
- i. Pada pernyataan yang kesembilan (Saya suka mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada aplikasi Tiktok), 17 responden atau 28,8% menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 61,0% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesembilan memiliki TCR 79,661% dengan kategori tinggi. Maka dari

hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada aplikasi Tiktok.

- j. Pada pernyataan yang kesepuluh (Dasar saya mengunggah aplikasi Tiktok karena tertarik dengan video dan lagu-lagunya), 16 responden atau 27,1% menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 67,8% menyatakan setuju, 2 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 1,7% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesepuluh memiliki TCR 80,085% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju dasar mengunggah pada aplikasi Tiktok karena tertarik dengan video dan lagu-lagunya.
- k. Pada pernyataan yang kesebelas (Saya merasa ada yang kurang kalau tidak bermain aplikasi Tiktok), 20 responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 55,9% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesebelas memiliki TCR 80,932% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju merasa ada yang kurang kalau tidak bermain aplikasi Tiktok.
- l. Pada pernyataan yang keduabelas (Dalam menggunakan perangkat media aplikasi Tiktok saya cenderung menjadikannya sebagai sebuah aktivitas yang menjadi kebutuhan akan sebuah informasi), 18 responden atau 30,5% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 59,3% menyatakan setuju, 6 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keduabelas memiliki TCR 80,085% dengan

kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju menggunakan aplikasi Tiktok cenderung menjadikannya sebagai sebuah aktivitas yang menjadi kebutuhan akan sebuah informasi.

Berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa Tingkat capaian Responden mengenai pengetahuan penggunaan aplikasi Tiktok sebesar 79,979% dengan kategori (tinggi) yang artinya semua responden menyetujui bahwa penggunaan aplikasi Tiktok sangat mempengaruhi.

2. Deskripsi Variabel Perilaku Anak (Y)

Variabel perilaku anak ini diukur melalui 15 butir pernyataan dengan skala likert 1-4. Hasil tanggapan responden terhadap variabel tersebut dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Perilaku Anak (Y)

ITEM	SS		S		TS		STS		SKOR		TCR	RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%		
Y1	21	35,6	36	61,0	2	3,4	0	0	59	100	83,051	3,32
Y2	22	37,3	31	52,5	6	10,2	0	0	59	100	81,780	3,27
Y3	19	32,2	31	52,5	9	15,3	0	0	59	100	79,237	3,17
Y4	20	33,9	28	47,5	7	11,9	4	6,8	59	100	77,119	3,08
Y5	18	30,5	29	49,2	9	15,3	3	5,1	59	100	76,271	3,05
Y6	20	33,9	26	44,1	10	16,9	3	5,1	59	100	76,695	3,07
Y7	13	22,0	38	64,4	5	8,5	3	5,1	59	100	75,847	3,03
Y8	14	23,7	38	64,4	5	8,5	2	3,4	59	100	77,119	3,08
Y9	23	39,0	29	45,8	4	6,8	3	5,1	59	100	80,508	3,22
Y10	20	33,9	28	47,5	8	13,6	3	5,1	59	100	77,542	3,10
Y11	17	28,8	33	55,9	6	10,2	3	5,1	59	100	77,119	3,06
Y12	16	27,1	38	64,4	3	5,1	2	3,4	59	100	78,814	3,15
Y13	22	37,3	35	59,3	2	3,4	0	0	59	100	83,475	3,34
Y14	19	32,2	40	67,8	0	0	0	0	59	100	83,051	3,32
Y15	21	35,6	38	64,4	0	0	0	0	49	100	83,898	3,36
SKOR RATA-RATA											79,435	3,18

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20 dan MS. Excel

Tabel 4.6
Klasifikasi Penilaian TCR

No	Interval Persentasi TCR	Kategori
1	81-100%	Sangat Baik/Tinggi
2	61-80%	Baik/Tinggi
3	41-60%	Cukup Baik/Sedang
4	21-40%	Kurang Baik/Rendah
5	0-21%	Tidak Baik/Sangat Rendah

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 59 responden untuk variabel perilaku anak yaitu:

- a. Pada pernyataan yang pertama (Saya mengetahui bahwa terkadang video yang saya buat pada aplikasi Tiktok serta yang diposting bisa disukai atau tidak disukai oleh para pengguna media sosial), 21 responden atau 35,6% menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 61,0% menyatakan setuju, 2 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan pertama memiliki TCR 83,051% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju mengetahui bahwa terkadang video yang dibuat pada aplikasi Tiktok dan diposting bisa disukai atau tidak disukai oleh para pengguna media sosial.
- b. Pada pernyataan yang kedua (Menggunakan aplikasi tiktok menambah wawasan pengetahuan, kreatifitas serta karya dengan konten *ter-update*), 22 responden atau 37,3% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 52,5% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kedua memiliki TCR

81,780% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju menggunakan aplikasi tiktok menambah wawasan pengetahuan, kreatifitas serta karya dengan konten *ter-update*.

- c. Pada pernyataan yang ketiga (Saya mengetahui banyak konten yang mengandung konten yang tidak layak totonton tetapi saya tetap menyukainya), 19 responden atau 32,2% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 52,5% menyatakan setuju, 9 responden atau 15,3% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan ketiga memiliki TCR 79,237% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju mengetahui banyak konten yang mengandung konten yang tidak layak totonton tetapi saya tetap menyukainya.
- d. Pada pernyataan yang keempat (Menggunakan aplikasi Tiktok menambah wawasan pengetahuan saya karena mudahnya mencari informasi), 20 responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju, 28 responden atau 47,5% menyatakan setuju, 7 responden atau 11,9% menyatakan tidak setuju dan 4 responden atau 6,8% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keempat memiliki TCR 77,119% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju aplikasi Tiktok menggunakan menambah wawasan pengetahuan saya karena mudahnya mencari informasi.
- e. Pada pernyataan yang kelima (Segala sesuatu pada aplikasi Tiktok merupakan sumber inspirasi saya), 18 responden atau 30,5% menyatakan sangat setuju, 29 responden atau 49,2% menyatakan setuju, 9 responden atau 15,3% menyatakan

tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kelima memiliki TCR 76,271% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju segala sesuatu pada aplikasi Tiktok merupakan sumber inspirasi.

- f. Pada pernyataan yang keenam (Hampir seluruh waktu luang saya gunakan untuk bermain aplikasi Tiktok), 20 responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju, 26 responden atau 44,1% menyatakan setuju, 10 responden atau 16,9% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keenam memiliki TCR 76,695% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju hampir seluruh waktu luang digunakan untuk bermain aplikasi Tiktok.
- g. Pada pernyataan yang ketujuh (Pada saat menggunakan mengakses aplikasi tiktok membantu mengubah sifat pendiam menjadi lebih aktif di sosial media), 13 responden atau 22,0% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 64,4% menyatakan setuju, 5 responden atau 8,5% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan ketujuh memiliki TCR 75,847% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju saat menggunakan mengakses aplikasi tiktok membantu mengubah sifat pendiam menjadi lebih aktif di sosial media.
- h. Pada pernyataan yang delapan (Saya menjadi tidak berkonsentrasi terhadap lawan bicara karena terlalu asyik bermain Tiktok), 14 responden atau 23,7% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 64,4% menyatakan setuju, 5

responden atau 8,5% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kedelapan memiliki TCR 77,119% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju tidak dapat berkonsentrasi terhadap lawan bicara karena terlalu asyik bermain Tiktok.

- i. Pada pernyataan yang kesembilan (Saya merasa nyaman ketika melihat konten pada aplikasi Tiktok), 23 responden atau 39,0% menyatakan sangat setuju, 29 responden atau 45,8% menyatakan setuju, 4 responden atau 6,8% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesembilan memiliki TCR 80,508% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju merasa nyaman ketika melihat konten pada aplikasi Tiktok.
- j. Pada pernyataan yang kesepuluh (Melalui aplikasi Tiktok dapat menimbulkan rasa senang saya dalam bermain *mengeksplor* video dan lagu-lagu), 20 responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju, 28 responden atau 57,5% menyatakan setuju, 8 responden atau 13,6% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesepuluh memiliki TCR 77,542% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju Melalui aplikasi Tiktok dapat menimbulkan rasa senang saya dalam bermain *mengeksplor* video dan lagu-lagu.
- k. Pada pernyataan yang kesebelas (Akibat saya sering melihat tiktok saya selalu membawa *Smartpone* saya kemanapun saya pergi), 17 responden atau 28,8%

menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 55,9% menyatakan setuju, 6 responden atau 10,2% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 5,1% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan kesebelas memiliki TCR 77,119% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju Akibat sering melihat Tiktok anak remaja selalu membawa *Smartpone* kemanapun mereka pergi.

- l. Pada pernyataan yang keduabelas (Saya menggunakan aplikasi TikTok kurang lebih 1(Satu) Minggu 3(Tiga) kali mengeksplor dan membuat konten/video), 16 responden atau 27,1% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 64,4% menyatakan setuju, 3 responden atau 5,1% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keduabelas memiliki TCR 78,14% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju anak remaja menggunakan aplikasi TikTok kurang lebih 1(Satu) Minggu 3(Tiga) kali mengeksplor dan membuat konten/video.
- m. Pada pernyataan yang ketigabelas (Ketika merasa bosan saya meluangkan waktu untuk mengedit video, mencari lagu, serta mencari referensi video kreatif yang akan saya buat) kali mengeksplor dan membuat konten/video), 22 responden atau 37,3% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 59,3% menyatakan setuju, 2 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan ketigabelas memiliki TCR 83,475% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar setuju anak remaja ketika merasa bosan meluangkan

waktu untuk mengedit video, mencari lagu, serta mencari referensi video kreatif yang akan mereka buat.

- n. Pada pernyataan yang keempatbelas (Saya membuat konten/video pada aplikasi tiktok dengan segala kreatifitas saya, seperti curhat, menari serta bergoyang), 19 responden atau 32,2% menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 67,8% menyatakan setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan menyatakan sangat tidak setuju. Item pernyataan keempatbelas memiliki TCR 83,051% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar menyatakan setuju anak remaja membuat konten/video pada aplikasi Tiktok dengan segala kreatifitas, seperti curhat, menari serta bergoyang.
- o. Pada pernyataan yang kelimabelas (Saya senang saat teman saya memutar salah satu lagu-lagu viral di tiktok membuat saya ikut bergoyang), 21 responden atau 35,6% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 64,4% menyatakan setuju, 0 responden menyatakan tidak setuju dan menyatakan sangat tidak setuju. . Item pernyataan kelimabelas memiliki TCR 83,898% dengan kategori tinggi. Maka dari hasil tersebut peneliti menganalisis bahwa sebagian besar anak remaja setuju merasa senang saat teman mereka memutar salah satu lagu-lagu viral di Tiktok membuat ikut bergoyang.

Berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa Tingkat capaian Responden mengenai pengetahuan penggunaan aplikasi Tiktok sebesar 79,435% dengan kategori (tinggi) yang artinya semua responden menyetujui bahwa penggunaan aplikasi Tiktok sangat mempengaruhi.

D. Analisis Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 20 yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Dalam penelitian ini, dikatakan *valid* jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product momen pearson* dan taraf signifikan 0.05 atau 5%.⁷⁸

Teknik yang dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasi r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir-butir penelitian ini dinyatakan valid.⁷⁹ Dengan $N = 59$ didapatkan $r_{tabel} = 0.254$ hasil pengujian validitas yang di peroleh tabel sebagai berikut:

⁷⁸ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015) h. 192

⁷⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52-53

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Jumlah Butir	r hitung	Nilai (r tabel)	Keterangan
Hasil Pengaruh Penggunaan Aplikasi TiTok (X₁)			
X1	0,632	0,254	Valid
X2	0,697	0,254	Valid
X3	0,637	0,254	Valid
X4	0,691	0,254	Valid
X5	0,43	0,254	Valid
X6	0,629	0,254	Valid
X7	0,685	0,254	Valid
X8	0,690	0,254	Valid
X9	0,739	0,254	Valid
X10	0,685	0,254	Valid
X11	0,668	0,254	Valid
X12	0,764	0,254	Valid
Perilaku Anak (Y)			
Y1	0,296	0,254	Valid
Y2	0,704	0,254	Valid
Y3	0,707	0,254	Valid
Y4	0,609	0,254	Valid
Y5	0,709	0,254	Valid
Y6	0,645	0,254	Valid
Y7	0,507	0,254	Valid
Y8	0,642	0,254	Valid
Y9	0,633	0,254	Valid
Y10	0,764	0,254	Valid
Y11	0,713	0,254	Valid
Y12	0,620	0,254	Valid
Y13	0,620	0,254	Valid
Y14	0,539	0,254	Valid
Y15	0,343	0,254	Valid

Sumber : Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Dari tabel 4.5 dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh r hitung yang lebih besar dari r tabel (r tabel= 0.254). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan dari semua

variabel pemasaran penggunaan aplikasi Tiktok dan perilaku anak dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian.

2. Uji Reliabilitas (reliabel)

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 20 dengan uji *statistic cronbach Alpha* (α). Jika nilai koefisien (*cronbach Alpha*) > 0.60 , maka instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.⁸⁰

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (α)	Probabilitas	Keterangan
Pengaruh Aplikasi Tiktok (X_1)	0.890	$\text{>} 0.60$	Reliabel
Perilaku Anak (Y)	0.889	$\text{>} 0.60$	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan dari hasil uji reliabilitas bahwa *cronbach Alpha* (α) lebih besar dari nilai probabilitas yang telah ditentukan ialah 0,60 jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan mengenai pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Anak (studi pada penggunaan aplikasi Tiktok pada remaja Kota Langsa) jadi jawaban dari pertanyaan dan pernyataan yang di sebar melalui angket adalah reliabel atau handal. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku anak konsisten dan stabil.

⁸⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*. h.83

E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal sebagai penaksir.⁸¹

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dalam variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.⁸² Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Selain itu juga pengujian pada uji normalitas dapat dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (KS). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis:

Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data residual tidak berdistribusi normal

⁸¹Juliandi Azwar & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Cipustaka Media Perintis: 2013), h.80

⁸²Priyatno, *Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS*, (Yogyakarta: GAVA Media, 2013), h. 56

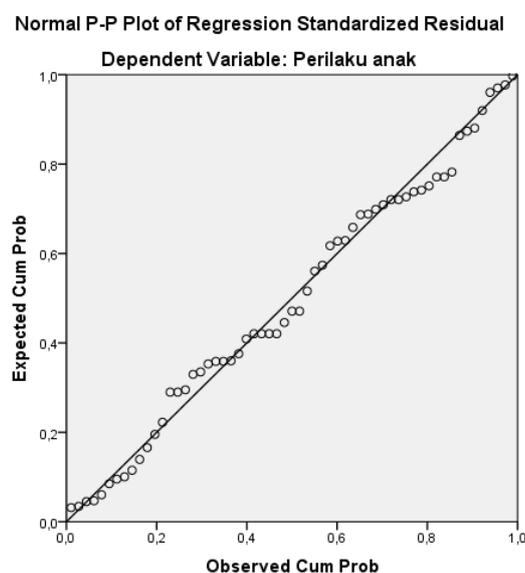
Dengan pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima

“Jika signifikansi pada nilai Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$, maka H_0 ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka H_0 diterima, jadi data residual berdistribusi normal.”⁸³

Adapun hasil pengujian garis normalitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Di lihat dari gambar 4.1 di atas dari hasil pengujian grafik normal probability pilot, tampak bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

⁸³ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), h.147

Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5,61529084
	Absolute	,080
Most Extreme Differences	Positive	,080
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,616
Asymp. Sig. (2-tailed)		,843

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,843 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dan variabel perilaku anak bersifat homogen atau tidak.

Adapun kriteria pengujian, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama atau homogen sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak sama atau tidak homogen. Berikut hasil perhitungan uji homogenitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

Tabel 4.10

Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,617	15	37	,116

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Berdasarkan tabel 4.10 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel perilaku anak berdasarkan pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok = $0,116 > 0,05$, artinya data variabel perilaku anak berdasarkan variabel pengaruh penggunaan aplikasi tiktok mempunyai varian yang sama.

3. Uji Linieritas

Uji digunakan untuk melihat apakah model yang dibuat mempunyai hubungan linear atau tidak. Hubungan linear mempunyai arti variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terkait (Y).⁸⁴ Pengambilan keputusan pengujian

⁸⁴Ali Sambas & Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2006), h. 65

berdasarkan, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ tidak terdapat hubungan yang linear.

Dasar pengambilan keputusan yang jelas pada uji linearitas dapat dilakukan juga membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} berdasarkan, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tidak ada hubungan secara signifikan antar variabel independent dengan variabel dependent.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linearitas
Anova Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Anak * Pengaruh Aplikasi Tiktok	Between Groups	(Combined)	1465,970	19	77,156	2,901	,002
		Linearity	674,394	1	674,394	25,357	,000
		Deviation from Linearity	791,576	18	43,976	1,653	,094
	Within Groups		1037,250	39	26,596		
	Total		2503,220	58			

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Berdasarkan Nilai F: dari output di atas, diperoleh nilai F_{hitung} adalah $1,653 < F_{tabel} 1,859$. Karena nilai F_{hitung} lebih kecil maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok (X) dengan variabel perilaku anak (Y).

Untuk menentukan F_{tabel} menggunakan ms. Excel (=FINV(0,05;18;39))

4. Uji Heterokedastisitas

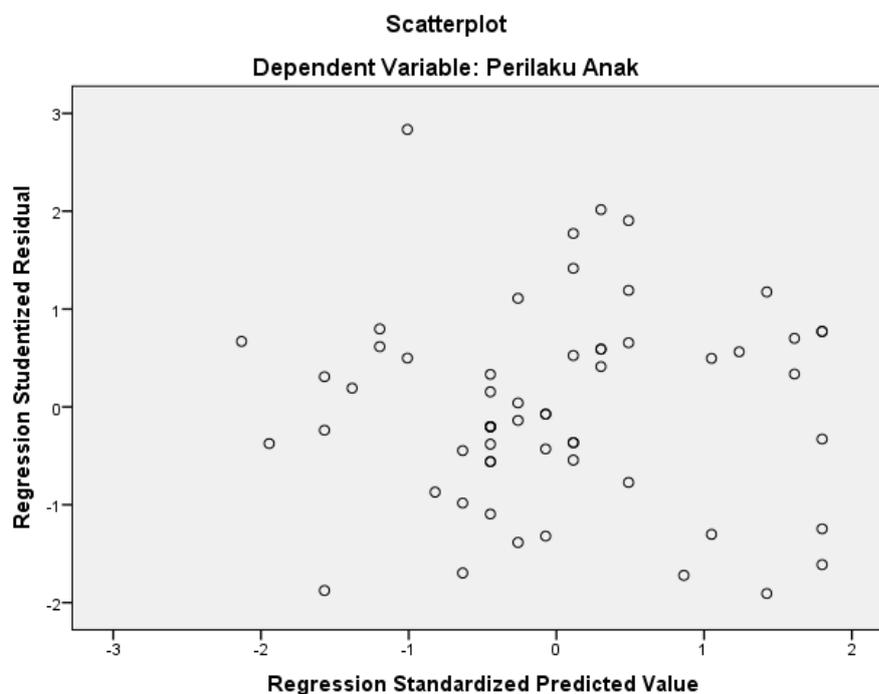
Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan plot residu yaitu melihat sebaran residu untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y . Dengan pengambilan keputusan, jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁸⁵

Gejala heterokedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik Scatterplot. Apabila data yang berbentuk titiktitik tidak membentuk suatu pola atau menyebar, maka model regresi tidak terkena heterokedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi mengalami gangguan heterokedastisitas.
- b. Jika diagram pencar yang ada tidak membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas.

⁸⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 170

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari Gambar 4.2 tersebut dapat dilihat bahwa titik titik data tidak terdapat pola yang jelas dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heterokedastisitas dalam penelitian ini.

F. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, karena variabel penelitian hanya terdiri satu variabel bebas (X) yaitu pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok

dan satu variabel terikat (Y) yaitu perilaku anak. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Y= Variabel terikat

a= Konstanta/intersep (besarnya Y jika X=0)

b= Koefisien regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)

X= Variabel bebas⁸⁶

Berikut hasil perhitungan uji analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23,163	5,394		4,294	,000
1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	,638	,139	,519	4,585	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

⁸⁶ Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Cet III; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 123-124.

Dari Tabel 4.12 diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut: $Y = 23,163 \beta + 0,638 \cdot X$. Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 23,163

Jika variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dianggap sama dengan nol, maka variabel perilaku anak sebesar 23,163

2. Koefisien $X = 0,638$

Jika variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok mengalami kenaikan sebesar satu poin (1%) maka akan menyebabkan kenaikan atau berpengaruh pada variabel perilaku anak akan meningkat sebesar 0,638.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok (variabel X) terhadap perilaku anak (variabel Y) adalah positif.

3. Signifikansi (Sig.) = 0,000

Jika signifikansi $0,000 < 0,05$ maka variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku anak (Y).

G. Uji Korelasi Product Moment Pearson

Berikut hasil uji korelasi product moment pearson hal ini terlihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Korelasi *Product Moment Pearson*

Correlations

		Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	Perilaku Anak
Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	Pearson Correlation	1	,519**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	59	59
Perilaku Anak	Pearson Correlation	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	59	59

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

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 4.13 diatas adalah $r_{hitung} = 0,519$. Hasil perhitungan uji korelasi dengan menggunakan teknik *product moment pearson* dihasilkan nilai koefisien pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku anak adalah sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dengan variabel perilaku anak dalam kategori sedang karena berada pada rentang 0,40-0,599.

Selain itu, berdasarkan hasil nilai signifikansi dari tabel di atas maka diketahui antara variabel pengaruh penggunaan aplikasi tiktok dengan variabel perilaku anak memiliki nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi

yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok mempengaruhi perilaku anak remaja Kota Langsa.

H. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) mempengaruhi variabel dependen (perilaku anak) secara individu.⁸⁷

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig. < 0.05$ maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang ada, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $Sig. > 0.05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- d. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai t tabel dengan alpha 5% dan jumlah sampel n dikurangi k jumlah variabel yang digunakan maka diperoleh t tabel sebesar 1,686.

⁸⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 48

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23,163	5,394		4,294	,000
1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	,638	,139	,519	4,585	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,05. Derajat kebebasan (df) = $n-k-1 = 59-1-1 = 57$, diperoleh $t_{tabel} = 2,002$

Untuk menentukan T_{tabel} juga dapat menggunakan ms. Excel (=TINV(0,05;57))

Dari tabel 4.14 dapat ditarik kesimpulan pada pertanyaan rumusan masalah yang pertama berbunyi “Bagaimana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa Kota Langsa” dengan rumusan hipotesis:

Ho: Variabel penggunaan aplikasi Tiktok tidak berpengaruh terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

Ha: Variabel penggunaan aplikasi Tiktok berpengaruh terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

Pengujian secara pasial melalui SPSS versi 20. Berdasarkan ketentuan pada tabel 4.11 diatas diketahui nilai t tabel yaitu 2,002 yang diperoleh dari distribusi Nilai t tabel dengan alpha 5% (0,05) dan jumlah sampel (n) dikurangi (k) jumlah

variabel yang digunakan maka diperoleh t tabel sebesar 2,002. Kemudian diketahui dari hasil uji signifikansi regresi parsial (uji-t) nilai Sig. variabel X (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) adalah $0.000 < 0.05$, artinya pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

Selanjutnya dapat dilihat hasil dari nilai $t_{hitung} 4,585 > t_{tabel} 2,002$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

1. Uji F (Simultan)

Uji Ftest dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen atau terikat.⁸⁸ Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).⁸⁹

- c. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- d. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka H_a diterima

⁸⁸ Anton.Bawono *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. (Salatiga: STAIN, 2006), h. 61

⁸⁹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Medan: Perdana Mulya Saran, 2013), hal. 141-145.

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	674,394	1	674,394	21,019	,000 ^b
	Residual	1828,826	57	32,085		
	Total	2503,220	58			

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Berdasarkan tabel 4.15 dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 20 terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21,019 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 21,019 > F_{tabel} 2,002 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (perilaku anak).⁹⁰ Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²*

⁹⁰ *Ibid*, h. 240.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,519 ^a	,269	,257	5,664

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

b. Dependent Variable: Perilaku Anak

Sumber: Data Primer diolah Dengan SPSS versi 20

Dari hasil Tabel 4.13 menjelaskan bahwa besarnya nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,519. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,269 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) terhadap variabel terikat (perilaku anak) adalah sebesar 26,9%. Dengan kategori tingkat hubungan cukup tinggi.

I. Pembahasan

Setelah peneliti memperoleh data-data dari hasil dokumentasi, kuesioner, dan data-data kepustakaan baik yang diperoleh secara langsung dari jurnal-jurnal, literatur, dokumen, skripsi, tesis dan buku-buku yang berkaitan dengan media sosial aplikasi dengan judul penelitian yang Peneliti teliti ialah “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa”. Maka sebagai langkah selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Gambaran Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Anak Remaja Kota Langsa

Penelitian ini yang ingin mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok anak remaja Kota Langsa sebagai objek utama atau responden. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa uji korelasi dengan menggunakan teknik *product moment pearson* dihasilkan nilai koefisien pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku anak adalah sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dengan variabel perilaku perilaku anak dalam kategori sedang.

Hal ini perkuat dari dukungan hasil uji signifikansi parsial (uji-t) nilai Sig. variabel X (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) adalah $0.000 < 0.05$ artinya pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa. Selanjutnya dapat dilihat hasil dari nilai $t_{hitung} 4,585 > t_{tabel} 2,002$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa. Hal ini terlihat dari hasil jawaban kuisioner yang menyatakan sebagian besar anak remaja Kota Langsa paling sering menggunakan aplikasi Tiktok dibandingkan dengan aplikasi lain di *smartphone* mereka, dikarenakan menurut responden, aplikasi Tiktok merupakan penyaluran ekspresi, hiburan, sumber inspirasi serta dapat mengeksplor dan membuat konten/vidio yang menarik yang mereka inginkan. Sikap yang ada pada remaja diusia 12-19 tahun pada fase itulah mulai muncul sikap kognitif, afektif, dan konatif terhadap suatu hal. Sikap kognitif pada remaja yaitu rasa ingin tahu terhadap suatu hal, baik dalam pengetahuan internal ataupun eksternal. Salah satunya ingin mengetahui dunia internet atau dikatakan dunia maya melalui jejaring sosial/media sosial seperti aplikasi Tiktok.

2. Gambaran Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa

Pengujian hipotesis yang H_{0} ditolak dan H_{a} diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa.

Hasil penelitian hipotesis pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 20 terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21,019 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 21,019 > F_{tabel} 2,002$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{0} ditolak dan H_{a} diterima. Pengaruh penggunaan aplikasi

Tiktok bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa, sebagaimana terlihat dalam tabel 4.4 sebelumnya.

Dari uji koefisiensi determinasi dari variabel menjelaskan bahwa besarnya nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,519. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,269 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok) terhadap variabel terikat (perilaku anak) adalah sebesar 26,9%. Dengan kategori tingkat hubungan cukup tinggi. Sebagaimana distribusi yang tampak dalam tabel 4.15.

Sesuai dengan teori Penggunaan dan Ketergantungan yang diperkenalkan Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball Rokeach, terlihat Perilaku anak remaja Kota Langsa dalam penggunaan aplikasi Tiktok memberikan efek yang tinggi sebagaimana distribusi yang tampak dalam tabel 4.3

Dari hasil jawaban para responden penelitian ketika merasa bosan saya meluangkan waktu untuk mengedit video, mencari lagu, serta mencari referensi video kreatif yang akan saya buat, penyaluran ekspresi dan kreatifitas, curhat, menari/bergoyang, mengubah sikap pendiam menjadi lebih aktif di media sosial, Hampir seluruh waktu luang saya gunakan untuk bermain aplikasi tiktok. Fakta ini terlihat dalam tabel (4.5) pada item pernyataan (14,18,19,25,26)

Sebagian lainnya hanya suka melihat video-video unik, menarik dan viral saja tetapi tidak suka membuat video mereka sendiri, ada juga yang tidak begitu memakai aplikasi Tiktok dan lain sebagainya. Para responden juga yakin bahwa mereka memang menyukai aplikasi Tiktok tanpa paksaan atau pengaruh orang lain. Para responden juga sadar, bahwa tidak semua orang akan suka dengan video-video

yang mereka buat dan posting di sosial media, namun menurut sebagian besar responden, mereka tidak mengetahui jika aplikasi Tiktok terkesan berlebihan dikarenakan mereka tetap menyukai dan selalu membuat dan mengunggah video-video mereka, sedangkan sebagian kecil responden menyetujui hal tersebut dikarenakan menurut mereka banyak yang mengunggah video-video yang tidak bermanfaat dan kurang bermoral. Pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok dapat berpengaruh positif serta negatif, memanfaatkan media sosial aplikasi Tiktok ini tergantung pada individu dalam penggunaan aplikasi Tiktok tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok terhadap perilaku remaja Kota Langsa. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil uji F menunjukkan bahwa Pengaruh penggunaan aplikasi Tiktok bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan/probabilitas terhadap perilaku anak remaja Kota Langsa dibuktikan dengan F hitung sebesar 21,019 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $21,019 > F$ tabel 2,002 dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

Secara parsial antara variabel bebas yang diteliti Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok (X) berpengaruh atau signifikan terhadap Perilaku Anak Remaja Kota Langsa (Y) hal ini terlihat dari t hitung $4,585 > t$ tabel 2,002.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Peneliti berharap pemakaian aplikasi Tik Tok kedepannya dapat menghasilkan berbagai macam video kreatif dengan beragam konten yang tetap menjunjung tinggi nilai – nilai sosial di dalamnya.

2. Diharapkan para remaja dapat membedakan dan membatasi diri dalam penggunaan aplikasi Tik-Tok. Tidak terfokus pada aplikasi ini saja serta tidak meniru pembuatan video yang sarat akan kurang moral.
3. Dari penelitian ini, peneliti berharap pemerintah dapat mengkaji ulang batasan umur dalam penggunaan aplikasi Tik Tok, mengingat bahwa untuk anak berumur 12 tahun ke atas masih dalam masa yang labil dan belum dewasa dalam menggunakan media sosial secara bebas. Dengan batasan umur yang lebih tepat dan pengawasan aplikasi Tik Tok yang ditingkatkan, peneliti berpendapat penyimpangan konten dalam aplikasi dapat berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilian, Devri. 2019. *Hubungan antara Pengguna Aplikasi Tik Tok dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII SMP Negeri 8 Bengkulu*. Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling, II, No.3.
- Ardianto dan Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras Empat.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN.
- Buku laporan tahunan Badan Pusat statistik Kota langsa. tahun 2014.*
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori. Paradigma Dan Dikursus* Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Defleur, M.L., dan S. Ball Roekach, 1975. *Theories of Mass Communication*, 3th ed. New York: David McKay.
- Elizabeth. B. Herylock. 1991. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Penting Kehidupan, edisi IV*. Jakarta: erlangga.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Profram SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Kriyantono, Rakhmad. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group Putra Utama.
- Kuswana, Dadang. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

- Machali, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mahyuddin. 2020. *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Mcquail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Mitha Mayestika Kuen and Fyan Andinasari Kuen. "Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial Tiktok." *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2021, <https://doi.org/10.36090/jipe.v2i2.1052>.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2005. *Media Sosial perspeftif komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi*, Bandung, Simbiosis Rekatama.
- Notoadmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Onong Uchana, Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik*. Bandung. Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Pengantar Psikologi dan Pandannngan Al-Qur'an Tentang Psikologi*. 2014. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pola Dakwah dikalangan remaja*. 1990. Badan Litbang, agama, Dep. Agama R.I.
- Priyatno. 2013. *Analisis Korelasi Regresi, Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: GAVA Media.
- Rachmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosidakarya.
- Rakmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sambas, Ali dan Maman Abdurrahman. 2006. *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Siagian, Sondang P. *Teori Motivasi dan Aplikasinya Cet III*; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.

- Singgih Santoso, 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Soetjiningsih. *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujiono, Anas. 2006. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syahputro, Eko Nur. 2020. *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, Gresik: Caremedia Communication.
- Werner J. Severin. 2007. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media*. Preada Media Group: Jakarta.
- Wisnu Nugroho Aji, 2012. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jurnal Proceeding Unikal, IV, N0.7,
- Yuliani Resti Fauziah, 2019. *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Komunikasi. no. 112.

Internet:

- “Internet: Suami Di Padang Siram Istri Dengan Minyak Panas Gegara Tik-Tok” (Berita), Detik.com, 5 Juli 2021
- “Internet: Video Viral 3 Wanita Joget TikTok Di Zebra Cross Dilakukan Setiap Lampu Merah Menyala” (Berita, Kompas.Com, 5 Juli 5 2021.
- “Internet: Viral Video TikTok Seorang Perempuan Shalat Sambil Joget” (Berita), Kompas.Com, 5 Juli 2021.
- “Internet: Viral Video TikTok Seorang Perempuan Shalat Sambil Joget” (Berita), Kompas.Com, 5 Juli 2021.
- <https://ms-langsa.go.id/wp/wilayah-yuridiksi/> Diakses 26 November 2021

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Alamat :

PETUNJUK :

- a. Angket ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Langsa)
- b. Saudara (i) mendapatkan kepercayaan terpilih sebagai responden, dimohon untuk mengisi seluruh instrumen sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan keadaan yang sebenarnya
- c. Jawaban saudara dijamin kerahasiaan dan tidak memiliki dampak negatif dalam bentuk apapun
- d. Pilihlah salah satu dari pilihan jawaban yang disediakan dengan memberi tanda ceklis(√) pada kolom yang tersedia
- e. Ada empat pilihan jawaban yang dapat saudara (i) pilih, yaitu:

Sangat Tidak Setuju	= STS
Tidak Setuju	= TS
Setuju	= S
Sangat Setuju	= SS

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Setiap hari saya selalu membuka aplikasi Tik-Tok				
2	Aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering saya gunakan di banding aplikasi lain di <i>smartphone</i>				
3	Untuk membuat video atau foto di aplikasi Tik-Tok, Saya dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih				
4	Saya suka mengeksplor atau melihat video-video lain dari <i>vlog</i> Tik-Tok orang lain sebagai bahan untuk saya membuat video yang baru				
5	Saya sangat tertarik dengan aplikasi Tik-Tok				
6	Saya sangat menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tik-Tok karena dapat menyalurkan ekspresi saya				
7	Saya sering memuat video-video terbaru yang Anda buat dengan aplikasi Tik-Tok				
8	Saya lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar selalu eksis di media sosial				
9	Saya suka mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada aplikasi Tik-Tok				
10	Dasar saya mengunggah aplikasi Tik-Tok karena tertarik dengan video dan lagu-lagunya				
11	Saya merasa ada yang kurang kalau tidak bermain aplikasi tiktok				
12	Dalam menggunakan perangkat media aplikasi tiktok saya cenderung menjadikannya sebagai sebuah aktivitas yang menjadi kebutuhan akan sebuah informasi				

Prilaku Anak

Kognatif					
1	Saya mengetahui bahwa terkadang video yang saya buat pada aplikasi Tik-Tok dan diposting bisa disukai atau tidak disukai oleh para pengguna media sosial.				
2	Menggunakan aplikasi tiktok menambah wawasan pengetahuan, kreatifitas serta karya dengan konten <i>ter-update</i>				
3	Saya mengetahui banyak konten yang mengandung konten yang tidak layak totonton tetapi saya tetap menyukainya				
4	Menggunakan aplikasi tiktok menambah wawasan pengetahuan saya karena mudahnya mencari informasi				
5	Segala sesuatu pada aplikasi tiktok merupakan sumber inspirasi saya				
Afektif					
1	Hampir seluruh waktu luang saya gunakan untuk bermain aplikasi tiktok				
2	Pada saat menggunakan mengakses aplikasi tiktok membantu mengubah sifat pendiam menjadi lebih aktif di sosial media				
3	Saya menjadi tidak berkonsentrasi terhadap lawan bicara karena terlalu asyik bermain Tiktok				
4	Saya merasa nyaman saat ketika menggunakan melihat konten pada aplikasi Tiktok				
5	Melalui aplikasi tiktok dapat menimbulkan rasa senang saya dalam bermain <i>mengeksplor</i> video dan lagu-lagu				

Konatif/Behavior					
1	Akibat saya sering melihat tiktok saya selalu membawa <i>Smartpone</i> saya kemanapun saya pergi				
2	Saya menggunakan aplikasi TikTok kurang lebih 1(Satu) Minggu 3(Tiga) kali mengeksplor dan membuat konten/video				
3	Ketika merasa bosan saya meluangkan waktu untuk mengedit video, mencari lagu, serta mencari referensi video kreatif yang akan saya buat				
4	Saya membuat konten/video pada aplikasi tiktok dengan segala kreatifitas saya, sepeti curhat, menari serta bergoyang				
5	Saya senang saat teman saya memutar salah satu lagu-lagu viral di tiktok membuat saya ikut bergoyang				

Lampiran 2: Deskripsi Responden

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
1	Sri Oktaviani	12-16	P
2	F. Wiandari	12-16	P
3	Bebi Agustina	12-16	P
4	Nur Jamaliah	16-19	P
5	Zaina Marisca	16-19	P
6	Dini Rizki Hafilia	16-19	P
7	Jono Subadri	16-19	L
8	Tri Adriansyah	16-19	L
9	Abdullah Miskan	16-19	L
10	Radiansyah	16-19	L
11	M. Jailani	16-19	L
12	Aulia Firmansyah	12-16	L
13	Tri Alamsyah	12-16	L
14	Putri Mauliza	16-19	P
15	Syadza Auliani	16-19	P
16	Nurfazillah	16-19	P
17	Rahma	16-19	P
18	Rizka Febrina	16-19	P
19	Dini Mai Hesty	16-19	P
20	Putri Mauliza	16-19	P

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
21	Nurul Ardlina	16-19	P
22	Dinda Natasyah	16-19	P
23	Krismayanti J Putri	16-19	P
24	Raudatul Jannah	16-19	P
25	Yanti	16-19	P
26	Siti Murni	16-19	P
27	Husnawati	16-19	P
28	Milatul Kadriah	16-19	P
29	Devi Fanievi	16-19	P
30	Asmaul Husna	12-16	P
31	Dilla Fadila	12-16	P
32	Rahmat Suryadi	12-16	L
33	Fiqih Syahrizal	12-16	L
34	Mutia Sari	12-16	P
35	Bunga Sentiana	12-16	P
36	Abbiyu Dwi Rizki	16-19	L
37	Agung	16-19	L
38	Satria	12-16	L
39	Ananda Khairunnisa	12-16	P
40	Dhea Rismara	16-19	P

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
41	Syahrizal	16-19	L
42	Agus Supriyatno	16-19	L
43	M.Syaiful, St	16-19	L
44	Mashudi	16-19	L
45	Mahardika	12-16	L
46	Adrian Syahputra	12-16	L
47	Nurjannah	12-16	P
48	Erlina	12-16	P
49	Ella Mahyuni	12-16	P
50	Ramida Siska	12-16	P
51	Nadia	12-16	P
52	Masthura	16-19	P
53	Zahra Maulida Lx	12-16	P
54	Nisrina Fitri	16-19	P
55	Yuliana Puspita Sari	12-16	P
56	Siti Khodijah	16-19	P
57	Safrida	16-19	P
58	Elmi Purnama	16-19	P
59	Cut Sumiati	16-19	P

Lampiran 3: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 12-16	21	35,6	35,6	35,6
16-19	38	64,4	64,4	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	18	30,5	30,5	30,5
PEREMPUAN	41	69,5	69,5	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Lampiran 4: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Responden

Frequencies Variabel X

Statistics

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok
N Valid	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
N Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,25	3,34	3,25	3,12	3,27	3,14	3,14	3,05	3,19	3,20	3,24	3,20	38,39
Median	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	38,00
Mode	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Sum	192	197	192	184	193	185	185	180	188	189	191	189	2265

Frequency Table

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	11,9	11,9	11,9
Valid Setuju	30	50,8	50,8	62,7
Sangat Setuju	22	37,3	37,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	39	66,1	66,1	66,1
Sangat Setuju	20	33,9	33,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Tidak Setuju	3	5,1	5,1	8,5
Valid Setuju	32	54,2	54,2	62,7
Sangat Setuju	22	37,3	37,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	5	8,5	8,5	13,6
Valid Setuju	33	55,9	55,9	69,5
Sangat Setuju	18	30,5	30,5	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	8,5	8,5	8,5
Valid Setuju	33	55,9	55,9	64,4
Sangat Setuju	21	35,6	35,6	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Tidak Setuju	7	11,9	11,9	15,3
Valid Setuju	31	52,5	52,5	67,8
Sangat Setuju	19	32,2	32,2	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	13,6
Valid Setuju	33	55,9	55,9	69,5
Sangat Setuju	18	30,5	30,5	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	15,3
Valid Setuju	35	59,3	59,3	74,6
Sangat Setuju	15	25,4	25,4	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	10,2
Valid Setuju	36	61,0	61,0	71,2
Sangat Setuju	17	28,8	28,8	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
Tidak Setuju	2	3,4	3,4	5,1
Valid Setuju	40	67,8	67,8	72,9
Sangat Setuju	16	27,1	27,1	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	10,2
Setuju	33	55,9	55,9	66,1
Sangat Setuju	20	33,9	33,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

X12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	10,2
Setuju	35	59,3	59,3	69,5
Sangat Setuju	18	30,5	30,5	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Lampiran 5: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Responden

Frequencies Variabel Y

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Perilaku Anak
Valid N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,32	3,27	3,17	3,08	3,05	3,07	3,03	3,08	3,22	3,10	3,08	3,15	3,34	3,32	3,36	47,66
Median	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	46,00
Mode	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
Sum	196	193	187	182	180	181	179	182	190	183	182	186	197	196	198	2812

Frequency Table

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Setuju	36	61,0	61,0	64,4
Sangat Setuju	21	35,6	35,6	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	10,2	10,2	10,2
Valid Setuju	31	52,5	52,5	62,7
Valid Sangat Setuju	22	37,3	37,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	9	15,3	15,3	15,3
Valid Setuju	31	52,5	52,5	67,8
Valid Sangat Setuju	19	32,2	32,2	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	6,8	6,8	6,8
Valid Tidak Setuju	7	11,9	11,9	18,6
Valid Setuju	28	47,5	47,5	66,1
Valid Sangat Setuju	20	33,9	33,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Valid Tidak Setuju	9	15,3	15,3	20,3
Valid Setuju	29	49,2	49,2	69,5
Valid Sangat Setuju	18	30,5	30,5	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	10	16,9	16,9	22,0
Valid Setuju	26	44,1	44,1	66,1
Sangat Setuju	20	33,9	33,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	5	8,5	8,5	13,6
Valid Setuju	38	64,4	64,4	78,0
Sangat Setuju	13	22,0	22,0	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Tidak Setuju	5	8,5	8,5	11,9
Valid Setuju	38	64,4	64,4	76,3
Sangat Setuju	14	23,7	23,7	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	4	6,8	6,8	11,9
Valid Setuju	29	49,2	49,2	61,0
Sangat Setuju	23	39,0	39,0	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	8	13,6	13,6	18,6
Valid Setuju	28	47,5	47,5	66,1
Sangat Setuju	20	33,9	33,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	5,1	5,1	5,1
Tidak Setuju	6	10,2	10,2	15,3
Valid Setuju	33	55,9	55,9	71,2
Sangat Setuju	17	28,8	28,8	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Tidak Setuju	3	5,1	5,1	8,5
Valid Setuju	38	64,4	64,4	72,9
Sangat Setuju	16	27,1	27,1	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
Valid Setuju	35	59,3	59,3	62,7
Valid Sangat Setuju	22	37,3	37,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	40	67,8	67,8	67,8
Valid Sangat Setuju	19	32,2	32,2	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Y15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	38	64,4	64,4	64,4
Valid Sangat Setuju	21	35,6	35,6	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Lampiran 6: Tabulasi Data Kuisisioner Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X)

No	Pengaruh Aplikasi TikTok(X)												Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	45
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
10	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	44
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	36
15	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	41
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
17	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
18	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	32
19	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	34

20	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	33
21	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	40
22	3	3	4	4	3	3	1	4	3	3	3	3	37
23	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	44
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
25	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	38
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	36
28	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	40
29	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	31
30	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	39
31	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	36
32	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	38
33	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	30
34	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
35	2	3	3	1	3	2	3	3	2	3	2	3	30
36	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
37	2	3	1	3	3	1	2	1	3	3	4	2	28
38	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	46
39	2	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	30
40	2	3	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	39
41	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	37

42	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	36
43	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	35
44	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	39
45	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	43
46	3	3	3	1	3	2	2	1	2	3	2	2	27
47	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	39
48	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
49	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	40
50	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	33
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
52	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	39
53	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	39
54	3	3	2	3	3	4	1	3	3	1	4	2	32
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	41
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	41
59	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	41

Lampiran 7: Tabulasi Data Kuisisioner Variabel Perilaku Anak (Y)

No	Perilaku Anak (Y)															Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	55
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	55
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	51
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	47
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	58
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
10	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	54
11	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	57
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
14	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	45
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
16	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	44
17	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	4	4	47
18	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	48
19	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	40

20	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
21	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	52
22	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	53
23	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	1	1	3	4	4	44
24	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
25	3	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	45
26	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	47
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	44
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31	4	3	3	4	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	43
32	4	2	3	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	40
33	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	44
34	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	40
35	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	3	3	3	3	32
36	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	36
37	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	2	3	3	39
38	3	2	2	1	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	42
39	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	41
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	46
41	3	3	3	1	1	3	3	3	3	1	2	3	3	3	4	39

Lampiran 8: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (X)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	59	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	59	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,890	12

X5	Pearson Correlation	,211	,330 ⁺	,236	,188	1	,555 ^{**}	,457 ^{**}	,194	,564 ^{**}	,571 ^{**}	,551 ^{**}	,497 ^{**}	,643 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,108	,011	,072	,155		,000	,000	,140	,000	,000	,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X6	Pearson Correlation	,242	,206	,289 ⁺	,240	,555 ^{**}	1	,405 ^{**}	,261 ⁺	,476 ^{**}	,251	,626 ^{**}	,502 ^{**}	,629 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,065	,118	,026	,067	,000		,001	,046	,000	,055	,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X7	Pearson Correlation	,178	,361 ^{**}	,232	,217	,457 ^{**}	,405 ^{**}	1	,270 ⁺	,609 ^{**}	,544 ^{**}	,495 ^{**}	,867 ^{**}	,685 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,177	,005	,077	,099	,000	,001		,039	,000	,000	,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X8	Pearson Correlation	,530 ^{**}	,527 ^{**}	,589 ^{**}	,825 ^{**}	,194	,261 ⁺	,270 ⁺	1	,284 ⁺	,331 ⁺	,230	,428 ^{**}	,690 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,140	,046	,039		,029	,010	,079	,001	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X9	Pearson Correlation	,314 ⁺	,437 ^{**}	,210	,362 ^{**}	,564 ^{**}	,476 ^{**}	,609 ^{**}	,284 ⁺	1	,532 ^{**}	,706 ^{**}	,648 ^{**}	,739 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,016	,001	,110	,005	,000	,000	,000	,029		,000	,000	,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X10	Pearson Correlation	,358 ^{**}	,493 ^{**}	,416 ^{**}	,293 ⁺	,571 ^{**}	,251	,544 ^{**}	,331 ⁺	,532 ^{**}	1	,435 ^{**}	,514 ^{**}	,685 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,001	,024	,000	,055	,000	,010	,000		,001	,000	,000

	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X11	Pearson Correlation	,186	,303*	,056	,371**	,551**	,626**	,495**	,230	,706**	,435**	1	,550**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,159	,019	,674	,004	,000	,000	,000	,079	,000	,001		,000	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
X12	Pearson Correlation	,212	,351**	,317*	,353**	,497**	,502**	,867**	,428**	,648**	,514**	,550**	1	,764**
	Sig. (2-tailed)	,106	,006	,014	,006	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok	Pearson Correlation	,632**	,697**	,637**	,691**	,643**	,629**	,685**	,690**	,739**	,685**	,668**	,764**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

Lampiran 9: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Anak (Y)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	59	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	59	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	15

Correlations

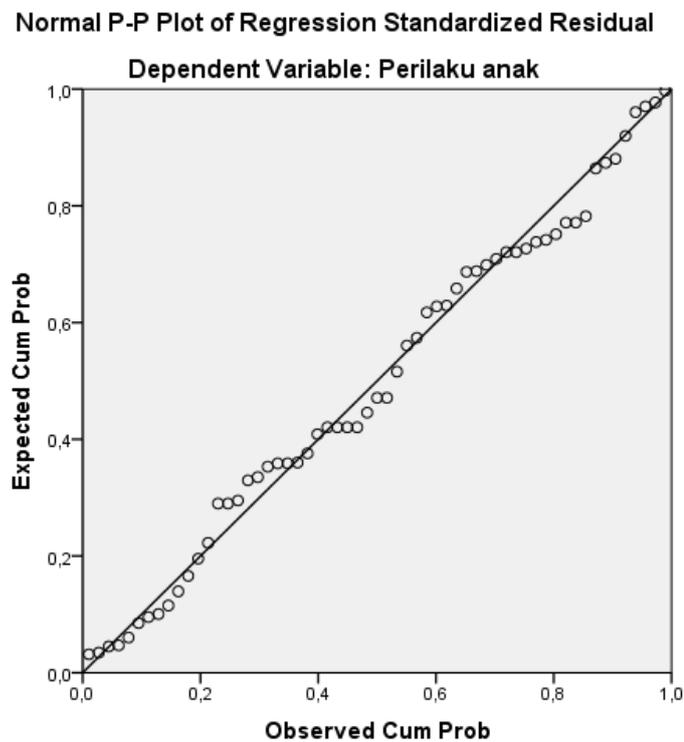
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Perilaku Anak
Y1	Pearson Correlation	1	,493**	,464**	,388**	,275*	,404**	,283*	,396**	,316*	,274*	,389**	,390**	,326*	,128	,214	,596**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,035	,002	,030	,002	,015	,036	,002	,002	,012	,336	,103	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y2	Pearson Correlation	,493**	1	,573**	,556**	,567**	,347**	,243	,385**	,392**	,569**	,372**	,266*	,276*	,392**	,185	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,007	,064	,003	,002	,000	,004	,041	,034	,002	,161	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y3	Pearson Correlation	,464**	,573**	1	,542**	,797**	,251	,166	,119	,253	,745**	,436**	,288*	,311*	,477**	,182	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,055	,209	,368	,053	,000	,001	,027	,017	,000	,167	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y4	Pearson Correlation	,388**	,556**	,542**	1	,584**	,300*	,191	,106	,227	,647**	,224	,189	,122	,358**	,051	,609**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000	,021	,147	,423	,084	,000	,089	,152	,357	,005	,702	,000

	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y5	Pearson Correlation	,275*	,567**	,797**	,584**	1	,243	,144	,117	,249	,938**	,430**	,271*	,309*	,493**	,041	,709**
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,000	,000		,063	,278	,379	,057	,000	,001	,038	,017	,000	,760	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y6	Pearson Correlation	,404**	,347**	,251	,300*	,243	1	,364**	,620**	,595**	,286*	,439**	,348**	,322*	,203	,193	,645**
	Sig. (2-tailed)	,002	,007	,055	,021	,063		,005	,000	,000	,028	,001	,007	,013	,123	,144	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y7	Pearson Correlation	,283*	,243	,166	,191	,144	,364**	1	,561**	,564**	,169	,243	,170	,234	,222	,213	,507**
	Sig. (2-tailed)	,030	,064	,209	,147	,278	,005		,000	,000	,201	,063	,199	,074	,091	,105	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y8	Pearson Correlation	,396**	,385**	,119	,106	,117	,620**	,561**	1	,578**	,201	,448**	,507**	,482**	,291*	,381**	,642**
	Sig. (2-tailed)	,002	,003	,368	,423	,379	,000	,000		,000	,128	,000	,000	,000	,025	,003	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y9	Pearson Correlation	,316*	,392**	,253	,227	,249	,595**	,564**	,578**	1	,310*	,421**	,263*	,264*	,223	,153	,633**

Y14	Pearson Correlation	,128	,392**	,477**	,358**	,493**	,203	,222	,291*	,223	,491**	,398**	,336**	,508**	1	,321*	,593**
	Sig. (2-tailed)	,336	,002	,000	,005	,000	,123	,091	,025	,089	,000	,002	,009	,000		,013	,000
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Y15	Pearson Correlation	,214	,185	,182	,051	,041	,193	,213	,381**	,153	,124	,056	,204	,385**	,321*	1	,343**
	Sig. (2-tailed)	,103	,161	,167	,702	,760	,144	,105	,003	,249	,349	,671	,121	,003	,013		,008
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Perilaku Anak	Pearson Correlation	,596**	,704**	,707**	,609**	,709**	,645**	,507**	,642**	,633**	,764**	,713**	,620**	,620**	,593**	,343**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,008	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	

Lampiran 10: Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5,61529084
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,616
Asymp. Sig. (2-tailed)		,843

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

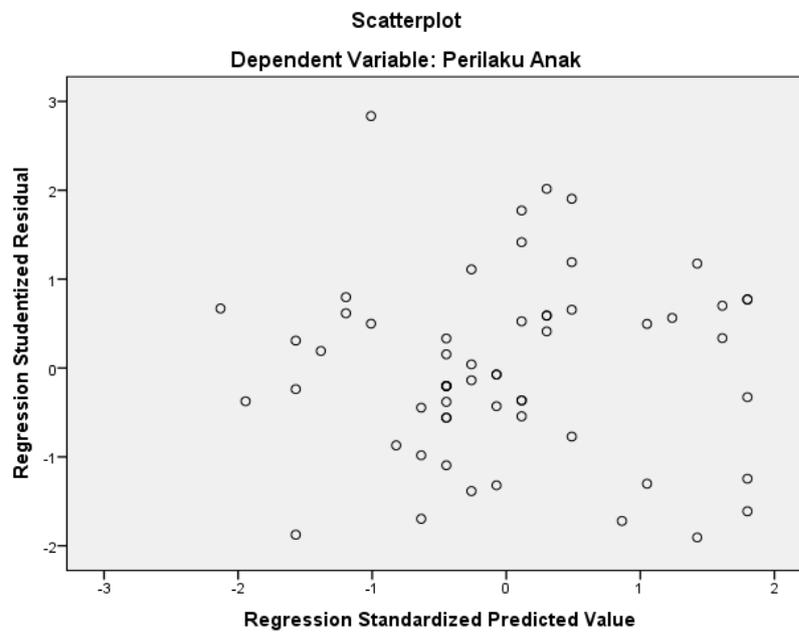
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,617	15	37	,116

Linieritas

Anova Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Anak * Pengaruh Aplikasi Tiktok	(Combined)	1465,970	19	77,156	2,901	,002
	Between Groups	674,394	1	674,394	25,357	,000
	Linearity	791,576	18	43,976	1,653	,094
	Deviation from Linearity	1037,250	39	26,596		
	Within Groups	2503,220	58			
Total						

Heterokedastisitas



Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok ^b		Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,163	5,394		4,294	,000
1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	,638	,139	,519	4,585	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

Lampiran 11: Korelasi Product Moment Pearson

Correlations

		Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	Perilaku Anak
Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	Pearson Correlation	1	,519**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	59	59
Perilaku Anak	Pearson Correlation	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	59	59

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

Lampiran 12: Data Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23,163	5,394		4,294	,000
1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok	,638	,139	,519	4,585	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	674,394	1	674,394	21,019	,000 ^b
Residual	1828,826	57	32,085		
Total	2503,220	58			

a. Dependent Variable: Perilaku Anak

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

Koefisien Determinasi (R²)Model Summary^b

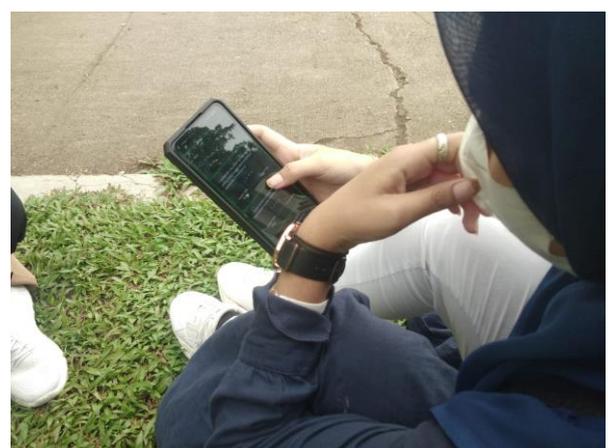
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,519 ^a	,269	,257	5,664

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok

b. Dependent Variable: Perilaku Anak

Lampiran 13: Dokumentasi Tempat Penelitian

Responden Mengisi Kuisisioner





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Adhari Syahri
2. Nim : 3012017001
3. Tempat & Tgl Lahir : Langsa, 03 November 1999
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Agama : Islam
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat Asal : Jl. P.Brandan Dusun II Kec. Pangkalan Susu
Kab. Langkat
9. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Syahrial
 - b. Ibu : Nila Rohaya
 - c. Pekerjaan Ayah : Nelayan
10. Email : adharisyahri3@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 053997 Seisiur : Tamat Tahun 2011
2. SMPN 1 Pangkalan Susu : Tamat Tahun 2014
3. SMKS Dharma Patra P.Susu : Tamat Tahun 2015
4. IAIN Langsa : Masuk Tahun 2017 Sampai
sekarang

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Wakil Komunitas Gerakan Pejuang Sedekah 2017-2018
2. Anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Langsa 2017
3. Kabid Humas Pers Mahasiswa Zawiyah News 2018-2019
4. Pimpinan Redaksi Pers Zawiyah News 2019-2021

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Langsa, 30 Januari 2022
Penulis,

Adhari Syahri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Adhari Syahri
2. Nim : 3012017001
3. Tempat & Tgl Lahir : Langsa, 03 November 1999
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Agama : Islam
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat Asal : Jl. P.Brandan Dusun II Kec. Pangkalan Susu
Kab. Langkat
9. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Syahrial
 - b. Ibu : Nila Rohaya
 - c. Pekerjaan Ayah : Nelayan
10. Email : adharisyahri3@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 053997 Seisiur : Tamat Tahun 2011
2. SMPN 1 Pangkalan Susu : Tamat Tahun 2014
3. SMKS Dharma Patra P.Susu : Tamat Tahun 2015
4. IAIN Langsa : Masuk Tahun 2017 Sampai
sekarang

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Wakil Komunitas Gerakan Pejuang Sedekah 2017-2018
2. Anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Langsa 2017
3. Kabid Humas Pers Mahasiswa Zawiyah News 2018-2019
4. Pimpinan Redaksi Pers Zawiyah News 2019-2021

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Langsa, 30 Januari 2022
Penulis,

Adhari Syahri



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 052 TAHUN 2022

T E N T A N G

PERPANJANGAN KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI LANGSA NOMOR 0181 TAHUN 2021 TANGGAL 22 JUNI 2021 TENTANG PENUNJUKAN PEMBIMBING
SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

- Yang : a. bahwa Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Nomor 0181 Tahun 2021 tentang Penunjukan Pembimbing Skripsi Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa telah berakhir masa berlakunya pada tanggal 22 Juni 2021.
- b. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk kembali pembimbing skripsi;
- c. bahwa sehubungan dengan hal tersebut pada huruf a dan b perlu ditetapkan dalam Keputusan Dekan

- Agat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
6. Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2015, Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa;
8. Peraturan Menteri Agama Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Langsa;
9. Hasil Seminar Proposal Mahasiswa tanggal 13 Maret 2019

MEMUTUSKAN

Apkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PERPANJANGAN SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA NOMOR 0181 TAHUN 2021 TANGGAL 22 JUNI 2021 .

TU : Menunjuk dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa:

1. **Dr. Samsuar, MA**

(sebagai Pembimbing I / Materi)

2. **Al-Mutia Gandhi, M. Kom. I**

(sebagai Pembimbing II / Metodologi)

Untuk membimbing skripsi:

Nama : **Adhari Syahri**

Tempat / Tgl. Lahir : Pangkalan Susu/ 28 Maret 1999

NIM : 3012017001

Jurusan/Fakultas : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul Skripsi : ***Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Langsa)***

- : Bimbingan harus diselesaikan selambat-lambatnya selama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan;
- : Kepada pembimbing tersebut di atas diberi honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa sesuai DIPA Nomor: 025.04.2.888040/2022. Tanggal 24 Desember 2021;
- : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan

Ditetapkan di Langsa

Tanggal

25 Januari 2022

22 Jumadil Akhir 1443 H



Dekan,

MUHAMMAD NASIR