

# Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Perilaku Gen Z Dalam Menjalin Pertemanan Di Kelurahan Ciriung Bogor, Jawa Barat

Gerald Endang Soffian<sup>1</sup>, Maya May Syarah<sup>2</sup>, Herman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta Indonesia

email: [geraldyendang176@gmail.com](mailto:geraldyendang176@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perilaku Gen Z dalam Menjalin Pertemanan di Kelurahan Ciriung, Bogor, Jawa Barat". Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh penggunaan TikTok dikalangan Gen Z pada Kelurahan Ciriung RT 01/RW 07, Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teori utama yang digunakan pada penelitian ini adalah teori uses and gratification yang digunakan untuk mempelajari suatu cara yang digunakan oleh setiap individu dalam memanfaatkan media untuk memperoleh kebutuhan yang harus dipenuhi. Teori ini berfokus pada pengguna media (audiens) yang merupakan sebagai pengguna aktif yang memiliki otoritas penuh dalam memanfaatkan media tersebut berdasarkan tujuan dalam memperoleh kepuasaannya (gratifikasi). Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berakar pada paradigma postpositivisme yang karakteristik utamanya mencakup penggunaan data berbentuk angka, penerapan metode survei, pelaksanaan proses observasi dan pengukuran secara sistematis, dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik

**Kata Kunci:** TikTok, Perilaku, Gen Z

## Abstract

*This study is entitled "The Influence of TikTok Use on Gen Z's Behavior in Making Friends in Ciriung Village, Bogor, West Java". This study aims to see the influence of TikTok use among Gen Z in Ciriung Village RT 01/RW 07, Bogor, West Java. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires as a research instrument. The main theory used in this study is the uses and gratification theory which is used to study a method used by each individual in utilizing media to obtain needs that must be met. This theory focuses on media users (audiences) who are active users who have full authority in utilizing the media based on the purpose of obtaining satisfaction (gratification). The quantitative approach is a research approach rooted in the post-positivism paradigm whose main characteristics include the use of numerical data, the application of survey methods, the implementation of systematic observation and measurement processes, and hypothesis testing through statistical analysis*

**Keywords:** TikTok, Behavior, Gen Z

## 1. Pendahuluan

Manusia diberi kemudahan dalam melakukan berbagai macam bentuk komunikasi, salah satunya melalui internet (Agustriana, 2019). Salah satunya ialah media sosial, yakni sebuah sarana komunikasi yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk bersosialisasi, media sosial selalu dimanfaatkan oleh manusia untuk membangun relasi serta menciptakan suatu interaksi secara umum maupun pribadi. Penggunaan media sosial tergolong praktis karena mempermudah setiap manusia dalam berinteraksi secara langsung tanpa adanya batasan ruang dan waktu yang dapat menjadi sebuah penghalang dalam berperilaku (Atikah, 2018).

Pada zaman modern ini, media digital menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam aktivitas sehari-hari. Media sosial adalah fasilitas yang akurat dalam membangun perilaku beserta interaksi yang bertujuan untuk menciptakan relasi antar sesama individu yang lebih efisien. Perilaku dapat menjadi suatu pengaruh pada dunia digital modern yang selalu digunakan oleh seluruh umat manusia. Selain itu, perilaku juga dapat menjadi media utama sebagai sarana untuk membangun hubungan antar individu dimana saja dan kapan saja (Wijaya dalam Marchellia, 2022).

Salah satu media sosial yang digunakan pada era modern ialah TikTok, yakni aplikasi berbasis video musik yang pertama kali diluncurkan pada awal September 2016 di Tiongkok. TikTok menawarkan akses kepada



setiap penggunanya untuk membuat video pendek karyanya sendiri. Dengan kepopulerannya sepanjang tahun 2018-2019, TikTok telah diunduh sebanyak 45,8 juta kali, memecah rekor sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh bahkan mengalahkan Instagram dan WhatsApp yang juga merupakan aplikasi populer pada waktu itu (Bohang, 2018). Berdasar data yang dilansir pada Tekno Kompas, aplikasi TikTok telah digunakan oleh 10 juta lebih pengguna di Indonesia. Penggunanya sangat bervariasi, mulai dari anak-anak milenial sampai anak-anak usia sekolah yang kini dikenal sebagai Gen Z.

TikTok merupakan media pengunggahan video berdurasi pendek (Ranganathan et al., 2021) yang sering dimanfaatkan oleh Gen Z untuk membuat konten berdasarkan ide-ide kreatif yang dimiliki (Zeng & Abidin, 2021). Selain digunakan sebagai sarana hiburan, TikTok juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk membangun interaksi, mengekspresikan diri, dan membentuk sebuah relasi. Dalam ruang lingkup masyarakat, setiap masyarakat yang menggunakan TikTok juga selalu menjadi bagian dari ruang lingkup sosial yang berkaitan dalam membentuk identitas diri dan juga dalam hal membangun pertemanan. perubahan cara berperilaku ini juga menimbulkan beragam pertanyaan mengenai suatu dampak yang ditimbulkan terhadap perilaku yang sudah ada.

Nasrullah (2023) menjelaskan TikTok merupakan bagian dari media sosial yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual, hal ini dijelaskan pula oleh Ahmadi (2009): Pada dasarnya TikTok adalah media sosial yang memudahkan pengguna dalam hal mengekspresikan diri melalui video singkat dengan berbagai fitur interaktif. Berdasarkan data dari hasil kuesioner pra penelitian yang sudah disebar oleh peneliti kepada masyarakat Gen Z, TikTok merupakan salah satu sarana media sosial yang terkenal di kalangan masyarakat Kelurahan Ciriung RT 01/RW 07, Bogor, Jawa Barat. Hal ini dapat menimbulkan sebuah pertanyaan tentang bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi perilaku di kalangan masyarakat Gen Z, seperti hubungan antar sesama masyarakat Gen Z, perilaku, perkembangan individu, dan bentuk konsumsi media. Masyarakat Gen Z adalah objek yang mudah terpengaruh media sosial seperti TikTok, karena mereka menghabiskan sebagian besar waktu mereka di lingkungan sekolah dan memiliki akses yang relatif mudah ke media sosial melalui perangkat internet.

Berdasar latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap perilaku Gen Z dalam Menjalinkan Pertemanan Di Kelurahan Ciriung RT 01/RW 07, Bogor, Jawa Barat". Untuk penelitian ini peneliti juga telah menyebarkan kuesioner untuk data awal pra penelitian dan banyak masyarakat Gen Z yang memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media hiburan dan informasi

Terdapat beberapa tinjauan Pustaka yang dapat menjadi sumber referensi peneliti untuk mendapatkan bahan rujukan dan pertimbangan dalam pengumpulan data, menentukan kesamaan maupun perbedaan dari penelitian yang telah ada. Maka, peneliti mencantumkan penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku Keberagamaan dan Fenomena Media Sosial TikTok pada Generasi Z  
Oleh Istika Ahdiyanti dan Ida Waluyati, Perilaku Keberagamaan dan Fenomena Media Sosial TikTok pada Generasi, Jurnal : ZSosioreligius vol. VI No 2 2021.
2. Pengaruh sosial media TikTok terhadap gaya hidup remaja  
Penulis : Shazrin Daniyah Khansa dan Kinkin Yuliaty Pengaruh sosial media TikTok terhadap gaya hidup remaja, Jurnal : Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5, No.1,2022.
3. Penggunaan media sosial tiktok dan pengaruhnya terhadap motivasi beprestasi siswa SMK AL Khhairiyah Bahari Jakarta  
Penulis : Desy Anggraini, Maemunah Nurmayasari, Saripah, Jurnal : Jurnal pendidikan Tambusai Vol 7 No 1 2023,

### **Teori Uses and Gratifications**

Teori ini menjelaskan bagaimana individu secara aktif memilih media (dalam hal ini TikTok) untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, ekspresi diri, atau membangun relasi sosial. Teori *uses and gratification* merupakan sebuah metode yang berfungsi sebagai sarana untuk mempelajari tentang suatu cara yang digunakan oleh setiap individu dalam memanfaatkan suatu media untuk memperoleh kebutuhan yang harus dipenuhi (Katz & Foulkes, 1962). Pada teori *uses and gratifications*, masyarakat dianggap sebagai subjek yang berpengaruh serta mempunyai maksud dalam memegang tanggung jawab untuk menggunakan media dalam keperluan sehari-hari mereka. Selain itu, teori *uses and gratifications* juga memberikan pemahaman kepada masyarakat dalam menggunakan media juga ditujukan oleh tujuan suatu motif pribadi.

Motif adalah gabungan dari beberapa tujuan dari suatu individu, maka dari itu semua orang memanfaatkan media sosial untuk kepentingan mereka masing-masing. Menurut McQuail (1991) motif pemanfaatan media dikategorikan dalam 4 jenis yaitu: (1). Motif informasi, artinya pengguna dinyatakan

mempunyai motif informasi, jika hendak ingin mencari tahu beragam fenomena dan keadaan yang berhubungan dengan kondisi alam sekitar. (2). Motif identitas pribadi, yakni pengguna dinyatakan mempunyai motif identitas pribadi, jika hendak ingin mendapatkan sarana pendukung mengenai stigma-stigma yang bersangkutan dengan pribadi dalam diri seseorang tersebut. (3). Motif integrasi dan interaksi sosial, artinya pengguna dinyatakan mempunyai motif integrasi dan interaksi, jika hendak ingin mendapatkan sebuah wawasan yang berkaitan dengan empati sosial. (4). Motif hiburan, menjelaskan bahwa pengguna dinyatakan memiliki motif hiburan, jika hendak ingin membebaskan diri dari suatu konflik. Menurut Katz, Blumler, Gurevitch (dalam West Richard & Turner Lynn H., 2017) terdapat 5 asumsi dasar mengenai teori *uses and gratification*, sebagai berikut :

- a. Khalayak berperan aktif dalam menentukan media yang dipilih karena mempunyai fungsi serta berfokus pada suatu tujuan.
- b. Khalayak mempunyai gagasan dan ide dalam menentukan media yang berfungsi untuk mengaitkan kebutuhan dengan kepuasan secara terinci.
- c. Media massa berkompetisi untuk menciptakan kepuasan bagi para penggunanya.
- d. Media mencukupi keperluan pengguna melalui berbagai macam kebutuhan individu secara luas. Menurut Nurudin (seperti yang diambil dari Romli, 2016) menjelaskan khalayak merupakan sebuah subjek yang tidak mengenal antara yang satu dengan yang lain dan tidak mempunyai kepentingan individual.
- e. Evaluasi dari setiap konten media memiliki arti subjektif atau berdasarkan pendapat pribadi yang hanya dapat dilakukan oleh para penonton.

Berdasarkan 5 asumsi yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa teori ini berfokus pada pengguna media (audiens) yang merupakan sebagai pengguna aktif yang memiliki otoritas penuh dalam memanfaatkan media tersebut berdasarkan tujuan dalam memperoleh kepuasannya (gratifikasi). Contoh yang sesuai dengan kelima asumsi tersebut seperti, seorang pengguna TikTok secara aktif menyaksikan sebuah tayangan video singkat terkait genosida di Palestina melalui akun TikTok, maka pengguna TikTok tersebut akan menentukan jenis media serta sumber berita yang terpercaya. Fokus utama dari menyaksikan tayangan tersebut yaitu untuk memperoleh informasi terkini, dalam rangka untuk menaruh rasa simpati dan empati atas terjadinya peristiwa tersebut. Dan hal tersebut memiliki suatu motif utama dalam menggunakan media sosial. Maka dari itu, kegemaran audiens pada saat memakai media sosial akan memiliki perbedaan pada masing-masing individu karena dilatar belakangi oleh kebutuhan dan cara ia menggunakan media sosial tersebut.

Frank Biocca (dalam Romli, 2016) mengkategorikan 5 karakteristik audiens yang dikatakan sebagai pengguna aktif. seperti : (1) Selektivitas, yakni setiap audiens menentukan atau memilih informasi berdasarkan media sosial yang biasa digunakan, (2) Utilitarianisme, yakni pemanfaatan media sosial dilandasi oleh tujuan tertentu, (3) Intensionalitas, yakni audiens menyampaikan sebuah tanda atau simbol terkait pemanfaatan isi media dengan sengaja dan menyesuaikannya dengan tujuan khusus, (4), Audiens aktif berpartisipasi, (5) Kebal terhadap suatu hal yang dapat mempengaruhi audiens tersebut.

### **Teori New Media**

*New media* merupakan istilah yang mengartikan sebuah media komunikasi massa yang berhubungan dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi masa kini. Contoh *New media* yang populer pada saat ini adalah internet. Internet dapat diakses oleh siapapun, kapanpun serta juga dapat diakses diseluruh lokasi manapun. Levy (1990) menjelaskan, bahwa *New media* adalah teori yang menjelaskan tentang awal mula media konvensional ke dalam media digital, hal ini sesuai dengan yang peneliti jelaskan pada paragraf diatas.

Terkait hal tersebut, Lev Manovich juga menambahkan melalui bukunya dengan judul "*The New Media Reader*" yaitu *New Media* merupakan tempat budaya yang diperoleh dengan adanya pemahaman yang baru dari dunia digital yang hadir pada lapisan masyarakat. Dengan adanya pemahaman tersebut, Levy menambahkan, isi *new media* yang pertama yaitu sudut pandang mengenai interaksi sosial, yang memberikan perbandingan antara media terhadap interaksi secara langsung.

### **Theory Social Cognitive (Kognitif Sosial)**

Teori kognitif menyimpulkan bahwa manusia membentuk kemampuan kognitifnya dengan terinspirasi secara otomatis terhadap lingkungannya. Berdasarkan sudut pandang kognitif setiap orang tidak selalu hanya berupa transformasi tingkah laku yang dapat diperhatikan saja. Anggapan awal teori ini merupakan setiap orang yang telah mempunyai pengalaman dan pengetahuan pada diri seseorang tersebut. Pengalaman dan pengetahuan ini tersusun dalam bentuk model susunan kognitif. Berdasarkan teori ini, tahapan belajar akan searah dengan ekspektasi apabila materi pembelajaran yang baru dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan susunan kognitif yang telah dikuasai oleh individu (Thobroni, 2015, p. 79).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1 Gambaran Umum Kelurahan Ciriung



Kelurahan Ciriung RT 01/RW 07 adalah bagian dari lingkungan tempat tinggal warga setempat yang terorganisir secara administratif. Lokasi dan tata letak wilayah ini berada di bagian timur Kabupaten Bogor dan berbatasan dengan wilayah lain di Kecamatan Cibinong. Komunitas dan penduduknya mayoritas merupakan warga lokal yang bermukim dalam lingkungan tersebut. Rata-rata masyarakat di wilayah ini berprofesi sebagai pekerja industri, buruh, petani, maupun pekerja di bidang jasa. Komunitas masyarakat pada wilayah ini dinilai kompak dan aktif dalam berpartisipasi untuk melaksanakan program kewarganegaraan.

Sementara fasilitas umum pada kelurahan ini dilengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti sekolah dasar, pos kesehatan, toko-toko, dan sarana ibadah. Dengan adanya fasilitas ini dapat mempermudah aktivitas warga dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Selain itu, aspek dari lingkungan dan infrastrukturnya di wilayah RT 01/RW 07 cukup padat, dengan jalan yang sudah beraspal dan tersedianya sistem pengelolaan sampah serta drainase yang terorganisir untuk mencegah banjir saat musim hujan. Terdapat potensi pengembangan wilayah ini sedang dalam proses pengembangan infrastruktur dan urbanisasi, seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan kota Bogor. Banyak warga dan investor melihat wilayah Ciriung sebagai kesempatan untuk membangun serta menciptakan hunian dan usaha kecil menengah seperti misalnya:

#### Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan untuk memastikan apakah kuesioner yang disebarkan kepada responden valid atau tidak berdasarkan laporan yang sudah dibuat oleh peneliti. Tahap ini dibutuhkan untuk mengukur serta menentukan validitas pernyataan yang sudah dibuat pada kuesioner penelitian tersebut. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui nilai validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor setiap pernyataan dengan skor total pernyataan.

#### Hasil Uji Validitas X

		Correlations				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.792**	.705**	.599**	.878**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.792**	1	.697**	.705**	.906**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.705**	.697**	1	.655**	.875**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.599**	.705**	.655**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.878**	.906**	.875**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

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

### Hasil Uji Validitas Y

		Correlations				
		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_TOTAL
Y1_1	Pearson Correlation	1	.361**	.673**	.700**	.837**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y1_2	Pearson Correlation	.361**	1	.458**	.485**	.683**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y1_3	Pearson Correlation	.673**	.458**	1	.722**	.873**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y1_4	Pearson Correlation	.700**	.485**	.722**	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Y1_TOTAL	Pearson Correlation	.837**	.683**	.873**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

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

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	6.08972841	
Most Extreme Differences	Absolute	.094	
	Positive	.055	
	Negative	-.094	
Test Statistic		.094	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.030	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.029	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.024
		Upper Bound	.033

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

### Hasil Uji Hipotesis

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3321.516	1	3321.516	88.661	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	3671.394	98	37.463		
	Total	6992.910	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Gen Z Dalam Menjalani Pertemanan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan TikTok

## 5. Kesimpulan

Pengaruh TikTok adalah penelitian yang mengukur tentang proses terbentuknya pengaruh yang dapat mempengaruhi diri setiap penggunanya melalui media sosial tersebut. dalam penelitian ini yang menjadi objek suatu penelitian dari peneliti adalah untuk mengetahui sejauhmana Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perilaku Gen Z dalam Menjalinkan Pertemanan di Kelurahan Ciriung RT 01/RW 07. Perilaku adalah suatu bentuk dari tindakan dan perasaan yang dapat mempengaruhi perhatian, penglihatan, pola pikir dan imajinasi setiap orang. Perilaku adalah tanggapan atau respon seseorang mengenai pengaruh dari luar dan perilaku ditimbulkan melalui beberapa faktor, yaitu seperti terjadinya hubungan timbal balik di antara stimulus dan respon yang diketahui sebagai rangsangan tanggapan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin membuktikan adanya Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perilaku Gen Z dalam Menjalinkan Pertemanan di Kelurahan Ciriung RT 01/ RW 07, Bogor, Jawa Barat.

## Referensi

- Rendi A, S., & Andi, A. (2023b). Analisis penentuan prioritas media promosi ITDA menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 15(1), 65. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v15i1.1588>.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- Muzzammil, F. (2021). Sosiologi komunikasi masyarakat industri. *Jurnal Publisitas*, 8(1), 19–33. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v8i1.66>
- Luthfiyyah, N. N., & Mukramin, N. S. (2023). Dampak media sosial TikTok terhadap remaja X di SMA Muhammadiyah Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Budaya*, 2(3), 28–37. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v2i3.1934>
- Mubarok, A. (2018b). Peran teknologi dalam pendidikan di era globalisasi. *Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 94–100. <https://doi.org/10.33650/edureligia.v2i2.459>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). Teori penggunaan dan gratifikasi berdasarkan penelitian Elihu Katz, Jay G. Blumler & Michael Gurevitch. Dalam *Pengantar teori komunikasi* (Jilid 2, ed. ke-5, hlm. 129). Penerbit Salemba Humanika.
- Romli, K. (2016). Teori uses and gratification. Dalam Adipramono (Ed.), *Komunikasi massa* (hlm. 49–53). PT Grasindo.
- Rohmah, N. N. (2020b). Media sosial sebagai media alternatif: Manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global COVID-19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i1.2957>
- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah, N. (2024b). Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi uses and gratification di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- Arsini, Y., Azzahra, H., Tarigan, K. S., & Azhari, I. (2023b). Pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental remaja. *Mudabbir: Journal Research and Education Studies*, 3(2), 50–54. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v3i2.370>
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024b). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa. *Pubmedia: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/ptk.v1i3.433>.
- Salma, N. Q., Sartika, N. R., & Handayani, N. P. (2025b). Analisis interaksi dan respon penonton di media sosial terhadap sinetron “Asmara Gen Z” dengan menggunakan teori uses and gratification. *Deleted Journal*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.513>.

Nurmansyah, N. F. (2021). Hiperrealitas pada media sosial pengguna Instagram di kalangan mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika Sosial dan Budaya*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.79>

Mulyono, F. (2021). Dampak media sosial bagi remaja. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 57–65. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.66>.

Ilahin, N. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap karakter siswa kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *IBTIDA*, 3(1), 112–119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>.

Asyari, A., & Mirannisa, M. (2022b). Pengaruh media sosial TikTok terhadap minat belajar di MA Miftahul Ishlah Tembelok. *Islamika*, 4(3), 421–432. <https://doi.org/10.36088/islamika.v4i3.1977>.

Ferlitasari, R., Suhandi, & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Jurnal Sosiologi Agama*, 1(2). <http://103.88.229.8/index.php/sr/article/download/8435/4253>

Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 3(1), 18–29.

Dewi, N. T. P., & Ekayanthi, N. D. (2023b). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap brand image followers Wardah Beauty. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 369–374. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.142>

Dharma, N. B., & Efrianda, N. M. R. (2023b). Analisis penjualan online melalui media sosial TikTok. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(3), 269–278. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.885>

Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus pada TN Official Store). *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>

Adliyani, Z. O. N. (2019, Juni). Pengaruh perilaku individu terhadap hidup sehat. [Nama Jurnal], 4(7), [halaman].

Haryani, S., Astuti, A. P., & Minardo, J. (2021). Pengetahuan dan perilaku mencuci tangan pada siswa SMK sebagai upaya pencegahan COVID-19. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(2), 123–130. <https://doi.org/10.1234/jkm.v5i2.789>.

Doni, F. R. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 45–52.

Adiyanta, F. S. (2019). Hukum dan studi penelitian empiris: Penggunaan metode survei sebagai instrumen penelitian hukum empiris. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 697–709. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>.

Amelia, D., Karina, R., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat. (2021). Pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 11–24. <http://ejournal.lmiimedan.net>

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31. Retrieved from <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>.

Fadzila, A. U. N. A. (2022). Analisis cost volume profit dengan activity based costing system untuk perencanaan laba pada UMKM (Studi kasus pada CV Golden Rose) [Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia]. UPI Repository. [https://repository.upi.edu/71220/4/S\\_PEA\\_1700733\\_Chapter3.pdf](https://repository.upi.edu/71220/4/S_PEA_1700733_Chapter3.pdf)

Apermana, R., & Diana, I. (2022). Uji normalitas data menggunakan metode empirical distribution function. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi Terapan*, 6238, 1698.

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2019). *How to design and evaluate research in education*.

---

Handayani, E. S., & Subakti, H. (2021). Uji normalitas data menggunakan metode empirical distribution function dengan memanfaatkan MATLAB dan Minitab 19. *Jurnal Basicedu: Research & Learning in Elementary Education*, 5(1), 151–164.

Heryana, A. (2020). Analisis data penelitian kuantitatif [Bahan ajar mata kuliah: Metodologi penelitian kuantitatif]. Prodi Kesehatan Masyarakat, Universitas Esa Unggul.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Riset manajemen menggunakan SPSS dan SMART-PLS: Implementasi pada manajemen SDM, pemasaran, keuangan, pendidikan, kesehatan, pemerintahan, & kewirausahaan. *Eureka Media Aksara*.

Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., & Penulis lainnya. (2023). *Metode penelitian berbagai bidang keilmuan (Panduan & referensi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Jurnal Ilmiah Pendidikan Masyarakat. (2023). Sosialisasi dan pengenalan aplikasi pengolahan data SPSS pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Masyarakat*. Retrieved from <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/download/170/166>

Kim, H. Y. (2018). Statistical notes for clinical researchers: assessing normality in clinical research. *Journal of Korean Medical Science*, 33(15), e121. <https://doi.org/10.3346/jkms.2018.33.e121>

Koo, M., & Yang, S.-W. (2025). *Likert-Type Scale*. *Encyclopedia*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010018>

McCaffrey, D. F. (2022). Volume 14: Quantitative Research and Educational Measurement. In *Elsevier eBooks* (pp. xix–xxiv). <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-818630-5.02014-5>

Ratna Wijayanti, dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widyagama.

Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14, 62–70.

Sari, A. P., Haeruddin, H., & Saputra, G. Y. (2023). The Effect of Using Powtoon Interactive Learning Media to Improve Learning Outcomes in Class X Informatics Subjects at SMK Kesehatan Samarinda. *Tepian*, 5(1), 568760.

Sari, N., & Wijayanti, T. (2022). Penerapan uji Levene dalam menguji homogenitas varians antar kelompok. *Jurnal Analisis Statistika*, 28(1), 45-52. <https://doi.org/10.1234/jas.2022.012345>

Setiawan, F., & Rachmawati, L. (2022). Perbandingan uji Bartlett dan Levene dalam menguji homogenitas varians. *Jurnal Metode Statistika*, 25(2), 125-134. <https://doi.org/10.4321/jms.2022.252010>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna, V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, Wiratna, V. (2020). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 1–10. Retrieved from <https://greenpub.org/JIM/article/view/504>

Tawe, A., & Bado, B. (2022). *Analisis statistik parametrik*. Yayasan Khalifah Cendekia Mandiri. ISBN: 9786239790424

Wardani, S., & Permatasari, R. I. (2022). Pengaruh pengembangan karier dan disiplin kerja terhadap prestasi kerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) staf umum bagian pergudangan Penerbangan Angkatan Darat

(Penerbad) di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.31294/m-progress.v12i1.1652>

Wardhana, A. (2023). *Metode penelitian survei: Teori dan aplikasi dalam ilmu sosial*. Jakarta: Pustaka Ilmiah Nusantara.

Reffi Oktavia & Jhon Fernos, (2023). Pengaruh lingkungan kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada dinas kependudukan dan pencatatan sipil Kota Padang.  
[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ciriung,\\_Cibinong,\\_Bogor](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ciriung,_Cibinong,_Bogor)  
<https://images.app.goo.gl/Bsr31CLKqboXUXfM6>

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.