PERSUASI
Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi

PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)
Volume 2 Nomor 1, Halaman 16-27, Mei 2025

Tersedia secara daring pada:
http://jtam.ulm.ac.id/index.php/persuasi

Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Komunikasi Interpersonal Digital Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat

Rumiaisyah[1], Sri Astuty[2]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin
Surel: 2110414120003@mhs.ulm.ac.id, sri_astuty@ulm.ac.id

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya popularitas aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa serta potensinya dalam memengaruhi aspek komunikasi interpersonal pengguna. Tujuan penelitian untuk menganalisis apakah terdapat hubungan serta pengaruh yang signifikan antara penggunaan TikTok terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat di ruang digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif kausalitas untuk mengetahui hubungan sebab-akibat, melibatkan 344 mahasiswa ULM dari angkatan 2020 hingga 2024 yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden kemudian analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, korelasi, regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok, yang diukur melalui indikator informasi, identitas diri, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan, berada pada kategori "setuju". Berdasarkan uji koefisien determinasi, sebesar 30,1% variabel penggunaan TikTok memengaruhi komunikasi interpersonal mahasiswa, sementara sisanya 69,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji t juga menunjukkan nilai t hitung > t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh signifikan terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa ULM dalam komunikasi digital.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Mahasiswa, Penggunaan TikTok

Cara Sitasi: Rumiaisyah, & Astuty, S. (2025). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Komunikasi Interpersonal Digital Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. *JURNAL PERSUASI, 2*(1), 16-27.

PENDAHULUAN

TikTok telah mengalami transformasi dari sekadar platform hiburan menjadi medium yang memengaruhi pola pikir, gaya komunikasi, dan standar dalam hubungan interpersonal (Hakim, 2023). Lebih dari 106 juta pengguna, Indonesia menjadi salah satu pasar utama TikTok (*We Are Social* Indonesia, 2024). Penggunaan aplikasi TikTok

memperlihatkan dominasi konten terkait hubungan yang membentuk pandangan generasi muda terhadap dinamika interaksi sosial, terutama di ruang digital.

Media sosial termasuk TikTok, telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi. Sebagai salah satu bentuk inovasi teknologi, media sosial mendekatkan jarak komunikasi sekaligus menciptakan gaya interaksi baru. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan dampak negatif intensitas penggunaan media sosial terhadap komunikasi interpersonal, seperti penurunan keterbukaan dan empati (Wahyuningtias et al., 2015; Dior, 2022). TikTok dengan fitur unik seperti algoritma *For Your Page* (FYP), mendorong keterlibatan pengguna melalui konten-konten kreatif dan *relatable* yang dapat memengaruhi komunikasi interpersonal, terutama di kalangan mahasiswa.

Hubungan interpersonal di ruang digital memperlihatkan kompleksitas di mana standar komunikasi sering kali dipengaruhi oleh konten yang viral. Konten yang sedang tren atau narasi emosional di TikTok sering menjadi acuan bagi pengguna dalam membangun harapan dan pola interaksi sosial. Mahasiswa sebagai pengguna aktif menjadi kelompok yang rentan terhadap pembentukan standar dari aplikasi TikTok. Data demografis menunjukkan bahwa kelompok usia 18-24 tahun mendominasi pengguna TikTok di Indonesia, menjadikan mahasiswa objek yang relevan untuk penelitian ini (Data Reportal, 2024).

Penelitian ini bertujuan guna memahami serta menganalisis pengaruh dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap komunikasi interpersonal digital mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM). Penelitian ini memfokuskan pada lima indikator utama komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, rasa atau sikap positif, sikap mendukung, dan keseteraan. Hasil penelitian diupayakan bisa memberi wawasan yang lebih mendalam mengenai peran aplikasi TikTok dalam membentuk dinamika komunikasi interpersonal di era digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah dalam kajian literatur terkait pengaruh media sosial terhadap komunikasi interpersonal dalam konteks akademik dan komunikasi digital.

METODE

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif dengan pendekatan kausalitas untuk menganalisis hubungan antara penggunaan aplikasi TikTok (variabel independen) dan komunikasi interpersonal digital (variabel dependen) pada mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM). Partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif ULM tahun 2024. Strategi pengambilan sampel adalah *purposive sampling* yang melibatkan responden dengan kriteria khusus, sehingga diperoleh sampel sebanyak 344 orang. Teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) dari Shannon dan Weaver (1949) dan teori *Social Information Processing* (SIP) dari Joseph Walther (1992) menjadi landasan teori dalam penelitian ini.

Data primer penelitian dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator penelitian. Variabel penggunaan aplikasi TikTok diukur menggunakan empat indikator: informasi, identitas diri, integrasi & interaksi sosial, dan

hiburan. Sedangkan variabel komunikasi interpersonal mempunyai lima indikator: keterbukaan, empati, dukungan, perasaan menyenangkan, dan kesetaraan.

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS *Statistic* versi 26. Proses analisis diawali dengan pengujian validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan data yang digunakan dalam mengukur variabel yang dianalisis, dilanjutkan dengan uji prasayarat. Selanjutnya, dilakukan uji korelasi untuk menilai arah hubungan antar variabel yang dianalisis, serta uji regresi linier sederhana untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana pengaruh dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap komunikasi interpersonal di ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebelum dianalisis lebih lanjut, data harus diperiksa validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin tingkat kepercayaan dan konsistensi penelitian. Dalam penelitian ini, validitas kuesioner dinilai dengan menggunakan metode perhitungan koefisien korelasi Pearson (r) *product-moment* atau *bivariat Pearson*. Pernyataan kuesioner dinilai valid jika angka r hitung melebihi angka r tabel pada *margin of error* 5%. Hasil uji validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa enam belas pernyataan kuesioner variabel X dan lima belas pernyataan kuesioner variabel Y adalah valid. Seluruh instrumen penelitian dari variabel X dan Y memiliki angka r hitung yang lebih besar dari r tabel, dimana r hitung lebih besar dari 0,105.

Kemudian, pengujian *reliabelity* data dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha,* yang merupakan salah satu koefisien reliabilitas umum digunakan untuk mengukur konsistensi internal antaritem dalam suatu instrumen. Metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan dalam format 'benar atau salah' atau pada skala Likert. Data dianggap kredibel jika angka pada *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel penggunaan aplikasi TikTok dan komunikasi interpersonal digital mahasiswa:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Data Kuesioner

Variabel Penelitian	Nilai *Cronbach's Alpha*	*Role of Thumb*	Keterangan
Penggunaan Aplikasi TikTok	0,901	0,6	Reliebel
Komunikasi Interpersonal Mahasiswa	0,931	0.6	Reliebel

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Temuan uji reliabilitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa koefisien *Cronbach Alpha* (α) kedua variabel yang digunakan melebihi nilai standar prediksi sebesar 0,60. Hasil temuan menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam kuesioner untuk kedua variabel dianggap dapat diandalkan. Dengan demikian, informasi yang diperoleh dari kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Asumsi standar yang terdiri dari uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas, diperiksa sebelum melakukan analisis korelasi dan regresi linier sederhana. Peneliti memilih menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk pengujian normalitas data. Suatu data berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi (p-value) tidak mencapai angka 0,05, sedangkan angka signifikasi lebih dari 0,05 mengindikasikan distribusi normal. Di bawah ini adalah hasil uji normalitas untuk variabel penggunaan aplikasi TikTok dan variabel komunikasi interpersonal digital mahasiswa:

Tabel 2. Uji Normalitas Data *Kolmogorove-Smirnove*

Kolmogorove-Smirnove	*Asymp.Sig*	Kriteria	Keterangan
0,043	0,200	>0,05	Terdistribusi Normal

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Pada Tabel 2, angka signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed*)) senilai 0,200 yang menunjukkan angka lebih dari 0,05. Dengan demikian variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dan variabel komunikasi interpersonal mahasiswa (Y) Universitas Lambung Mangkurat terdistribusi secara normal atau teratur.

Selanjutnya, uji linearitas yang menentukan linier atau tidak suatu hubungan pada variabel independen dan dependen dengan menilai nilai signifikansi (sig.). Apabila tingkat signifikansi lebih dari 0,05 maka bisa dikatakan bahwa variabel-variabel yang dipertimbangkan mempunyai korelasi linier. Jika angka signifikansinya kurang dari 0,05 maka kedua variabel yang diuji dianggap tidak mempunyai hubungan linier. Berikut adalah hasil perhitungan uji linearitas dari penelitian ini:

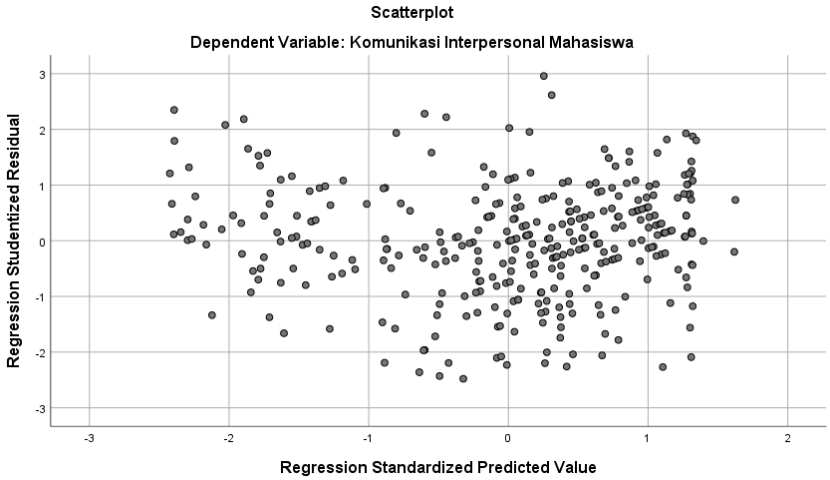
Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Data Variabel X dan Variabel Y

	Deviation from Linearity	Kriteria	Keterangan
Komunikasi Interpersonal Mahasiswa * Penggunaan Aplikasi TikTok	0,300	>0,05	Data Liner

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Pada Tabel 3, *Deviation from Linearity* memiliki angka signifikansi (sig.) senilai 0,300 jauh lebih tinggi dari 0,05. Hasil pengujian menandakan bahwa kedua variabel yang dianalisis mempunyai hubungan linier. Dengan demikian, variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dan variabel komunikasi interpersonal digital mahasiswa (Y) dapat dinyatakan berhubungan linier.

Homoskedastisitas menjadi ciri regresi yang baik, artinya tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan *Scatter Plot*. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas, maka titik-titik pada *Scatter Plot* akan tersebar secara acak di sekitar sumbu Y yang bernilai 0. Jika terjadi heteroskedastisitas, maka *Scatterplot* akan menampilkan motif titik-titik yang konsisten, seperti pola mengelompok atau sempit. Hasil uji *Scatterplot* dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 1. Hasil Uj Grafik *Scatter Plot*
Sumber: SPSS, diolah, 2024

Berdasarkan temuan uji *Scatter Plot* pada Gambar 1 diatas, grafik memperlihatkan dimana titik-titik tidak membentuk suatu motif teratur dan titiknya tersebar di seputar angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa data tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Dengan demikian, analisis data memenuhi asumsi bahwa data bersifat homoskedastisitas.

Setelah pengujian prasyarat, dilakukan uji korelasi yang bertujuan untuk menganalisis besar atau kuatnya korelasi antara variabel (X) dan (Y). Hubungan kedua variabel diukur menggunakan nilai koefisien korelasi, di mana angka yang mendekati -1 mengindikasikan korelasi yang negatif dan lemah, sedangkan angka yang mendekati 1 mengindikasikan korelasi yang positif dan kuat. Dengan demikian, uji korelasi dapat memberikan gambaran tentang seberapa erat dan arah hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

Variabel	Korelasi	Signifikasi
Penggunaan Aplikasi TikTok Komunikasi Interpersonal Mahasiswa	0,549	0,000

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji korelasi pearson pada Tabel 4 antara variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan variabel komunikasi interpersonal digital mahasiswa (Y) didapatkan angka koefisien korelasi (r) sebesar 0,549. Angka 0,549 yang mendekati satu mengindikasikan adanya korelas kuat antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, hasil uji korelasi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok memberikan dampak yang cukup besar terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa dalam komunikasi digital.

Terakhir, analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Cara menentukan adanya pengaruh yang terjadi

adalah dengan mengkomparasikan angka t hitung dengan t tabel. Jika angka t hitung > t tabel, artinya variabel bebas dianggap memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, jika angka t hitung < t tabel, artinya tidak akan berpengaruh signifikan satu sama lain. Regresi linear sederhana dihasilkan dalam bentuk persamaan Y = a + bX. Dimana, Yialah variabel terikat, a adalah konstanta regresi, dan bX merupakan nilai turunan atau peningkatan variabel bebas.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.
	B	*Std. Error*	Beta		
Constant	33,442	2,628		12,724	0,000
Penggunaan Aplikasi TikTok	0,452	0,037	0,549	12,143	0,000

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Hasil uji yang tercantum pada Tabel 5 menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:
Y = a + bX
Y = 33,442 + 0,452 (X)

Hasil konstanta (a) senilai 33,442 dan angka koefisien regresi variabel penggunaan aplikasi TikTok sebesar 0,452 maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan nilai penggunaan aplikasi TikTok sebesar 1 unit maka nilai variabel Y naik senilai 0,452 unit. Koefisien regresi dari temuan uji regresi di atas adalah positif, menunjukkan ada korelasi positif dari penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan komunikasi interpersonal mahasiswa (Y). Dari temuan uji regresi termuat angka signifikansi sebesar 0,000 kurang dari angka probabilitas sebesar 0,05. Persamaan regresi mengindikasikan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) mempunyai pengaruh yang besar terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa di ruang digital.

Penelitian ini juga menguji koefisien determinasi untuk menilai sejauh mana variasi dalam variabel independen bisa mempengaruhi variasi dalam variabel dependen. Angka koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Jika R = 0, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel

Konstruk	*R Square*	Keterangan
Komunikasi Interpersonal Mahasiswa	0,301	Lemah

Sumber: SPSS, diolah, 2024

Berdasarkan temuan uji koefisien determinasi pada Tabel 6, angka R koefisien korelasi senilai 0,549 dan angka koefisien determinasi R *square* senilai 0,301. Temuan ini menunjukkan sejauh mana faktor-faktor independen secara keseluruhan mempengaruhi variasi variabel dependen. Variabel independen (penggunaan aplikasi TikTok) mampu menjelaskan 30,1% variasi variabel dependen (komunikasi interpersonal digital

mahasiswa), sedangkan 69,9% variasi lainnya dijelaskan oleh faktor variabel dependen diluar penelitian.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya hubungan substansial antara penggunaan aplikasi TikTok dan komunikasi interpersonal digital di kalangan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dari Shannon dan Weaver (1949) dan teori *Social Information Processing* (SIP) dari Joseph Walther (1992). Kedua gagasan tersebut mendukung kesimpulan bahwa media digital, khususnya TikTok, berperan penting dalam mengubah dinamika komunikasi interpersonal mahasiswa di lingkungan digital.

Teori CMC menyoroti bagaimana media digital seperti TikTok menawarkan fitur interaktif, seperti video pendek, yang dapat meningkatkan integrasi informasi dan interaksi sosial. Melalui TikTok, mahasiswa memiliki peluang untuk mengekspresikan identitas diri, berbagi informasi, serta memperkuat hubungan sosial dengan rekan sebaya. Fitur-fitur ini tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga memperkaya dinamika sosial di antara mahasiswa pengguna TikTok.

Di sisi lain, teori *Social Information Processing* (SIP) menekankan bahwa interaksi yang terbentuk melalui media digital dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal. Interaksi TikTok membantu mahasiswa mengembangkan keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Elemen-elemen ini berkembang secara progresif melalui interaksi digital, sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif dan bermakna bahkan tanpa kontak tatap muka.

Hasil uji korelasi memperoleh angka sebesar 0,549 yang mengindikasikan adanya korelasi positif yang cukup besar pada frekuensi penggunaan TikTok dan kualitas interaksi interpersonal mahasiswa. Mahasiswa merasakan interaksi interpersonal digital yang lebih besar ketika mereka lebih sering menggunakan TikTok. Lebih lanjut, hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,301 menunjukkan bahwa penggunaan TikTok menyumbang 30,1% variasi komunikasi interpersonal mahasiswa, dan faktor lainnya yang tidak diteliti sebanyak 69,9%.

Mahasiswa memanfaatkan TikTok untuk berbagai tujuan, seperti mendapatkan informasi terkini, mengekspresikan identitas pribadi, memperkuat hubungan sosial, dan mencari hiburan. Fenomena ini mendukung teori CMC yang menyoroti peran media digital dalam memfasilitasi integrasi informasi dan interaksi sosial. TikTok juga memungkinkan mahasiswa untuk berbagi pengalaman pribadi, memahami perasaan orang lain melalui konten emosional, serta memberikan dukungan sosial melalui komentar atau berbagi konten relevan. Dalam konteks tertentu, platform ini menciptakan kesetaraan karena setiap pengguna memiliki peluang yang sama untuk berpartisipasi dalam percakapan.

Pengaruh positif TikTok terhadap komunikasi interpersonal digital mahasiswa ULM konsisten dengan temuan sebelumnya. Ade Rosdiana dan Nurnazmi menemukan bahwa TikTok tidak hanya memberikan informasi terkini kepada penggunanya, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam berkomunikasi. Secara keseluruhan, TikTok

menjadi alat komunikasi yang mendukung pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal mahasiswa sekaligus memperkuat hubungan sosial mereka di ruang digital.

PENUTUP

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa aplikasi TikTok mempunyai dampak signifikan terhadap komunikasi interpersonal digital mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM). Penggunaan TikTok dapat meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa dalam lingkungan digital seperti sikap saling terbuka, berempati, rasa positif, sikap mendukung, dan rasa kesetaraan antar mahasiswa. Meskipun TikTok memiliki dampak yang besar, ada faktor lain yang lebih berpengaruh dalam membentuk komunikasi interpersonal digital mahasiswa.

Berdasarkan kesimpulan, peneliti memiliki beberapa saran berkaitan dengan penggunaan aplikasi TikTok dan komunikasi interpersonal mahasiswa. Pertama, pihak ULM dapat memanfaatkan TikTok sebagai media pembelajaran inovatif dengan mendorong mahasiswa untuk memproduksi konten edukatif yang relevan. Langkah ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan mahasiswa, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi interpersonal mereka melalui kolaborasi kreatif. Kedua, pengembang TikTok disarankan untuk memperkenalkan lebih banyak fitur edukatif yang mendukung komunikasi sehat dan produktif, disertai peningkatan keamanan dan privasi pengguna. Ketiga, peneliti selanjutnya diharapkan mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi komunikasi interpersonal mahasiswa, mengingat sebagian besar variasi dalam penelitian ini tidak dijelaskan oleh penggunaan TikTok saja.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. (2017). Kualitas Hubungan Antar Pribadi Konselor Dalam Konseling Realitas. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan dan Konseling Islami*, 101-113.

Abubakar, F. (2015). Pengaruh Komunikasi Interpersonal antara Dosen dan Mahasiswa Terhadap Motivasi Belajar dan Prestasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Pekommas*, 53-62.

Aisah, D. D., & Prasetyawati, Y. R. (2018). Pengaruh Konten Dan Gaya Komunikasi Di Platform Konsultasi Berbasis Online @Ibunda_Id Terhadap Brand Awareness. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29-38.

Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. 433.

Akbar, d. (2023). Experimental Reseacrch Dalam Metodologi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9*(2), 466.

Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation.* Jakarta: PT. Elex Media Kompitundo Kompas Gramedia.

Budiarti, d. (2022). Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi Pada Aplikasi TikTok dan Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) 2022*, (pp. 501-508). Surabaya.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana, 9*(1), 140-157. doi:https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79

Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295-336.

Dalimunthe, M. A., Djuniardi, R., & Siswanda, D. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadapperubahan Pola Komunikasi. *Jurnal Hukum Islam dan Humaniora*, 67-76.

Darmawan, A. K., & dkk. (2022). *Sosial Media Analytics Konsep dan Penerapannya dengan Rapid Miner/Orange.* Banten, Indonesia: Ikatan Penerbit Indonesia.

Darmawan, C. S. (2019). Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja dalam Penggunaan Media Sosial di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 951-952.

Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 77-83.

DeVito, J. A. (2018). *Human Communication: The Basic Course (14 ed.).* New York: Pearson.

Fahmi, M. (2022, Desember 12). *Pengaruh TikTok Terhadap Standar Kehidupan Remaja*. Retrieved from Kumparan.com: https://m.kumparan.com/muhammad-fahmi

Fajrie, M. (2018). Gaya Komunikasi Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah. *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication, 2*(1), 53-76. doi:https://doi.org/10.18326/inject.v2i1.

Fatimatuzzahro, F., & Achmad, Z. (2022). What If It Was You (#WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 450-465.

Febriantina, W. W. (2023, April 5). *Konten TikTok Jadi Standar Hidup: Masa Bahagia Saja Harus Mengekor Orang Lain?* Retrieved from Mojok.co: https://www.google.com/amp/s/mojok.co

Gandhi, G. (2022, Agustus 14). *Indonesia Masuk 10 Besar Pengunduh Aplikasi WhatsApp di Kuartal Kedua 2022*. Retrieved from tekno.tempo.co: https://tekno.tempo.co/read/1622551/indonesia-masuk-10-besar-pengunduh-aplikasi-whatsapp-di-kuartal-kedua-2022

Ganesha, F. (2023). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Komunikasi Interpersonal Lingkungan Sekitar Mahasiswa FISIP UNPAS. *Skripsi*.

Hadi, I. P., Wahjudianata, & Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa.* Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

Hakim, L. (2023, November 14). *Antara Inspirasi dan Ketergantungan: Dampak Standar Tiktok pada Generasi Z*. Retrieved from Komunikasi & Penyiaran Islam, IAIN Parepare: https://kpi.iainpare.ac.id/2023/11/antara-inspirasi-dan-ketergantungan.html

Henslin, J. M. (2006). *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi.* Jakarta: Erlangga.

Hikmawati, A. S. (2021). Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang. . *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1-11.

Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Husna, N. (2017). Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *LIBRIA*, 183-196.

Ibrahim, A. M., & A.Pate, U. (2020). Resensi Buku: "Memahami Media Baru", Edisi ke-2 (2018) oleh Eugenia Siapera. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 227-231.

Ilahin, N. (2022). Pengaruh Pengunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida': Media Komunikasi Hasil Penelitian Pendidikan Guru Madrasah Ibtidayah*, 112-119.

Institut Teknologi & Bisnis PalComTech. (2023, Desember 11). *Founder TikTok Zhang Yiming*. Retrieved from Institut Teknologi & Bisnis PalComTech: https://palcomtech.ac.id/founder-tiktok-zhang-yiming/

Junaedi, F. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi.* Jakarta: ASPIKOM.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.

Kartika, R., & Irianni, N. (2018). Hubungan Penggunaan Emoticon Pada Blackberry Messenger Dengan Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Ilmu dan Budaya* , 6775-6796.

Keraf, G. (2006). *Diksi dan Gaya Bahasa.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Khairuni, N. (2016, Januari). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi, 2*(1).

Lamirin, & Suryanti. (2021). Penggunaan dan Pemahaman Emoji Whattsap di Kalangan Guru. *Jotika Journal in Education*, 25-28.

Littejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication.* Jakarta: Salemba Humanika.

Maghfiroh, N. (2018). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal.* Sidoarjo.

Malimbe, A., & dkk. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1-10.

Mc Quail, D. (2010). *Mass Communication Theory (6th ed.).* SAGE Publications.

Muchlis, S. M. (2020). Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020. *International Journal of Educational Resource, 1*(2), 102-115.

Mulyana, D., & Gembirasari. (2005). *Human Communication Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss Pengantar Dr. Deddy Mulyana, M.A.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pratama, A. N. (2023). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tik Tok. *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 775-786.

Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital.* Medan: Guepedia.

Prosenjit, G. &. (2021). An Unusual Case Of Video App Addiction Presenting As Withdrawal Psychosis. *International Journal of Recent Scientific Reserach*.

Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Kelompok Masyarakat. *Global Komunika*, 18-29.

Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 58-70.

Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: Rosdakarya.

Ramadhani, A. L. (2023). Pengaruh Konten Akun TikTok @Handmadeshoesby Terhadap Perilaku Konsumtif Perempuan di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 1002-1015.

Resi, M. Z. (2022). *Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Pada Akun @Basyaman00.* Bengkulu: Universitas Fatmawati Sukarno.

Risanto, R. (2023, Mei 27). *Sudah Tahu Belum? Ini Loh 9 Negara Pengguna Aplikasi WhatsApp Terbesar di Dunia*. Retrieved from Disway.id: https://disway.id/read/704135/sudah-tahu-belum-ini-loh-9-negara-pengguna-aplikasi-whatsapp-terbesar-di-dunia#google_vignette

Rosdiana, A., & Nurnazmi. (2021). Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timurkecamatan Raba Kota Bima. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 100-109.

Sagara, R. A., Mahendra, D., Pamungkas, T. S., & Fariha, N. F. (2024). Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Ekspresi Emosi Masyarakat Dewasa Di Kabupaten Karanganyar,Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 107-111.

Salim, M., Suprantio, S., Marta, R. F., Hariyanti, N., & Amali, M. T. (2023). Intensitas Mengakses Aplikasi TikTok dan Pengaruhnya Terhadap Komunikasi Interpersonal Remaja. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 13-24.

Sambas., d. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Anak Usia Sekolah. *Jurnal Pendidikan Hukum, Politik, dan Kewarganegaraan*, 47-56.

Saputra, E. T., Rasimin, & Aminah, S. (2023). Pengaruh Lingkungan Sosial Disekolah Terhadap Gaya Komunikasi Siswa Di Sma Negeri 11 Kota Jambi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 3*(3).

Sari, O. V. (2024). Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Pada Media Sosial Tiktok Dalam Dunia Virtual. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 6*(2).

Sarmiati. (2019). *Komunikasi Interpersonal.* Malang: CV IRDH.

Silvia, M. D. (2022). Application of Computer-Mediated Communication Theory in Online Learning. *Jurnal Komunikasi Indonesia, 11*(6). doi:10.7454/jkmi.v11i2.1032

Siregar, R. P., Mahadian, A. B., & Adim, A. K. (2021). Pengaruh Penggunaan Emoji Terhadap Persepsi Komunikan Atas Umpan Balik Negatif Pada Whatsapp. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 244-251.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suranto, A. (2011). *Komunikasi interpersonal.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutanto. (2013). *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi.* Jakarta: Erlangga.

Swarna, M. F., Sabarudin, A. P., Bilqis, T. D., & Anwar, I. I. (2024). Pengaruh Emoji Whatsapp: Analisa Penerimaan Pesan Komunikasi Remaja Di Universitas Djuanda Bogor. *Karimah Tauhid*, 1608-1626.

Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa.* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Thurlow, e. a. (2004). *Computer Mediated Communications: Social Interactions and The Internet.* California: SAGE Publications.

Togi. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 70-80.

Universitas Lambung Mangkurat. (2024). *Universitas Lambung Mangkurat Waja Sampai Kaputing*. Retrieved from Profil Universitas Lambung Mangkurat: https://ulm.ac.id/id/

Utomo, H. N., & Yuliana, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Jejaring Tiktok Terhadap Moralitas Dan Etika Mahasiswa. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 50-60.

Wahyuningtias, D. D., Naryoso, A., & Lestari, S. B. (2015, Agustus). Pengaruh Frekuensi Akses Bbm, Path, Facebook Terhadap Intensitas Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Ilmiah S1 Ilmu Komunikasi, 3*(3).

Walther, J. (2011). *Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. The Handbook of Interpersonal Communication.*

West, R. &. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi.* Jakarta: Selemba Humainika.

Widjaja, H. (2000). *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi.* Jakarta: Rineka Cipta.

Wijoyo, S. G. (2023). Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat. *DARUNA: Journal of Communication*, 109-114.
Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Grasindo.