

## TikTok Usage Intensity and Social Interaction of Islamic Communication Students at UIN Batusangkar

Azizah Hamid, Marhen

UIN Mahmud Yunus Batusangkar  
azizahamid@uinmybatusangkar.ac.id

DOI: 10.31958/kinema.v5i1.17024

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 2026-05-22

Revised: 2026-05-26

Accepted: 2026-06-02

#### Keywords:

TikTok usage intensity  
social interaction  
Uses and Gratifications  
Theory  
KPI students  
UIN Mahmud Yunus  
Batusangkar

### ABSTRACT

This study examines the relationship between TikTok usage intensity and social interaction of Islamic Communication and Broadcasting (KPI) students at UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Preliminary observation of 72 students revealed that 100% use TikTok actively, 93.1% access it more than three hours daily, and 95.8% acknowledge that their social interaction has been disrupted by excessive use. This study employed a quantitative correlational descriptive approach. The population comprised 291 active KPI students who were also active TikTok users; 74 respondents were selected via simple random sampling using Slovin's formula. Data were collected through a four-point Likert-scale questionnaire validated via Pearson Product Moment ( $r\text{-table} = 0.349$ ,  $\alpha = 5\%$ ), yielding 9 valid items for Variable X and 19 valid items for Variable Y, with Cronbach's Alpha of 0.807 and 0.924 respectively. Kolmogorov-Smirnov normality testing confirmed non-normal data distribution, necessitating Spearman's rank correlation. Results revealed a significant negative correlation ( $\rho = -0.244$ ,  $p = 0.036$ ), indicating that higher TikTok usage intensity is associated with lower social interaction quality among students. Variable X scored high overall (grand mean = 3.12), with immersion (penghayatan) as the highest dimension (3.31; Very High). Variable Y also scored high (grand mean = 2.79). These findings confirm that intensive TikTok use competes with face-to-face engagement and may reduce interpersonal interaction quality.

### PENDAHULUAN

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang berkembang paling pesat secara global. Rata-rata waktu penggunaan TikTok mencapai 34 jam per bulan, melampaui YouTube (28 jam), Facebook (19 jam), dan Instagram (16 jam). TikTok menawarkan konten video berdurasi 15–60 detik yang dikurasi melalui algoritma berbasis preferensi pengguna, sehingga secara psikologis mampu mempertahankan keterlibatan pengguna dalam durasi yang panjang (Yasyfi, 2024; Social, W. A., & Meltwater, 2024).

Namun, intensitas penggunaan TikTok yang tinggi membawa konsekuensi tersendiri terhadap interaksi sosial. Interaksi yang terbangun di TikTok bersifat instan dan cenderung dangkal, yang dalam jangka panjang dapat memengaruhi cara individu berinteraksi di dunia nyata. Mahasiswa yang terlalu sering menggunakan TikTok berisiko mengalami keterasingan dari lingkungan sosial nyata, karena interaksi digital satu arah tidak dapat menggantikan interaksi sosial yang autentik dan mendalam (Yasyfi, 2024). Kondisi ini sejalan dengan laporan Social

Media Addiction Statistics (2025) yang mengategorikan penggunaan lebih dari tiga jam per hari sebagai penggunaan berisiko tinggi, yang terkait dengan peningkatan depresi, kecemasan, dan penurunan kualitas relasi sosial.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Mahmud Yunus Batusangkar merupakan kelompok yang relevan untuk dikaji, mengingat latar belakang akademiknya berkaitan langsung dengan bidang komunikasi, media digital, dan interaksi sosial. Hasil observasi awal melalui kuesioner prapenelitian kepada 72 mahasiswa KPI menunjukkan bahwa 100% responden menggunakan TikTok secara aktif. Sebanyak 93,1% mengakses TikTok lebih dari 3 jam per hari, 81,9% mengaku lebih fokus scrolling TikTok ketika sedang bersama teman, dan 95,8% merasa interaksi sosial mereka terganggu akibat penggunaan TikTok yang berlebihan. Temuan ini menunjukkan adanya kemungkinan pergeseran pola interaksi sosial di lingkungan kampus yang perlu dikaji secara empiris.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Solihah (2024) menemukan bahwa penggunaan TikTok berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensitas interaksi sosial mahasiswa, sementara Sari dan Asri (2023) menemukan bahwa intensitas TikTok yang tinggi menyebabkan siswa kurang peduli terhadap lingkungan sekitar dan memicu penurunan partisipasi interaksi. Kurniawan et al. (2024) menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh ganda—positif maupun negatif—bergantung pada intensitas dan tujuan penggunaannya. Di tingkat lokal, Yulianti dan Okditazeini (2024) mendokumentasikan respons mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar terhadap konten dakwah Islam di TikTok dan menemukan bahwa platform ini telah menjadi saluran komunikasi yang dominan di kalangan mahasiswa kampus. Al Harist dan Lani (2024) juga menemukan pergeseran nilai-nilai budaya dalam komunikasi remaja yang menggunakan TikTok di Jorong Mungka Tengah, Tanah Datar, menunjukkan dampak nyata TikTok terhadap pola interaksi sosial komunitas lokal Minangkabau. Inkonsistensi temuan ini, ditambah belum adanya penelitian spesifik pada konteks mahasiswa KPI UIN Mahmud Yunus Batusangkar, menjadi kesenjangan penelitian yang hendak dijawab oleh studi ini.

Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications (U&G) dari Katz, Blumler, dan Gurevitch sebagai kerangka analisis intensitas penggunaan TikTok, yang menegaskan bahwa individu menggunakan media secara aktif dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga intensitas penggunaan dapat dianalisis melalui aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi (Widiastuti, 2013). Untuk variabel interaksi sosial, penelitian ini bersandar pada teori Soekanto (2012) yang membagi interaksi sosial ke dalam dua komponen utama: kontak sosial dan komunikasi. Pertanyaan penelitian utama adalah: bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan TikTok terhadap interaksi sosial mahasiswa KPI UIN Mahmud Yunus Batusangkar?

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional deskriptif, bertujuan mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan TikTok (Variabel X) dan interaksi sosial mahasiswa (Variabel Y) melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Mahmud Yunus Batusangkar dari bulan April hingga November 2025.

Populasi penelitian adalah 291 mahasiswa aktif KPI UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang tercatat pada semester ganjil per 3 November 2025 sekaligus merupakan pengguna aktif TikTok. Berdasarkan observasi awal, seluruh mahasiswa KPI (100%) terbukti menggunakan

TikTok, sehingga seluruh populasi aktif memenuhi kriteria penelitian. Menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, jumlah sampel minimal yang diperlukan dihitung sebesar 74 responden. Teknik simple random sampling diterapkan, memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert empat poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju). Instrumen Variabel X mengukur intensitas penggunaan TikTok melalui empat aspek berdasarkan teori U&G: Perhatian, Penghayatan, Durasi, dan Frekuensi. Instrumen Variabel Y mengukur interaksi sosial melalui dua aspek berdasarkan teori Soekanto (2012): Kontak Sosial (percakapan, kontak mata, saling memahami, dan kerjasama) serta Komunikasi (keterbukaan, empati, dukungan, dan rasa positif).

Validasi instrumen dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan 32 mahasiswa uji coba di luar sampel utama ( $r\text{-tabel} = 0,349$ ,  $\alpha = 5\%$ ). Dari 12 butir awal Variabel X, 9 butir dinyatakan valid (butir X3, X6, dan X8 gugur). Dari 24 butir awal Variabel Y, 19 butir dinyatakan valid (butir Y1, Y5, Y9, Y10, dan Y19 gugur). Sebagai catatan metodologis, butir Y22 menunjukkan  $r\text{-hitung} = -0,643$  yang mengindikasikan ambiguitas arah pengukuran; meski demikian, butir ini dipertahankan mengingat tingginya reliabilitas keseluruhan skala. Reliabilitas instrumen dinilai menggunakan Cronbach's Alpha:  $\alpha = 0,807$  (Variabel X) dan  $\alpha = 0,924$  (Variabel Y)—keduanya melampaui ambang minimum 0,70.

Analisis data mencakup statistik deskriptif menggunakan grand mean dengan empat kategori interval (3,26–4,00 = Sangat Tinggi; 2,51–3,25 = Tinggi; 1,76–2,50 = Rendah; 1,00–1,75 = Sangat Rendah), uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji linearitas, dan uji hipotesis. Karena hasil uji normalitas mengkonfirmasi distribusi tidak normal ( $p < 0,05$ ), korelasi Spearman Rank ( $\rho$ ) diterapkan sebagai uji inferensial non-parametrik utama. Seluruh analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 27.

## HASIL DAN DISKUSI

### Profil Responden

Dari 74 responden, 20 berjenis kelamin laki-laki (27,0%) dan 54 perempuan (73,0%). Responden berasal dari berbagai angkatan (2022, 2023, 2024, dan 2025), dengan dominasi dari angkatan 2022. Dominasi responden perempuan konsisten dengan tren umum bahwa mahasiswi cenderung lebih aktif menggunakan media sosial berbasis visual (Amruddin, 2022). Seluruh responden merupakan mahasiswa aktif yang terlibat langsung dalam proses perkuliahan dan kegiatan akademik di lingkungan kampus.

### Intensitas Penggunaan TikTok (Variabel X)

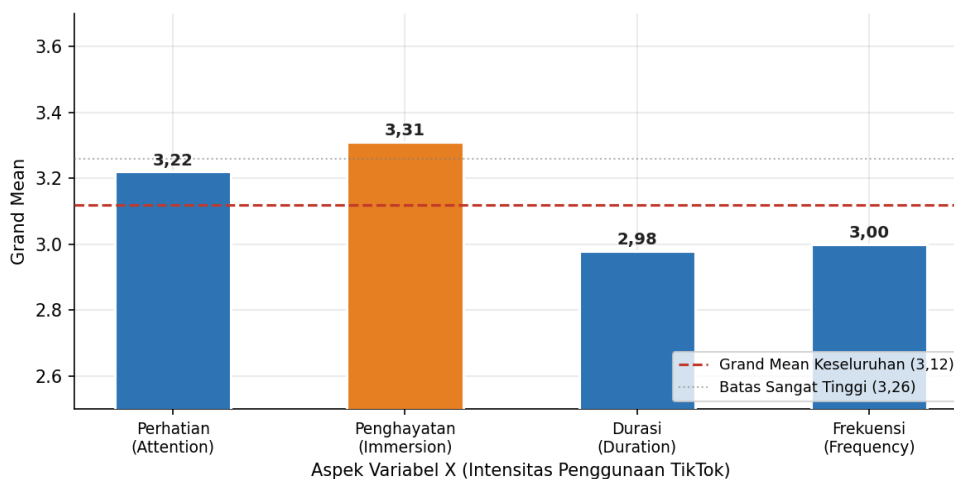
Variabel X dianalisis melalui empat aspek berdasarkan teori Uses and Gratifications. Grand mean keseluruhan adalah 3,12, berkategori tinggi. Tabel 1 dan Gambar 1 menyajikan nilai grand mean per aspek.

Tabel 1. Nilai Grand Mean Variabel X (Intensitas Penggunaan TikTok)

Aspek Intensitas Penggunaan TikTok	Grand Mean	Kategori
Perhatian (Attention)	3,22	Tinggi
Penghayatan (Immersion)	3,31	Sangat Tinggi

Durasi (Duration)	2,98	Tinggi
Frekuensi (Frequency)	3,00	Tinggi
<b>Keseluruhan (Variabel X)</b>	<b>3,12</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025



Gambar 1. Grand Mean Per Aspek Variabel X (Intensitas Penggunaan TikTok)

Aspek penghayatan memperoleh nilai tertinggi ( $M = 3,31$ ; Sangat Tinggi), menunjukkan bahwa mahasiswa tidak sekadar menonton konten TikTok secara pasif, melainkan terlibat secara kognitif dan emosional yang mendalam—merasakan berbagai emosi dan merasa relate dengan isi konten. Tingginya penghayatan ini mengindikasikan bahwa TikTok berhasil memanfaatkan desain algoritmik berbasis preferensi untuk membangun keterlibatan emosional yang intens. Aspek perhatian ( $M = 3,22$ ; Tinggi) menunjukkan bahwa mahasiswa mencurahkan fokus dan konsentrasi yang signifikan, terutama saat merasa bosan—selaras dengan teori U&G bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan pengalihan (Widiastuti, 2013). Aspek frekuensi ( $M = 3,00$ ; Tinggi) mengkonfirmasi TikTok telah menjadi bagian dari rutinitas digital harian, dan aspek durasi ( $M = 2,98$ ; Tinggi) mengkonfirmasi penggunaan dalam rentang waktu lebih dari tiga jam sehari.

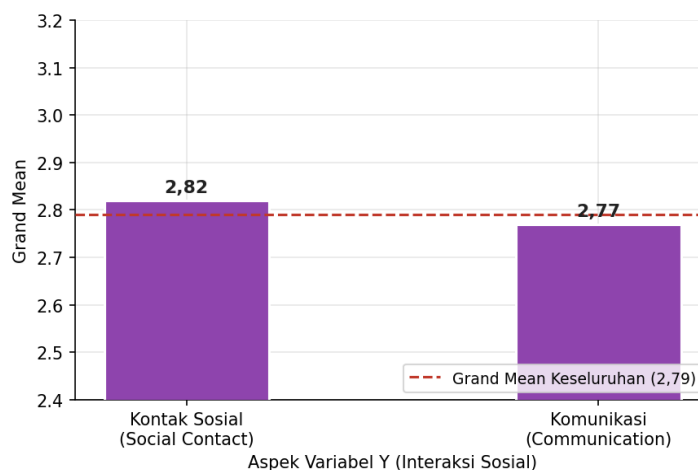
### Interaksi Sosial (Variabel Y)

Variabel Y dianalisis melalui dua aspek berdasarkan teori Soekanto. Grand mean keseluruhan adalah 2,79, berkategori tinggi. Tabel 2 dan Gambar 2 menyajikan hasil per aspek.

Tabel 2. Nilai Grand Mean Variabel Y (Interaksi Sosial)

Aspek Interaksi Sosial	Grand Mean	Kategori
Kontak Sosial (Social Contact)	2,82	Tinggi
Komunikasi (Communication)	2,77	Tinggi
<b>Keseluruhan (Variabel Y)</b>	<b>2,79</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025



Gambar 2. Grand Mean Per Aspek Variabel Y (Interaksi Sosial)

Aspek kontak sosial memperoleh grand mean 2,82 (Tinggi). Pernyataan tertinggi dalam dimensi ini adalah kecenderungan menghindari kontak mata saat berbicara karena terlalu fokus pada TikTok ( $M = 3,26$ ), yang mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok berpotensi mengganggu kualitas interaksi tatap muka. Kontak mata merupakan elemen penting komunikasi interpersonal yang berfungsi sebagai indikator perhatian dan keterbukaan (Soekanto, 2012). Aspek komunikasi memperoleh grand mean 2,77 (Tinggi), mencerminkan kecenderungan mahasiswa menyampaikan pendapat atau perasaan melalui media digital daripada secara langsung.

### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov (Sig.)	Distribusi
Intensitas Penggunaan TikTok (X)	0,035	Tidak Normal
Interaksi Sosial (Y)	0,000	Tidak Normal

Sumber: Output SPSS, 2025

Kedua variabel mengkonfirmasi distribusi tidak normal ( $p < 0,05$ ). Oleh karena itu, uji korelasi Spearman ( $\rho$ ) diterapkan sebagai uji inferensial non-parametrik yang tepat (Sugiyono, 2019).

### Uji Korelasi Spearman

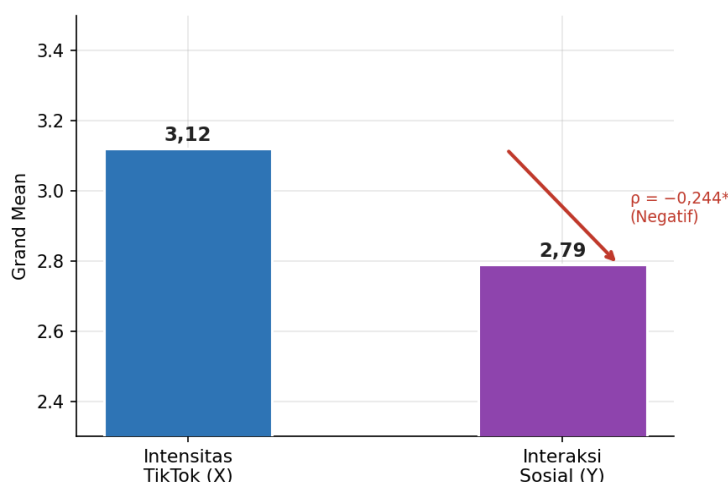
Hasil uji korelasi Spearman disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Spearman

	Intensitas TikTok (X)	Interaksi Sosial (Y)
Koefisien Korelasi ( $\rho$ )	1,000	<b>-0,244*</b>
Sig. (2-tailed)	—	0,036
N	74	74

\* Korelasi signifikan pada taraf 0,05 (2-tailed)

Tabel 4 menunjukkan koefisien korelasi Spearman  $\rho = -0,244$  dengan signifikansi  $p = 0,036 < 0,05$ . Nilai korelasi yang negatif dan signifikan mengkonfirmasi bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin rendah kualitas interaksi sosial mahasiswa. Hipotesis nol ( $H_0$ : tidak ada hubungan signifikan) ditolak; hipotesis alternatif ( $H_a$ : terdapat hubungan signifikan antara intensitas TikTok dan interaksi sosial) diterima. Meskipun kekuatan hubungan tergolong lemah, arahnya yang konsisten memberikan konfirmasi empiris terhadap temuan observasi awal. Gambar 3 menyajikan perbandingan grand mean kedua variabel beserta notasi arah korelasi.



Gambar 3. Perbandingan Grand Mean X dan Y dengan Arah Korelasi Negatif ( $\rho = -0,244$ )

### Diskusi

Arah hubungan yang negatif memiliki implikasi penting: setiap peningkatan intensitas penggunaan TikTok diikuti oleh kecenderungan penurunan kualitas interaksi sosial mahasiswa. Hal ini dapat dijelaskan melalui perspektif teori U&G: ketika mahasiswa secara intensif menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan emosional, waktu dan energi psikologis yang seharusnya digunakan untuk interaksi sosial langsung dialihkan ke platform digital. Katz, Blumler, dan Gurevitch menegaskan bahwa media bersaing dengan aktivitas sosial lainnya dalam memenuhi kebutuhan individu (Widiastuti, 2013); dalam konteks ini, TikTok berfungsi sebagai substitusi pemenuhan kebutuhan sosial mahasiswa, sehingga mengurangi frekuensi dan kualitas interaksi tatap muka.

Tingginya nilai aspek penghayatan ( $M = 3,31$ ) menjadi variabel penjelas yang krusial: keterlibatan kognitif dan emosional yang mendalam terhadap konten TikTok mengalihkan perhatian mahasiswa dari lingkungan sosial langsungnya. Fenomena ini dipertegas oleh Sari dan Asri (2023) yang menemukan bahwa penggunaan TikTok secara intens menjadikan individu lebih reaktif terhadap stimulus digital dibanding stimulus sosial langsung, serta Suryani dan Yuliadi (2022) yang mencatat perubahan pola interaksi sosial remaja akibat media sosial. Di konteks lokal yang sangat relevan, Al Harist dan Lani (2024) mendokumentasikan pergeseran nilai-nilai budaya dalam komunikasi remaja yang menggunakan TikTok di Jorong Mungka Tengah, Tanah Datar, mengkonfirmasi bahwa platform ini mampu mengubah pola interaksi yang telah mapan dalam komunitas Minangkabau. Rozi dan Mastanora (2025) juga menemukan bahwa meski TikTok efektif sebagai media penyebaran konten Islam, pola keterlibatan audiens cenderung reseptif-pasif dibanding interaktif-langsung—konsisten dengan pola penurunan kualitas interaksi tatap muka yang teramati dalam penelitian ini. Mahasiswa KPI yang dituntut memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang tinggi

sebagai calon komunikator justru menunjukkan penurunan kualitas kontak langsung seiring meningkatnya intensitas penggunaan TikTok.

Temuan ini berbeda dari Solihah (2024) yang menemukan pengaruh positif TikTok terhadap intensitas interaksi sosial, dan Harahap et al. (2024) yang melaporkan korelasi positif antara media sosial dan interaksi sosial. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh fokus pengukuran yang berbeda: penelitian ini secara spesifik mengukur **kualitas** interaksi tatap muka yang terdampak, bukan sekadar kuantitas interaksi secara umum. Konteks institusional yang spesifik—mahasiswa komunikasi yang berinteraksi di lingkungan akademik dengan tuntutan kompetensi interpersonal yang tinggi—juga menjadi faktor pembeda yang penting.

## KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan adanya hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan interaksi sosial mahasiswa KPI UIN Mahmud Yunus Batusangkar ( $\rho = -0,244$ ;  $p = 0,036$ ), meskipun kekuatan hubungannya tergolong lemah. Intensitas penggunaan TikTok berada pada kategori tinggi (grand mean = 3,12), dengan aspek penghayatan sebagai dimensi tertinggi ( $M = 3,31$ ; Sangat Tinggi), mengkonfirmasi bahwa TikTok berhasil membangun keterlibatan kognitif dan emosional yang mendalam. Interaksi sosial mahasiswa juga berada pada kategori tinggi (grand mean = 2,79), namun dengan nilai yang lebih rendah, mengisyaratkan penurunan kualitas interaksi tatap muka yang konsisten.

Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan pengembang platform: pola penggunaan media sosial yang intensif perlu dikelola secara bijak agar tidak menghambat pengembangan kompetensi komunikasi interpersonal, khususnya bagi mahasiswa KPI sebagai calon komunikator dan praktisi media. Institusi disarankan mengintegrasikan literasi digital dan etika bermedia sosial ke dalam kurikulum atau kegiatan kemahasiswaan. Penelitian ini dibatasi oleh desain cross-sectional, fokus pada satu program studi, dan catatan metodologis terkait butir Y22. Penelitian mendatang disarankan menggunakan pendekatan mixed-method, menambahkan variabel moderating seperti tipe kepribadian atau motivasi penggunaan, serta memperluas cakupan pada program studi atau institusi lain untuk meningkatkan generalisabilitas temuan.

## REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Al Harist, M. Q., & Lani, O. P. (2024). Pergeseran nilai-nilai budaya dalam komunikasi pada remaja Jorong Mungka Tengah menggunakan aplikasi TikTok. *KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, 3(1), 79–95. <https://doi.org/10.31958/kinema.v3i1.13015>
- Amruddin. (2022). Metodologi penelitian: Kuantitatif dan kualitatif. Media Sains Indonesia.
- Andung, P. A. (2024). Sosiologi komunikasi. Scopindo Media Pustaka.
- Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap gratifikasi penggunaannya. *ProMEDIA*, 7(1), 1–15.
- Harahap, H. R., Turmuzi, A., & Manik, C. R. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial dikalangan mahasiswa. *Al-Hikmah*, 15(1), 1–12.

- Hasiholan, P. (2020). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di Indonesia untuk mencegah Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–10.
- Kurniawan, F., dkk. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial dikalangan remaja. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1–14.
- Madhani, L. M., Bella Sari, I., & Shaleh, M. I. (2021). Dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku islami mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 1–12.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online TikTok terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa sosiologi. *Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Pebrimireni, D., & Fauziya, D. S. (2024). Analisis penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia dalam upaya peningkatan motivasi belajar siswa. *Jurnal Bima*, 2(3), 169–178.
- Qadir, A. (2024). Media sosial: Definisi, sejarah, dan jenis-jenisnya. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 1–15.
- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran media sosial dalam dinamika sosial masyarakat kontemporer. *Komunikasi Digital dan Penyiaran Islam*, 1(2), 26–35.
- Rozi, & Mastanora, R. (2025). Analisis konten pada akun TikTok @Story' Islam perspektif dakwah. *KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, 4(2), 78–91. <https://doi.org/10.31958/kinema.v4i2.16546>
- Sari, S. C. K., & Asri, D. N. (2023). Dampak media sosial TikTok terhadap interaksi sosial siswa SMPN 2 Balong. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Sosial*, 3(2), 1–14.
- Social, W. A., & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. We Are Social.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi suatu pengantar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Solihah, S. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap intensitas interaksi sosial di kalangan mahasiswa Tadris IPS UIN Jakarta [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, L. Y., & Yuliadi, I. (2022). Peran media sosial TikTok terhadap perubahan pola interaksi sosial remaja. *Ilmu Sosial*, 1(5), 1–12.
- The Lanier Law Firm. (2025). *Social media addiction statistics*. The Lanier Law Firm.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Widiastuti, T. (2013). *Teori komunikasi 2*. Penerbit Universitas Bakrie.
- Yasyfi, S. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan melakukan perbandingan sosial pada remaja di Kota Bogor [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Yulianti, N. E., & Okditazeini, V. (2024). Respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dalam menanggapi konten dakwah Islam di media sosial TikTok. *KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, 3(2), 107–120. <https://doi.org/10.31958/kinema.v3i2.14031>