

## PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI REMAJA DI KOTA BATAM

Encah Herlina<sup>1</sup>, Riswandi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam  
email: [pb211110058@upbatam.ac.id](mailto:pb211110058@upbatam.ac.id)

### ABSTRACT

*The use The rapid growth of TikTok as a social media platform has significantly influenced communication patterns among adolescents in the digital era. TikTok is not only used for entertainment but also serves as a medium for self-expression and social interaction, which may shape users' communication styles. This study aims to examine the effect of TikTok usage on adolescents' communication styles in Batam City. The research employed a quantitative approach using a survey method. A total of 100 respondents aged 11–21 years were selected through simple random sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression with SPSS version 25. The results indicate that TikTok usage has a positive and significant effect on adolescents' communication styles, with a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.490 suggests that TikTok usage accounts for 49% of the variance in adolescents' communication styles, while the remaining 51% is influenced by other factors. These findings support the Uses and Gratifications Theory, which emphasizes active media use to fulfill communication needs.*

**Keywords:** TikTok, Social Media, Communication Style, Adolescents

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi sosial. Kehadiran media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern karena memungkinkan proses komunikasi berlangsung secara cepat, luas, dan interaktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas dan relasi sosial, khususnya bagi remaja sebagai generasi digital native (McQuail, 2011; Rorong, 2019).

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. Platform ini menawarkan konten audiovisual singkat yang bersifat kreatif,

interaktif, dan mudah diakses, sehingga menarik minat pengguna dari berbagai kalangan usia, terutama remaja. Karakteristik TikTok yang menonjolkan visual, musik, dan tren viral menjadikannya media yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memengaruhi pola komunikasi dan ekspresi diri penggunanya (Omar & Dequan, 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Berdasarkan data yang digunakan dalam skripsi ini, pada tahun 2022 Indonesia menempati peringkat kedua dunia dengan jumlah pengguna aktif mencapai sekitar 99,1 juta pengguna. Tingginya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki posisi strategis dalam lanskap media sosial di Indonesia dan berpotensi memberikan pengaruh sosial yang luas (We Are Social, 2022).



Gambar 1. 1 Demografi Pengguna Tiktok Indonesia

Ditinjau dari aspek demografis, pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda. Sebagaimana ditunjukkan pada data demografi pengguna TikTok Indonesia, sebanyak 76% pengguna berada pada rentang usia 18–34 tahun, dengan distribusi terbesar pada usia 18–24 tahun sebesar 40% dan 25–34 tahun sebesar 37%. Sementara itu, kelompok usia 13–17 tahun mencapai 13%, usia 35–44 tahun sebesar 8%, dan usia di atas 45 tahun hanya sekitar 3%. Data ini menegaskan bahwa TikTok merupakan platform yang sangat lekat dengan kehidupan remaja dan dewasa muda We Are Social, 2022.

Dominasi pengguna usia muda tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam memengaruhi gaya komunikasi remaja. Pola komunikasi yang berkembang cenderung bersifat visual, singkat, dan simbolik, serta dipengaruhi oleh tren dan budaya populer digital. Remaja memanfaatkan TikTok sebagai sarana mengekspresikan diri, membangun citra sosial, dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya melalui fitur komentar, tanda suka, dan berbagi konten (Nesi & Prinstein, 2015).

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa media sosial TikTok mendorong remaja untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan tren yang berkembang di platform tersebut. Sari (2024) menjelaskan bahwa TikTok berkontribusi terhadap perubahan gaya komunikasi remaja, khususnya dalam pemilihan bahasa, intonasi, serta simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya komunikasi yang terbentuk melalui media sosial ini kemudian terbawa ke dalam interaksi di dunia nyata.

Kota Batam sebagai salah satu kota besar dan berkembang dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji fenomena ini. Remaja di Kota Batam memiliki akses luas

terhadap teknologi digital dan media sosial, termasuk TikTok, sehingga memungkinkan terjadinya perubahan gaya komunikasi yang dipengaruhi oleh konten digital. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi remaja di Kota Batam masih relatif terbatas.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disampaikan maka penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana penggunaan media sosial TikTok terhadap Gaya Komunikasi Remaja di Kota Batam.

## 1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Remaja di Kota Batam. Mengingat populasi remaja kota batam terlalu besar 309,710 jiwa jadi peneliti membatasi populasi di kecamatan Batam Kota.

## 1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi remaja di Kota Batam?

## 1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya komunikasi remaja di Kota Batam

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Manfaat Akademis

1. Dapat memperkaya kajian teori komunikasi, perilaku sosial, dan psikologi perkembangan remaja.
2. Dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas fenomena media sosial dalam konteks perubahan perilaku sosial pada kalangan remaja.

### 1.6.2 Manfaat Praktik

1. Dapat memberikan wawasan kepada orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan mengenai dampak penggunaan TikTok terhadap perkembangan komunikasi dan interaksi sosial remaja.
2. Dapat digunakan oleh lembaga pendidikan untuk merancang program pendidikan dan intervensi yang lebih efektif dalam mengarahkan penggunaan media sosial secara positif.
3. Dapat membantu para praktisi media sosial dalam mengoptimalkan

platform TikTok untuk kegiatan yang mendukung perkembangan sosial dan komunikasi yang sehat bagi remaja.

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media massa kepada khalayak luas, heterogen, dan anonim, baik melalui media konvensional maupun media digital. Pesan disebarluaskan secara serentak sehingga memiliki daya jangkau yang luas dan berpotensi memengaruhi cara berpikir serta sikap khalayak. Seiring perkembangan teknologi digital, komunikasi massa mengalami transformasi menjadi lebih interaktif dan partisipatif, di mana audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar informasi. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai bagian penting dari komunikasi massa modern dengan tingkat keterlibatan khalayak yang tinggi (Littlejohn et al., 2011; McQuail, 2011; Nasrullah, 2015).

Dalam kajian komunikasi massa, efek media terhadap khalayak diklasifikasikan ke dalam tiga dimensi, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku (konatif). (1) Efek kognitif berkaitan dengan perubahan pengetahuan dan pemahaman individu setelah terpapar pesan media, sedangkan (2) efek afektif merujuk pada perubahan sikap, perasaan, dan respon emosional khalayak. Selanjutnya, (3) efek perilaku atau konatif berkaitan dengan kecenderungan individu untuk bertindak atau mengubah perilaku sebagai akibat dari paparan media. Pada media sosial seperti TikTok, ketiga dimensi efek tersebut tercermin dalam cara remaja memperoleh informasi, membentuk sikap, serta menyesuaikan gaya komunikasi dan pola interaksi sosial mereka (Effendy, 2013; McQuail, 2011).

### 2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, membagikan, dan berinteraksi dengan konten secara partisipatif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial digital yang memfasilitasi pertukaran informasi, pembentukan identitas, serta pengembangan

relasi sosial antarpengguna. Karakteristik utama media sosial meliputi interaktivitas, keterbukaan, dan konektivitas, yang membedakannya dari media massa konvensional (boyd & Ellison, 2007; Kaplan & Haenlein, n.d.).

Menurut (Lometti et al., 1977) dalam penelitian mereka yang berjudul *Investigating the Assumptions of Uses and Gratification Theory*, penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:

1. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs.
2. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik. Berfokus pada pemahaman konten, kepuasan dengan media yang digunakan, dan persepsi audiens terhadap cara penyampaian pesan.
3. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang bersifat satu arah menjadi lebih dialogis dan partisipatif. Pengguna media sosial tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen informasi, sehingga proses komunikasi berlangsung secara cepat dan real time. Kondisi ini mendorong terbentuknya ruang publik digital yang memungkinkan penyebaran pesan secara luas dan memengaruhi cara individu memahami serta menafsirkan realitas sosial (Nasrullah, 2015).

Dalam konteks komunikasi kontemporer, media sosial memiliki peran strategis dalam membentuk sikap, perilaku, dan pola interaksi sosial, khususnya di kalangan remaja. Intensitas penggunaan media sosial berpotensi memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan perilaku penggunaannya melalui paparan konten yang berkelanjutan. Oleh karena itu, media sosial menjadi objek kajian penting dalam ilmu komunikasi untuk memahami dinamika perubahan gaya komunikasi dan interaksi sosial di era digital (McQuail, 2011).

### 2.3 Tiktok

TikTok adalah platform media sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek dengan berbagai efek, musik, dan *filter*. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada September 2016 di

China dengan nama Douyin, yang diciptakan oleh perusahaan teknologi ByteDance. Douyin dirancang untuk pasar Tiongkok, sementara versi internasionalnya, yang dikenal sebagai TikTok, diluncurkan pada September 2017. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi 15 detik hingga satu menit, dan sejak saat itu berkembang pesat.

Menurut (Kaplan & Haenlein, 2010), media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten dalam berbagai bentuk. TikTok mengimplementasikan definisi ini dengan sangat baik, karena platform ini tidak hanya memungkinkan berbagi video, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung antara pengguna melalui komentar, like, dan berbagi video.

## 2.4 Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan pola perilaku verbal dan nonverbal yang digunakan individu dalam menyampaikan pesan, mengekspresikan pikiran, serta membangun hubungan dengan orang lain. Gaya komunikasi mencerminkan cara seseorang berinteraksi yang dipengaruhi oleh karakter pribadi, lingkungan sosial, dan konteks media yang digunakan. Perbedaan gaya komunikasi menentukan tingkat kejelasan pesan, efektivitas komunikasi, serta kualitas hubungan interpersonal yang terjalin (DeVito, 2022). Dalam kajian komunikasi interpersonal, gaya komunikasi umumnya diklasifikasikan ke dalam lima bentuk,

- 1) **Gaya Komunikasi Tegas (Assertive)**  
komunikasi tegas adalah kemampuan untuk mengungkapkan diri sendiri secara terbuka dan jujur, tanpa menyakiti atau mendominasi orang lain." Orang yang menggunakan gaya ini biasanya dapat mengelola konflik dengan baik dan tidak takut untuk berbicara tentang masalah yang mereka hadapi. (1) Menyampaikan pikiran dan perasaan dengan jelas dan langsung tanpa menyakiti orang lain. (2) Menghormati hak diri sendiri dan orang lain secara seimbang. (3) Komunikasi tegas membantu mengelola konflik dan membangun hubungan yang sehat
- 2) **Gaya Komunikasi Agresif (Aggressive)**  
komunikasi agresif lebih cenderung memaksakan pendapat atau keinginan dengan cara yang menekan atau merendahkan orang lain, yang

dapat merusak hubungan interpersonal" Maka dapat disimpulkan, sebagai berikut;

1. Berbicara dengan berani
  2. Berbicara secara langsung
  3. Berbicara dengan mahir
  4. Berbicara dengan suara dan kata-kata keras
- 3) **Gaya Komunikasi Pasif (Passive)**  
komunikasi pasif terjadi ketika individu cenderung menahan pendapat atau perasaan mereka demi menghindari ketegangan atau ketidaknyamanan hal tersebut berpotensi merugikan mereka dalam jangka panjang." Orang yang menggunakan gaya ini seringkali mengorbankan kebutuhan mereka demi menjaga keharmonisan, namun bisa merasa tertekan atau tidak dihargai. Maka dapat disimpulkan:
    1. Menghindari untuk mengungkapkan pendapat dan perasaan secara terbuka mengenai hal-hal yang bersifat pribadi.
    2. Menghindari konflik langsung atau konfrontasi terbuka dengan pihak lain.
    3. Gestur tubuh yang kurang percaya diri
  - 4) **Gaya Komunikasi Pasif-Agresif (Passive-Aggressive)**  
komunikasi pasif-agresif seringkali mengarah pada ketegangan yang tidak terlihat, karena individu tersebut tidak mengungkapkan perasaan mereka secara terbuka, namun lebih memilih untuk menyampaikan pesan dengan cara yang ambigu atau tidak langsung." dan dapat disimpulkan sebagai berikut:
    1. Merajuk atau menjauh secara emosional
    2. Dari luar tampil sebagai seseorang yang lembut.
    3. Bahasa tubuh dan ekspresi wajah tidak jujur
    4. Menyampaikan keluhan tidak langsung
  - 5) **Gaya Komunikasi Asertif**  
komunikasi asertif adalah orang yang tegas, percaya diri, dan sangat menghargai dirinya sendiri. Ketika berbicara, mereka cenderung berbicara dengan tenang, menyampaikan pendapat secara jelas, jujur, dan langsung mengenai masalah yang dihadapi. Gaya komunikasi asertif mengacu pada cara individu yang dengan tegas mengungkapkan pendapat dan perasaan mereka, serta membela hak dan kebutuhan mereka tanpa merugikan hak orang lain. Dengan demikian, dapat

disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berbicara dengan sikap tenang dan menyampaikan segala sesuatu dengan jelas.
- 2) Berbicara dengan jujur dan secara langsung mengungkapkan inti dari masalah yang dihadapi.
- 3) Teguh dalam membela hak dan kebutuhan mereka tanpa mengabaikan hak orang lain.

Perkembangan media digital dan media sosial turut memengaruhi gaya komunikasi individu, khususnya pada generasi muda. Media sosial mendorong terbentuknya gaya komunikasi yang lebih singkat, visual, dan simbolik, sesuai dengan karakteristik platform digital. Penggunaan bahasa gaul, emoji, serta konten audiovisual menjadi bagian dari gaya komunikasi yang berkembang dalam interaksi daring (Nasrullah, 2015)).

Dalam konteks remaja, intensitas penggunaan media sosial seperti TikTok berpotensi membentuk dan memperkuat gaya komunikasi tertentu. Paparan konten yang berkelanjutan dapat memengaruhi cara remaja mengekspresikan diri, merespons orang lain, serta berinteraksi dalam kehidupan sosial sehari-hari. Oleh karena itu, gaya komunikasi menjadi variabel penting dalam memahami perubahan pola komunikasi dan interaksi sosial remaja di era digital (West & Turner, 2021).

## 2.5 Remaja

Istilah remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa Latin *adolescere* atau *adolescencia* yang berarti tumbuh atau berkembang menuju kedewasaan. Dalam perspektif Islam, secara etimologis istilah *murāhaqah* merujuk pada masa remaja yang bermakna proses berangsur-angsur menuju kematangan. Tahapan ini mencakup perkembangan fisik, mental, kognitif, serta sosial-emosional. Secara terminologis, masa remaja dipahami sebagai fase kehidupan yang ditandai dengan proses mendekati kematangan individu secara menyeluruh.

Istilah *adolescence* memiliki cakupan makna yang luas, yang meliputi proses kematangan individu secara mental, emosional, sosial, maupun fisik. Menurut (Piaget, 2011), secara psikologis remaja yang memasuki fase ini cenderung tidak ingin diposisikan di bawah otoritas orang dewasa. Remaja mulai memandang dirinya setara dengan orang dewasa, terutama dalam hal hak dan kewajiban. Selain itu, perkembangan

kemampuan intelektual yang semakin meningkat mendorong remaja untuk membangun hubungan sosial dan interaksi yang lebih luas, termasuk dengan orang dewasa.

Klasifikasi Remaja menurut (Sarwono, 2000) mengatakan ada tiga tahap perkembangan remaja yaitu:

- a. Remaja awal (usia 11-14 tahun)
- b. Remaja pertengahan (usia 15-17 tahun)
- c. Remaja akhir (usia 18-21 tahun)

## 2.6 Teori Uses and Gratifications



**Gambar 2. 1** Model Uses & Gratification

Teori ini merupakan salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan dalam kajian komunikasi massa, karena menekankan bahwa audiens memiliki orientasi tujuan, bersifat aktif, serta mampu melakukan pilihan media secara selektif. Menurut (Edi Santoso dan Mite Setiansah, 2010), teori *uses and gratifications* menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi individu, sesuai dengan tujuan dan motivasi pengguna yang secara aktif mengakses serta memanfaatkan media tersebut.

Dalam perspektif teori *uses and gratification*, setiap individu memiliki tingkat keaktifan yang berbeda dalam menggunakan media. Teori ini juga membedakan antara dua hal, yakni aktivitas (*activity*) dan keaktifan (*activeness*). Aktivitas merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh pengguna media, sementara keaktifan mencakup kebebasan atau hak pengguna untuk terlibat dalam proses komunikasi melalui media tersebut.

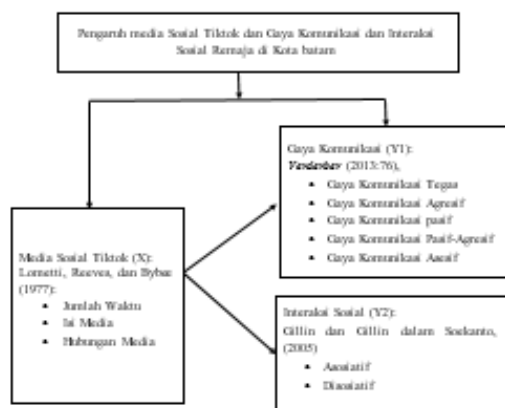
Teori *uses and gratification* memberikan penjelasan mengenai bagaimana dan kapan pengguna media menjadi lebih aktif serta dampak yang ditimbulkan dari aktivitas tersebut. Dalam pandangan teori ini, pengguna dianggap sebagai peserta aktif dalam komunikasi, meskipun tingkat partisipasi tiap individu bisa

berbeda-beda. Penggunaan media massa dalam teori ini dapat diukur berdasarkan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media, yang disebut sebagai *hard gratification* (kepuasan yang didapatkan langsung) dan *gratification obtained* (kepuasan yang dicapai setelah penggunaan media).

Media massa sangat relevan dalam kaitannya dengan teori *uses and gratification* karena pendekatannya yang berlandaskan pada literasi ilmu komunikasi. Kajian dalam teori ini berfokus pada alasan mengapa seseorang menggunakan media serta manfaat yang diperoleh dari penggunaannya. Penelitian dalam konteks ini berfokus pada variabel-variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media, seperti dibawah ini

Dalam teori *uses and gratification*, terdapat sebuah tipologi atau kelompok klasifikasi yang menggambarkan berbagai alasan mengapa seseorang menggunakan media. (Griffin et al., 2019) dalam bukunya menyebutkan bahwa tipologi ini menggambarkan hubungan antara audiens dan media, yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang berbagai kebutuhan dan motivasi yang mendorong individu untuk berinteraksi dengan media.

2.7 Kerangka Konseptual



2.8 Hipotesis

Penelitian yang merumuskan hipotesis menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan ini, hipotesis tidak dibuat di awal, melainkan diharapkan muncul selama proses penelitian berlangsung. Hipotesis yang ditemukan kemudian akan diuji oleh peneliti melalui metode kuantitatif. Berdasarkan kerangka pemikiran ini, kesimpulan sementara dapat ditarik sebagai jawaban awal dari penelitian

tersebut.

Ha (Gaya Komunikasi): Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi remaja di Kota Batam.

H0 (Gaya Komunikasi): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi remaja di Kota Batam.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi dan interaksi sosial remaja di Kota Batam. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran variabel secara objektif dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik (Sugiyono, 2021)

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 11–21 tahun di Kecamatan Batam Kota dengan jumlah populasi sebesar 43.599 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling, khususnya simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden sebagai sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* (Google Form) sebagai data primer. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala *Likert* lima tingkat, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terkait penggunaan TikTok, gaya komunikasi, dan interaksi sosial. Selain itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Teknik analisis data meliputi analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, analisis korelasi, dan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan serta besarnya pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi dan interaksi sosial remaja di Kota Batam

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**HASIL**

**Tabel 4. 1** Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	11-14	52	52.0	52.0	52.0
	15-17	24	24.0	24.0	76.0
	18-21	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

**Tabel 4. 2** Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Laki-Laki	24	24.0	24.0	24.0
	Perempuan	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

**Tabel 4. 3** Tingkat Pendidikan

		TINGKAT PENDIDIKAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	SD/Mi	4	4.0	4.0	4.0
	SMP/Mts	50	50.0	50.0	54.0
	SMA/SMK/MA/MAK	25	25.0	25.0	79.0
	Universitas	21	21.0	21.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Di antara 100 responden dalam penelitian ini, mayoritas responden berada pada rentang usia 11–14 tahun, yaitu sebanyak 52 individu (52,0%). Selanjutnya, responden dengan usia 15–17 tahun berjumlah 24 individu (24,0%), sementara responden pada rentang usia 18–21 tahun juga berjumlah 24 individu (24,0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan remaja awal.

Berdasarkan jenis kelamin, hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi dengan jumlah 76 individu (76,0%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 24 individu (24,0%). Dominasi responden perempuan ini mencerminkan tingginya partisipasi remaja perempuan dalam penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial TikTok.

Ditinjau dari tingkat pendidikan, sebagian besar responden menempuh pendidikan pada jenjang SMP/MTs, yaitu sebanyak 50 individu (50,0%). Responden dengan pendidikan SMA/SMK/MA/MAK berjumlah 25 individu (25,0%), diikuti oleh responden yang sedang menempuh atau telah menempuh pendidikan universitas sebanyak 21 individu (21,0%). Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan SD/MI berjumlah 4 individu (4,0%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada jenjang pendidikan menengah pertama.

1. Dalam aspek frekuensi penggunaan TikTok, 82% responden memberikan tanggapan positif, yang menunjukkan bahwa TikTok sering digunakan dalam aktivitas keseharian remaja di Kota Batam.
2. Terkait intensitas penggunaan TikTok, 80% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka menggunakan TikTok dengan intensitas tinggi.
3. Pada dimensi durasi penggunaan, 79% responden memberikan tanggapan positif, menandakan bahwa remaja menghabiskan waktu yang cukup lama dalam menggunakan TikTok setiap harinya.
4. Dalam hal pemahaman konten TikTok, 72% responden menyatakan mampu memahami isi dan makna konten yang mereka konsumsi.
5. Terkait kepuasan penggunaan TikTok, 82% responden menyatakan puas terhadap pengalaman menggunakan platform tersebut.
6. Pada aspek persepsi audiens, 83% responden memberikan tanggapan positif terhadap respons dan interaksi audiens di TikTok.
7. Mengenai keterkaitan Pengguna dengan TikTok, 88% responden menyatakan memiliki keterhubungan yang tinggi dengan konten dan aktivitas di platform tersebut.
8. Dalam aspek kemampuan menyampaikan pikiran dan perasaan secara jelas, 71% responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan bahwa penggunaan Media Sosial TikTok mendukung mereka dalam mengekspresikan pikiran dan perasaan melalui gaya komunikasi yang dimiliki.
9. Dalam aspek menghormati hak diri sendiri dan orang lain secara seimbang, 72% responden memberikan tanggapan positif terhadap kemampuan remaja dalam menerapkan sikap tersebut melalui gaya komunikasi di media sosial TikTok.
10. Dalam aspek komunikasi tegas (*assertive communication*), 87% responden memberikan tanggapan positif terhadap kemampuan remaja untuk berkomunikasi secara tegas melalui penggunaan media sosial TikTok.
11. Dalam aspek keberanian berbicara, 70% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok membuat remaja lebih berani dalam menyampaikan pendapat.
12. Dalam aspek kemampuan berbicara secara langsung, 85% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok meningkatkan kepercayaan diri remaja dalam berbicara secara langsung.
13. Dalam aspek kemampuan berbicara dengan mahir, 78% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok membantu meningkatkan kelancaran berbicara pada remaja.
14. Dalam aspek kemampuan berbicara dengan suara dan kata-kata yang tegas, 91% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok membantu remaja berbicara lebih jelas dan percaya diri.
15. Dalam aspek kecenderungan tidak menghindari pengungkapan pendapat, 85% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok mendorong remaja untuk lebih terbuka dan berani dalam menyampaikan pendapat.
16. Dalam aspek kecenderungan menghindari konflik langsung, 88% responden memberikan tanggapan positif bahwa penggunaan media sosial TikTok membantu remaja mengelola interaksi sosial tanpa terlibat konflik secara langsung.
17. Dalam aspek gestur tubuh yang kurang percaya diri, 93% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa sebagian besar remaja masih menampilkan gestur yang mencerminkan keraguan atau ketidakpercayaan diri saat berinteraksi atau membuat konten di media sosial TikTok.
18. Dalam aspek perilaku merajuk dan menjauh secara emosional, 91% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa mayoritas remaja cenderung menarik diri secara emosional ketika menghadapi situasi yang tidak menyenangkan dalam interaksi di media sosial TikTok.
19. Dalam aspek penampilan diri sebagai seseorang yang lembut, 81% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa mayoritas remaja

- cenderung menampilkan citra diri yang lembut atau ramah dalam aktivitas mereka di media sosial TikTok.
20. Dalam aspek bahasa tubuh dan ekspresi wajah yang tidak jujur, 83% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa mayoritas remaja menampilkan ekspresi dan gestur yang tidak sepenuhnya mencerminkan perasaan asli dalam penggunaan media sosial TikTok.
  21. penyampaian keluhan secara tidak langsung, 81% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa remaja cenderung mengekspresikan keluhan melalui cara tersirat dalam penggunaan media sosial TikTok.
  22. kemampuan berbicara dengan tenang, 81% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok membantu remaja berkomunikasi secara lebih tenang dan terkontrol.
  23. Dalam aspek kecenderungan berbicara jujur, 79% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok mendorong remaja untuk berkomunikasi secara lebih jujur.
  24. Dalam aspek ketegasan dalam membela hak diri sendiri, 82% responden memberikan tanggapan positif yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok membantu remaja berkomunikasi secara tegas dan berani dalam menyampaikan serta mempertahankan hak mereka.

**Tabel 4. 4 Uji Validitas**

	Uji Validitas	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Spearman rho X1	X1.1	0.805	0.196	Valid
	X1.2	0.874	0.196	Valid
	X1.3	0.749	0.196	Valid
	X1.4	0.81	0.196	Valid
	X1.5	0.785	0.196	Valid
	X1.6	0.797	0.196	Valid
	X1.7	0.858	0.196	Valid
Spearman rho Y1	Y1.1	0.728	0.196	Valid
	Y1.2	0.707	0.196	Valid
	Y1.3	0.778	0.196	Valid
	Y1.4	0.75	0.196	Valid
	Y1.5	0.828	0.196	Valid
	Y1.6	0.812	0.196	Valid
	Y1.7	0.816	0.196	Valid
	Y1.8	0.775	0.196	Valid
	Y1.9	0.807	0.196	Valid
	Y1.10	0.809	0.196	Valid
Y1.11	0.775	0.196	Valid	
Y1.12	0.763	0.196	Valid	
Y1.13	0.795	0.196	Valid	
Y1.14	0.779	0.196	Valid	
Y1.15	0.822	0.196	Valid	
Y1.16	0.759	0.196	Valid	
Y1.17	0.801	0.196	Valid	

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Uji validitas instrumen ini menggunakan koefisien korelasi Spearman rho untuk menilai 31 pernyataan dalam kuesioner, yang dibagi

menjadi tiga variabel: X1 (Pernyataan X1.1-X1.7) dan Y1 (Pernyataan Y1.1-Y1.17) dan Y2 (pertanyaan Y2.1-Y2.7). Kriteria validitas

berdasarkan (Machali, 2018) adalah sebagai berikut:

- Valid: Jika nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel (r-hitung > r-tabel) atau nilai

sig. 2-tailed lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  (p-value <  $\alpha$ ).

Maka dapat di simpulkan uji validitas di atas yaitu **Valid**.

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Status	Kategori
Media Sosial TikTok (X1)	0.913	Reliabel	<i>Excellent</i> (Sempurna)
Gaya Komunikasi (Y1)	0.959	Reliabel	<i>Excellent</i> (Sempurna)

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, diketahui bahwa variabel Media Sosial TikTok (X1) memperoleh nilai sebesar 0,913 dan variabel Gaya Komunikasi (Y1) sebesar 0,959. Kedua nilai tersebut berada di atas batas

minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dengan kategori sangat tinggi (excellent) dan layak digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual 100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.74482006
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.063
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Hasil uji normalitas residual dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp.Sig sebesar 0.200. Berdasarkan tabel

output, nilai uji Asymp.Sig > nilai  $\alpha$  (0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

**Tabel 4. 7** Hasil Uji Linieritas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gaya Komunikasi (Y1) * Media Sosial Tiktok (X)	Between Groups	(Combined) Linearity	4943.637	14	353.117	7.733	.000
		Linearity	4321.193	1	4321.193	94.633	.000
		Deviation from Linearity	622.444	13	47.880	1.049	0.414
	Within Groups		3881.323	85	45.663		
	Total		8824.960	99			

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa nilai Deviation from Linearity memiliki signifikansi sebesar 0,414. Berdasarkan hasil tersebut, nilai signifikansi Deviation from Linearity lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05),

sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linier. Dengan demikian, asumsi linieritas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

**Tabel 4. 8** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
1	(Constant)	6.487	2.690		2.412	.018	
	MEDIA	-.040	.093	-.043	-.430	.668	1.000
	SOSIAL X						1.000

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) variabel Media Sosial TikTok (X) sebesar 0,668. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Selain itu, nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,040 menunjukkan bahwa variabel

Media Sosial TikTok tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai residual absolut (ABS\_RES). Hal ini memperkuat bahwa varians residual bersifat konstan.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linier selanjutnya dalam menguji pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Gaya Komunikasi remaja.

**Tabel 4. 9** Hasil Uji Regresi Sederhana

No	Hipotesis	Model Regresi	Sig.	Statistik Uji	Kesimpulan
1	H <sub>0</sub> : Media Sosial TikTok tidak berpengaruh terhadap Gaya Komunikasi (Y <sub>1</sub> ). H <sub>a</sub> : Media Sosial TikTok berpengaruh terhadap Gaya Komunikasi (Y <sub>1</sub> ).	Y <sub>1</sub> = 25.844 + 1.494X	0	t = 9.697 (Tolak H <sub>0</sub> jika Sig < 0.05)	Tolak H <sub>0</sub> → TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Komunikasi.

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Analisis regresi linier sederhana berdasarkan persamaan regresi  $Y = 25,844 + 1,494X$  menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 25,844 mengindikasikan bahwa apabila variabel Media Sosial TikTok (X) bernilai nol, maka Gaya Komunikasi (Y) berada pada nilai 25,844.

Koefisien regresi variabel Media Sosial TikTok sebesar 1,494 menunjukkan

bahwa setiap peningkatan satu satuan penggunaan Media Sosial TikTok akan meningkatkan Gaya Komunikasi sebesar 1,494 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hasil ini menegaskan bahwa Media Sosial TikTok memiliki pengaruh positif terhadap Gaya Komunikasi remaja.

**Tabel 4. 10** Hasil Uji T

Model	Coefficients		t	Sig.	keterangan
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.844	4.449		5.809	0 H <sub>a</sub> di
Media Sosial Tiktok (X)	1.494	0.154	0.700	9.697	0 terima

a. Dependent Variable: Gaya Komunikasi (Y<sub>1</sub>)

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan uji t. Kaidah pengujiannya adalah sebagai berikut: apabila nilai t hitung < t tabel, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Sebaliknya, apabila t hitung > t tabel, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel X dan Y.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung = 9,697, yang lebih besar daripada t tabel = 1,984 pada taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan

adalah 0,000 (p < 0,05). Dengan demikian, H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara Media Sosial TikTok terhadap Gaya Komunikasi. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan intensitas penggunaan TikTok secara langsung berkontribusi terhadap perubahan gaya komunikasi pengguna, baik dalam aspek verbal seperti penggunaan bahasa dan pilihan kosakata, maupun aspek nonverbal seperti ekspresi, intonasi, dan cara penyampaian pesan dalam percakapan.

**Tabel 4. 11** Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Model Summary <sup>b</sup>	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 <sup>a</sup>	0.490	0.484	6.77915

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Tiktok (X)  
b. Dependent Variable: Gaya Komunikasi (Y1)

(Sumber : Data Penelitian, 2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara Variabel X dengan Y1 memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,700 yang termasuk dalam kategori korelasi kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 49% menunjukkan bahwa hampir setengah variasi yang terjadi

pada Y1 dapat dijelaskan oleh variabel X. Artinya, perubahan yang terjadi pada variabel X memiliki kontribusi yang berarti dalam memengaruhi perubahan Y1, meskipun masih terdapat 51% faktor lain yang turut berperan dalam memengaruhi variabel tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa variabel X berperan penting namun tidak sepenuhnya menentukan fluktuasi Y1.

### PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial TikTok memiliki peran penting dalam membentuk gaya komunikasi remaja, sebagaimana terlihat dari hasil penelitian ini di mana mayoritas responden menunjukkan peningkatan kemampuan komunikasi setelah menggunakan platform tersebut. Hasil pengolahan data kuantitatif menunjukkan bahwa variabel Media Sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Komunikasi remaja dengan koefisien regresi sebesar 1,494, yang berarti setiap peningkatan satu satuan penggunaan TikTok akan meningkatkan gaya komunikasi remaja sebesar 1,494 satuan. Temuan ini konsisten dengan studi yang menunjukkan bahwa fitur interaktif TikTok secara signifikan memengaruhi pola komunikasi dan ekspresi diri remaja dalam konteks digital (Ramadhani, 2025).

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa melalui interaksi digital di TikTok, remaja belajar menyampaikan pikiran dan perasaan dengan lebih terbuka, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam berbicara secara langsung baik dalam konten maupun komentar. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media sosial memudahkan remaja untuk berinteraksi dan mengekspresikan ide-ide mereka kepada audiens yang lebih luas, yang pada gilirannya membentuk pola komunikasi baru dibandingkan komunikasi tatap muka tradisional (Azzahra et al., 2024).

Meskipun demikian, penelitian juga

menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap komunikasi tidak sepenuhnya positif. Beberapa studi sebelumnya mengungkapkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial berkaitan dengan tantangan dalam keterampilan komunikasi interpersonal, termasuk preferensi terhadap interaksi digital dibandingkan face-to-face, sehingga dapat melemahkan beberapa aspek keterampilan sosial tradisional (Zhang, 2025). Dengan kata lain, meskipun TikTok dapat mendorong keterbukaan ekspresi, penggunaan yang berlebihan tanpa kontrol dapat berimplikasi pada perubahan kebiasaan komunikasi yang lebih bergantung pada media digital.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Gaya Komunikasi dan Interaksi Sosial Remaja di Kota Batam, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Media Sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap Gaya Komunikasi (Y1). Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $9,697 > 1,984$ ) dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan TikTok mampu memengaruhi cara remaja berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Remaja cenderung mengadopsi gaya bahasa, ekspresi, tren komunikasi, dan pola interaksi digital yang berkembang di TikTok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, M. E., Hasanah, H. Y., Amelia, D., Melati, R., & Salwi, A. D. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Antarbudaya Remaja: Studi Kasus di TikTok. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3380>
- boyd, danah, & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13. <https://doi.org/10.1109/EMR.2010.5559139>
- DeVito, J. A. (2022). *The Interpersonal Communication Book*. Harper & Row. <https://books.google.co.id/books?id=nOCtgzRrY9AC>
- Edi Santoso dan Mite Setiansah. (2010). *Teori komunikasi*. Graha Ilmu.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*.
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=mrRASwEACAAJ>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (n.d.). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Littlejohn, S., Foss, K., & Utomo, endhar priyo. (2011). *Theories of Human Communication*.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research. *Communication Research*, 4(3), 321–338. <https://doi.org/10.1177/009365027700400305>
- Machali, I. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Prodi Manajemen Pendidikan Islam bekerjasama dengan Perkumpulan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (PPMPI).
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(04), 121. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Piaget, J. (2011). Psikologi perkembangan anak. In *Pustaka Pelajar*.
- Ramadhani, S. N. (2025). *Tiktok Features On Adolescent Communication Patterns : A Systematic Literature Review*. 2(2), 10–18.
- Rorong, M. J. (2019). Penempatan Teori Dalam Ilmu Komunikasi (Kajian Kepustakaan Dalam Perspektif Deductive-Interpretive). *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 90–107.
- Sarwono, S. W. (2000). *Psikologi Remaja*. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. [https://www.researchgate.net/profile/Herly-Purnomo/publication/377469385\\_METODE\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF\\_KUALITATIF\\_DAN\\_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Herly-Purnomo/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf)
- West, R. L., & Turner, L. H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=Rw8LEQAAQBAJ>
- Zhang, L. (2025). The impact of social media on interpersonal communication in the new era. *Connecting Ideas, Cultures, and Communities*, 3(8), 37–41. <https://doi.org/10.1201/9781003591511-7>