

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU KECANDUAN SISWA SISWI SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BATAM

Novita Octavia Mardalena¹, Michael Jibrael Rorong²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

e-mail: pb191110003@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Today's social media developments are changing the behavioral patterns of individuals. One of these social media is the Tiktok application. The application is currently favored by a wide variety of groups, from adults to teenagers to children. The purpose of this study is to determine whether the use of the Tik-Tok application influences the addictive behavior of high school students in Batam City. The research method used is a quantitative method. The study population was high school students from Batam City using a random sampling method. Data analysis techniques used descriptive statistical tests, classical hypothesis testing, simple linear regression, and hypothesis testing. From the simple linear regression results, the regression equation $Y = 3.482 + 1.149 X$ has a positive effect between variable usage (X) and dependent behavior (Y) in the Tiktok application.

Keywords: Behavior Addiction; Media Dependency Theory; TikTok Application

PENDAHULUAN

Teknologi dan komunikasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini memunculkan adanya peluang kehadiran media sosial sebagai media komunikasi berbasis internet yang memudahkan penggunaannya untuk mengirim ataupun mendapatkan informasi dengan cepat, akurat, mudah dan lengkap tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya memudahkan manusia dalam pemenuhan kebutuhan informasi tetapi juga sebagai media hiburan dan juga dapat menciptakan interaksi antar pengguna dalam bentuk personal maupun kelompok tanpa harus bertemu. Gohar F. Khan dalam bukunya *Sosial Media for Government* (Gohar F. Khan, 2017) menyatakan media sosial merupakan sebuah platform yang memudahkan penggunaannya untuk dapat membuat dan membagikan berbagai konten dengan bantuan internet. Konten yang dimaksud terdiri dari berbagai konteks mulai dari yang edukatif, informatif, sindiran, kritik dan sebagainya kepada khalayak.

Dari tahun ke tahun para pencipta teknologi bersaing untuk menjadi media sosial unggulan dengan

membuatterobosan melalui menciptakan fitur-fitur terbaru pada setiap media sosial untuk menarik perhatian dan minat pengguna media sosial. Media sosial yang berkembang saat ini adalah Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok.

Data yang dikutip dari *We Are Social Hootsuite* yang dirilis Februari 2022 persentase dari jumlah pengguna Whatsapp di Indonesia adalah sebesar 88,7%, pengguna Instagram sebesar 84,8%, pengguna Facebook sebesar 81,3% dan disusul pengguna Tiktok sebesar 63,1% (Andi Dwi Riyanto, 2022). Data menunjukkan pada tahun sebelumnya persentase pengguna Tiktok adalah sebesar 38,7% jika dibandingkan dengan data yg sekarang menandakan bahwa persentase pengguna Tiktok mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari *We Are Social* Amerika Serikat memiliki pengguna aktif Tiktok terbesar di dunia mencapai 136,4 juta orang pada April 2022, Indonesia menempati posisi yang kedua dengan jumlah pengguna aktif Tiktok sebanyak 99,1 juta orang (Rizaty, 2022).

Pada tahun 2018, di Indonesia Tiktok dinobatkan sebagai aplikasi terbaik versi

Google Play. Namun pada tanggal 3 Juli 2018 Kementerian Kominfo resmi memblokir Tiktok, pemblokiran ini didasarkan atas laporan konten negatif terutama bagi anak-anak (Kominfo, 2018). Setelah dibuka kembali akses aplikasi ini, popularitas tiktok menjadi melonjak. Fenomena diminatinya aplikasi ini oleh siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) membuat mereka merasa dengan mengakses aplikasi tiktok membantu mengurangi rasa lelah, rasa bosan, serta memberikan hiburan. Perilaku siswa siswi dapat dipengaruhi oleh isi media itu sendiri. Penggunaan aplikasi ini dapat berdampak positif maupun negatif. Siswa yang terlalu menikmati media sosial pada umumnya cenderung sibuk dengan dunianya sendiri. Hal ini membuat individu melupakan waktu untuk berkomunikasi dengan orang sekelilingnya, bahkan lupa dengan kewajibannya dalam bersekolah hanya demi memainkan mediana. Perilaku ini timbul karena kemudahan mengakses media yang mereka rasakan yang membuat mereka bisa melupakan rasa jenuhnya. (wulandari & Netrawati, 2020) menyatakan mudahnya dalam penggunaan media sosial membuat para pengguna menjadikan media sosial suatu keharusan dalam pemenuhan kebutuhan penggunaan media dimanapun dan kapanpun yang tanpa disadari keadaan tersebut mengakibatkan sang pengguna menjadi ketergantungan.

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, penulis ingin melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Kecanduan Pada Siswa dan Siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Batam" yang merupakan judul dari penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini ialah:

- 1) Untuk mengetahui dan mengukur apakah ada pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku kecanduan pada siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) di Kota Batam
- 2) Untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku kecanduan pada siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) di Kota Batam.

KAJIAN TEORI

2.1 Teori Ketergantungan Media

Teori ketergantungan media merupakan teori mengenai efek komunikasi massa, yang diperkenalkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur tahun 1976. Mereka membahas mengenai ketergantungan audiens terhadap isi dari media massa. Semakin seseorang bergantung terhadap suatu media demi memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut akan semakin penting kehadirannya bagi orang tersebut (Hadi, 2020). Dasar pemikiran teori ini berdasarkan pandangan masyarakat modern yang memandang media massa memainkan peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tingkatan masyarakat, kelompok atau individu (Ester Krisnawati, 2016).

Ketergantungan audien terhadap media bersifat integral yang mencakup tiga pihak, yaitu media, audien, dan sistem sosial (Littlejohn, 2008: 302). Tidak semua khalayak atau audience bergantung pada media yang sama dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Kondisi sosial juga merupakan salah satu penyebab ketergantungan. Teori ini menyatakan dalam membentuk kebutuhan khalayak saling berkaitan dengan system media dan kondisi sosial, kondisi inilah yang membuat khalayak akan memilih berbagai media sehingga yang menciptakan ketergantungan bukanlah sumber media massa melainkan kondisi sosialnya.

2.2 Media Sosial

Media sosial adalah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berkomunikasi, berbagi, dan menciptakan sebuah informasi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content (Agustriana, 2019).

Tentunya media sosial mempunyai keterlibatan dan dampak dalam kehidupan setiap manusia karena keberadaan media sosial kini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari cara komunikasi manusia

saat ini. Perkembangan media sosial yang sangat pesat dikarenakan semakin canggihnya perkembangan teknologi internet. Misalnya, dalam mengakses Tiktok, aplikasi ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh para penggunanya. Kecepatan para pengguna dalam menggunakan media sosial menyebabkan fenomena terhadap arus informasi menjadi besar tidak hanya di negara maju, tetapi juga di Indonesia.

Menurut Dennis McQuail (Dennis McQuail, 2002), ada empat kategori motif pengonsumsi media secara umum, yaitu:

- a) Informasi (*surveillance*) adalah mengacu pada kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial.
- b) Identitas pribadi (*personal identity*) adalah referensi diri, pencarian realitas, penguatan nilai, motif-motif yang dihadirkan untuk memperkuat atau menekankan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan.
- c) Integrasi dan interaksi sosial (*personal realitionship*) mengacu pada bagaimana kelanjutan kaitan individu kepada orang lain
- d) Hiburan (*diversion*) adalah motif yang melibatkan kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah. Sarana pelepasan emosional; kebutuhan akan hiburan.

2.3 Tiktok

Tiktok ialah aplikasi berbasis internet yang berisikan video musik menarik yang dibuat oleh para pengguna aplikasi tiktok untuk menarik perhatian. Aplikasi ini memudahkan pengguna untuk membuat dan berbagi video tidak hanya didukung oleh music tetapi aplikasi ini juga menyediakan efek dan filter yang unik dan menarik bahkan saat ini aplikasi ini telah menyediakan pembuatan video hingga berdurasi 60 detik.

Tiktok adalah aplikasi yang dibuat oleh perusahaan yang bergerak dibidang kecerdasan buatan dari China yaitu ByteDance (Zayyan & Saino, 2021). Awalnya aplikasi ini bernama Duoyin yang resmi rilis pada tanggal 16 September oleh Zhang Yiming. Dalam waktu kurang lebih satu tahun aplikasi ini telah memiliki pengguna sebanyak 100 juta.

Meningkatnya kepopuleran ini lah yang membuat aplikasi ini hingga melakukan ekspansi ke luar China dan dinamakan Tiktok.

2.4 Perilaku Kecanduan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata kecanduan adalah kejangkitan suatu kegemaran (hingga lupa hal-hal yang lain) (KBBI.com, n.d.). Kecanduan atau ketagihan didefinisikan sebagai suatu kondisi yang menyebabkan seseorang kehilangan kemampuan untuk mengendalikan diri. Kecanduan muncul karena terlalu sering menggunakan sesuatu untuk merasa nyaman.

Penggunaan media sosial oleh remaja untuk berkomunikasi, hiburan, mencari informasi saat ini cenderung dilakukan sebagai bentuk pelarian dari masalah. Hal ini lah yang membuat seorang remaja mengalami kecanduan (wulandari & Netrawati, 2020). Kecanduan menjadi sesuatu yang buruk karena terlalu berlebihan. Kecanduan yang dialami pengguna bermula dari rasa nyaman menggunakan aplikasi tik tok yang kemudian menjadi ketagihan. Pengguna dapat menghabiskan waktu hingga beberapa jam per hari untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Berikut aspek-aspek kecanduan menurut (Şahin, 2018):

a. *Virtual Tolerance*

Adiksi media sosial terjadi karena seseorang ingin terus-menerus terhubung secara online di media sosial.

b. *Virtual Communication*

Adiksi media sosial disebabkan oleh kurangnya keterampilan ekspresi diri seseorang, lebih memilih komunikasi online daripada berinteraksi secara langsung.

c. *Virtual Problem*

Adiksi media sosial yang terjadi merupakan pelarian dari dunia nyata untuk menciptakan kebahagiaan maupun kesenangan.

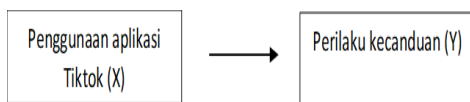
d. *Virtual Information*

Kebutuhan untuk mendapatkan informasi yang dibagikan secara online di media sosial.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan rujukan oleh peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh (Rahmayani, Ramdhani, & Lubis, 2021) yaitu penelitian yang membahas pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku kecanduan mahasiswa. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi tiktok dapat mempengaruhi perilaku kecanduan mahasiswa. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Mengenai teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori determinasi teknologi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas dan daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kecanduan dibandingkan dengan isi konten yang tidak berpengaruh secara signifikan. Yang menjadi perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah objek dan teori dari penelitian. Disini objek peneliti adalah siswa siswi sekolah menengah atas di Kota Batam dan teori yang digunakan adalah teori ketergantungan media.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Data Penelitian, 2022)

2.7 Hipotesis

Ha: Terdapat pengaruh antara penggunaan TikTok terhadap perilaku kecanduan pada siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) Kota Batam.

H0: Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan TikTok terhadap perilaku kecanduan pada siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) Kota Batam.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian Kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017).

Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri

dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2017).

3.2 Variabel Penelitian

1. Penggunaan aplikasi Tiktok (X)

Hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan terjadinya penggunaan media sosial.

Indikator variabel penggunaan aplikasi tiktok (X) (Denis McQuail, 2002)

- Pembagian informasi
- Pembentukan identitas
- Integrasi dan interaksi sosial
- Hiburan

2. Perilaku kecanduan (Y)

Kecanduan merupakan kesulitan untuk berhenti menggunakan sesuatu sehingga menjadi kebiasaan yang membuat dirinya tidak lagi mampu mengontrol keinginannya (Masfiah & Putri, 2019)

Indikator Perilaku Kecanduan (Şahin, 2018):

- *Virtual tolerance*
- *Virtual Communication*
- *Virtual Problem*
- *Virtual Information*

3.3 Populasi dan Sampel

Rokhmat Subagyo dalam bukunya berpendapat populasi adalah himpunan sebuah individu atau objek yang menjadi bahan pembicaraan atau bahan penelitian (Rokhmat Subagyo, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah siswa siswi sekolah menengah atas (SMA) di Kota Batam yang berjumlah 25.437 (BPS Kota Batam, 2021).

Sampel adalah sumber data penelitian yang diambil dari sebagian populasi sesuai dengan karakteristik penelitian (Sugiyono, 2017). Teknik sampling menurut (Sugiyono, 2017) ialah metode dalam mengambil sampel dalam penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu sampel yang diambil dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata (Sugiyono, 2017). Ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan batas kesalahan 10% sehingga didapatkan jumlah sampel nya sebanyak 100 siswa.

3.4 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam sesuai dengan populasi yang ditetapkan yaitu Siswa siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Batam. Penelitian dilakukan kurang lebih dari bulan September 2022 hingga Desember 2022.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui *Google Form* dan dengan Studi Pustaka. Data yang telah terkumpul, selanjutnya akan dilakukan analisis dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 20.

3.6 Teknik Analisis data

1. Uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas ini menggunakan korelasi product moment yaitu dengan mengkorelasikan antara tiap skor item dengan skor total yang didapatkan. Uji ini digunakan untuk mengukur kevalidan setiap pernyataan dari kuesioner yang disebarkan. Dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah subjek

ΣX = Jumlah skor item

ΣY = Jumlah skor total

Uji reliabilitas dalam pengujian ini menggunakan koefisien reliability Alpha Cronbach. Instrumen ini dikatakan reliabel jika Alpha Cronbach > 0,60.

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas membantu menentukan apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak.

- Jika nilai signifikansi > 0,05 data yang dipergunakan berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi < 0,05 data yang dipergunakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji heterokedastisitas

Guna dari uji ini untuk mengetahui apakah ada variance residual ketidaksesuaian pengamatan ke

pengamatan lain dan dari hasil uji ini dapat dikatakan baik apabila tidak mengalami heteroskedastisitas

3. Uji regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independent dan variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat berpengaruh (Sugiyono, 2017)

4. Uji Hipotesis

a. Uji koefisien determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui besarnya variabel terikat perilaku kecanduan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel bebas penggunaan aplikasi tiktok.

b. Uji T

Dalam pengujian uji T dilakukan perbandingan antara t hitung dan t tabel dimana kriterianya:

1. Bila t hitung > t tabel, H0 ditolak Ha diterima
2. Bila t hitung < t tabel, H0 diterima Ha ditolak

3.7 Uji Hipotesis

c. Uji koefisien determinasi

Tujuan dari Koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar variabel terikat yaitu perilaku kecanduan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel bebas penggunaan aplikasi Tiktok

d. Uji T

Dalam pengujian uji T dilakukan perbandingan antara t hitung dan t tabel dimana kriterianya:

- Bila t hitung > t tabel, H0 ditolak Ha diterima
- Bila t hitung < t tabel, H0 diterima Ha ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berikut tabel dari hasil pengujian:

1. Uji validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)

Variabel	X	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Penggunaan aplikasi tiktok (X)	X3.1	0,823	0,197	Valid
	X3.2	0,880	0,197	Valid
	X3.3	0,846	0,197	Valid
	X3.4	0,847	0,197	Valid
	X3.5	0,817	0,197	Valid
	X3.6	0,851	0,197	Valid
	X3.7	0,240	0,197	Valid
	X3.8	0,752	0,197	Valid
	X3.9	0,752	0,197	Valid
	X3.10	0,783	0,197	Valid
	X3.11	0,721	0,197	Valid
	X3.12	0,700	0,197	Valid
	X3.13	0,695	0,197	Valid

(Sumber: Olahan Data Penelitian, 2022)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Perilaku Kecanduan (Y)

Variabel	Y	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perilaku Kecanduan (Y)	Y.1	0,469	0,197	Valid
	Y.2	0,613	0,197	Valid
	Y.3	0,479	0,197	Valid
	Y.4	0,680	0,197	Valid
	Y.5	0,668	0,197	Valid
	Y.6	0,421	0,197	Valid
	Y.7	0,437	0,197	Valid
	Y.8	0,543	0,197	Valid
	Y.9	0,426	0,197	Valid
	Y.10	0,387	0,197	Valid
	Y.11	0,211	0,197	Valid
	Y.12	0,275	0,197	Valid
	Y.13	0,668	0,197	Valid
	Y.14	0,275	0,197	Valid
	Y.15	0,469	0,197	Valid
	Y.16	0,668	0,197	Valid
	Y.17	0,284	0,197	Valid
	Y.18	0,417	0,197	Valid
	Y.19	0,404	0,197	Valid
	Y.20	0,582	0,197	Valid
	Y.21	0,512	0,197	Valid

(Sumber: Olahan Data Penelitian, 2022)

2. Uji reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)	0,925	> 0,60	Reliabel
Perilaku Kecanduann (Y)	0,858	> 0.60	Reliabel

(Sumber: Olahan Data Penelitian, 2022)

3. Uji normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-smirnov

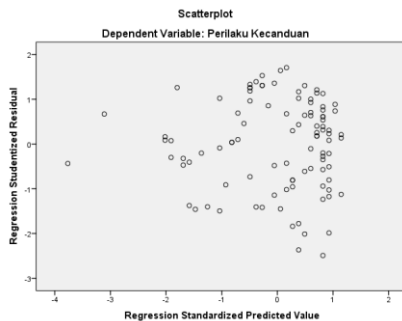
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.00E+00
	Std. Deviation	13.58063511
Most Extreme Differences	Absolute Positive	0.079
	Negative	-0.079
Kolmogorov-Smirnov Z		0.788
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.564

(Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2022)

Dari tabel uji Kolmogorov-Smirnov di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel yaitu, sig.0,564 dimana nilainya lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (Asymp. Sig =

0,564 > 0,05). Dari data tersebut disimpulkan bahwa data ini terdistribusi secara normal.

4. Uji heterokedastisitas



Gambar disamping menunjukkan bahwa seluruh titik menyebar acak di bawah maupun di atas angka 0 pada sumbu Y. dapat diambil kesimpulan regresi tidak ada Heterokedastisitas.

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas
(Sumber: Data Penelitian, 2022)

5. Regresi linier sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi linier sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.482	8.273		0.421	0.675
Penggunaan Aplikasi Tiktok	1.149	0.15	0.613	7.675	0

(Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2022)

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 3,482, sedang nilai pengguna aplikasi tiktok (koefisien regresi) sebesar 1,149, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = 3,482 + 1,149 X$$

- Kostanta sebesar 3,482 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel dependen Perilaku kecanduan (Y) adalah sebesar 3,482

- Koefisien regresi X sebesar 1,149 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Penggunaan aplikasi tiktok (X), maka nilai Perilaku kecanduan (Y) bertambah sebesar 1,149. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif

6. Uji hipotesis

a. Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.482	8.273		0.421	0.675
Penggunaan Aplikasi Tiktok	1.149	0.15	0.613	7.675	0

(Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2022)

Dari tabel diatas berdasarkan nilai t diketahui nilai t hitung sebesar 7,675 > t tabel 1,987, dapat disimpulkan H0 ditolak Ha diterima bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Tiktok (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku kecanduan (Y).

b. Koefiesien determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	0.375	0.369	13.65

(Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2022)

Tabel diatas menunjukkan Koefisien determinasi *R Square* (R^2) ialah 0,375 (37,5%). Angka tersebut menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel Penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku kecanduan adalah sebesar 37,5 %. Sementara sisanya sebesar 61,3% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap perilaku kecanduan pada siswa siswi Sekolah Menengah Atas. Dapat dibuktikan oleh hasil Uji Pengaruh dengan nilai R Square 0,375 atau 37,5% sedangkan sisanya 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada tabel coefficients konstanta sebesar 3,482 artinya jika penggunaan aplikasi tiktok (X) nilainya

4.2 Pembahasan

adalah 0, maka perilaku kecanduan (Y) nilainya positif yaitu sebesar 3,482. Koefisien regresi variabel (X) sebesar 1,145 artinya jika penggunaan aplikasi tiktok mengalami kenaikan 1, maka perilaku kecanduan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,145.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai penggunaan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap perilaku kecanduan Sekolah Menengah Atas di Kota Batam hal ini tentunya diawali dengan kecanduan mengakses aplikasi tiktok atau berlebihan dalam penggunaan aplikasi tiktok. Kecanduan merupakan tingkah laku yang bergantung atau keadaan yang terikat yang sangat kuat secara fisik maupun psikologis atau kebiasaan. Orang yang kecanduan dalam penggunaan aplikasi tiktok mengalami dorongan untuk melakukan terus-menerus mengakses aplikasi tiktok, yang bisa membuat lupa waktu, melupakan tugas, serta pekerjaannya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori ketergantungan yang membahas mengenai kekuatan media massa dalam memengaruhi khalayak karena adanya sifat ketergantungan audience terhadap media. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media di tentukan oleh tingkat kepentingan informasi yang disampaikan oleh media dan derajat perubahan dan konflik yang terjadi. Pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada efek efek yang timbul yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa teori ketergantungan media dinyatakan berpengaruh bagi responden. Dari pengujian hipotesis ini diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu, $7,675 >$ $1,987$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Tiktok (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku kecanduan (Y).

Dari hasil analisa diatas menunjukkan bahwa pada jenis efek dalam teori penelitian ini dinyatakan terbukti bahwa siswa siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Batam sudah memiliki sikap ketergantungan pada penggunaan aplikasi tiktok.

SIMPULAN

1. Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku kecanduan siswa siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Batam dengan H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada variabel penggunaan aplikasi tiktok yang paling berpengaruh adalah indikator hiburan dengan rata-rata 17.62 sedangkan pada variabel perilaku kecanduan indikator virtual problem lah yang paling berpengaruh dengan rata-rata 25,57
2. Hasil uji koefisien nilai R Square (R^2) yaitu 0,375 atau 37,5% sedangkan sisanya 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji regresi linear sederhana didapatkan persamaan regresi $Y = 3,482 + 1,149 X$ memiliki pengaruh positif diantara variabel penggunaan aplikasi tiktok (X) dan perilaku kecanduan (Y)

DAFTAR PUSTAKA

- Agustriana, R. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Elektronik Dan Pola Asuh Orang Tua Terhadap Karakter Anak. *Jurnal Pengajaran MIPA*, 12(7), 122–131. Retrieved from https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00013268_112478.pdf
- Andi Dwi Riyanto. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. Retrieved September 6, 2022, from Andi.link website: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- BPS Kota Batam. (2021). Jumlah Murid Sekolah Menengah Atas (SMA) menurut Status Sekolah 2019-2020. Retrieved from BPS Kota Batam website: <https://batamkota.bps.go.id/indicator/28/207/1/jumlah-murid-sekolah-menengah-atas-sma-menurut-status-sekolah.html>
- Dennis McQuail. (2002). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

- Ester Krisnawati. (2016). Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media. *Komunikatif*, 5(1), 43–69. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/232180-perilaku-konsumsi-media-oleh-kalangan-re-9a678f21.pdf>
- Gohar F. Khan. (2017). *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Singapore: Springer.
- Hadi, I. P. dkk. (2020). *Buku ajar Komunikasi Massa*. Retrieved from [https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_\(ABKA_3208-2_SKS\).pdf?sequence=1](https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_(ABKA_3208-2_SKS).pdf?sequence=1)
- KBBI.com. (n.d.). 2 Arti Kecanduan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Retrieved September 3, 2022, from <https://kbbi.lektur.id/kecanduan>
- Kominfo. (2018). Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara. Retrieved September 26, 2022, from https://www.kominfo.go.id/website:https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media
- Masfiah, S., & Putri, R. V. (2019). Gambaran Motivasi Belajar Siswa Yang Kecanduan Game Online. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22460/fokus.v2i1.2970>
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i7.3563>
- Rizaty, M. A. (2022). Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia. Retrieved September 26, 2022, from [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id) website: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>.
- Rokhmat Subagiyo. (2017). *Metode penelitian ekonomi islam: konsep dan penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Şahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale - Student Form: The reliability and validity study. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169–182.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (cet. 26). alfabeta.
- wulandari, R., & Netrawati, N. (2020). Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 5(2), 41–46. Retrieved from <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Zayyan, S., & Saino. (2021). The Effect of Using the Tik Tok Application as a Promotional Medium and The Glow Up Trend on Interest in Buying Beauty Products. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.