

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PENGARUH
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
KOMUNIKASI TERHADAP PERILAKU
BERAGAMA MAHASISWA**

Nuraliah Ali¹, Mulida Hayati², Mardan Umar³
^{1,2} Universitas Palangka Raya, ³IAIN Manado
Email: nuraliahali@law.upr.ac.id

Abstrak

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berinteraksi dan bersosialisasi dengan manusia lainnya dan juga dapat dikatakan manusia selalu membutuhkan satu sama lain untuk bertahan hidup, interaksi atau yang juga disebut komunikasi selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari baik secara sadar atau tidak. Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap perilaku keagamaan di kalangan mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, juga menggunakan metode studi komparatif dengan responden penelitian yaitu mahasiswa muslim di Universitas Palangka Raya dan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial khususnya aplikasi *TikTok* digunakan mahasiswa dengan intensitas yang cukup tinggi dan kecenderungan yang berbeda. Tidak hanya sekadar media komunikasi namun berkembang menjadi media hiburan atau media dakwah karena tertarik dengan berbagai konten/fitur agama. Penggunaan media sosial TikTok yang secara terus menerus berdampak pada perilaku keagamaan yang kurang baik seperti melalaikan kewajiban beribadah.

Kata kunci : Media Sosial, Tiktok, Komunikasi.

Abstract

Humans as social beings are always interacting and socializing with other humans and can also be said humans always need each other to survive, interaction or what is also called communication is always done in everyday life whether consciously or not. This study examines the influence of social media on religious behavior among students. This research method uses a quantitative approach, also using a comparative study method with the respondents of the research, namely Muslim students at Palangka Raya University and the Islamic Religious Institute of the State. The results of this study show that the use of social media in particular the TikTok application used students with a fairly high intensity and different tendencies. It is not just a communication media but it has grown into entertainment or publicity media because of its interest in various religious content.

Keywords: Social media, Tiktok, Communication.

A. Pendahuluan

Kegiatan komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung antar manusia, namun pada era saat ini komunikasi dapat dilakukan melalui media-media komunikasi yang tersedia salah satu contohnya adalah *smartphone*. Pada masa pandemi saat ini komunikasi lebih banyak dilakukan melalui *smartphone*, teknologi komputer yang didapatkan dalam genggamannya ini seakan-akan sudah menjadi kebutuhan primer manusia karena kemudahan dan layanan yang ditawarkannya. Bergesernya aktivitas *real life* (tatap muka) menjadi *virtual life* (dunia maya) yang sangat efektif ini, menjadikan media sosial sebagai sarana yang memungkinkan dalam pengungkapan diri (*self-disclosure*) individu. Keterbukaan diri merupakan konteks komunikasi dalam berinteraksi dengan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung atau menggunakan media sebagai perantaranya.

Dengan pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu, hubungan yang dimilikinya dengan orang lain akan berkembang lebih maju atau lebih intim. Teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang begitu pesat. Kondisi tersebut mengidentifikasi perubahan interaksi dengan menggunakan media komunikasi berbasis teknologi. Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan. Perkembangan media teknologi saat ini semakin banyak dalam kehidupan sosial masyarakat, seperti semakin meluasnya penggunaan internet dan *handphone*. Awalnya perkembangan teknologi tersebut adalah untuk mempermudah manusia dalam melakukan berbagai hal. Namun belakangan malah justru menimbulkan masalah dalam kehidupan sosial. Seperti maraknya kasus yang disebabkan media sosial *facebook* dan *twitter*.

Masalah pornografi menjadi salah satu masalah di media sosial, terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi dirinya sendiri di sosial media. Hal ini sangat berbahaya karena bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, terlupakannya bahasa formal, Karena pengguna sosial media lebih sering menggunakan bahasa informal dalam komunikasi kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan. Rendahnya kemampuan bersosialisasi karena sibuk dengan media sosial dan lebih mementingkan diri sendiri. Masalah lain seperti *bullying* juga menjadi semakin marak terjadi. Konten yang dilihat dan sebarkan melalui media sosial sering bermuatan perundungan yang berdampak buruk bagi seseorang. Ini adalah dampak dari penggunaan media teknologi informasi.

Pada era internet ini, jenis media sosial sebagai media komunikasi menjadi sangat beragam. Selain facebook, instagram, dan twitter, ada juga aplikasi *TikTok* yang banyak dimiliki kalangan milenial. *TikTok* adalah sebuah aplikasi media sosial dimana para penggunanya bisa berbagi video, musik atau konten apapun dengan durasi pendek. Selain nama *TikTok* aplikasi ini juga dikenal dengan nama *Douyin*, sebuah video pendek vibrato. *TikTok* dikenal dan diluncurkan pertama kali pada september 2016. Pada saat itu, aplikasi ini langsung diterima di Indonesia. Instagram atau disingkat dengan IG adalah sebuah aplikasi berbagi foto/video yang memungkinkan pengguna mengambil foto/video, menerapkan filter digital, dan membagikannya kepada pengguna instagram lain. Satu fitur unik instagram adalah *Reels* yang dapat membuat video dengan musik. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini akan meneliti bagaimana perbandingan pengaruh media sosial tiktok terhadap perilaku beragama mahasiswa muslim khususnya di perguruan tinggi umum Universitas Palangka Raya dan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah.

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ho : Tidak adanya pengaruh media sosial Tiktok dan Instagram terhadap sikap beragama mahasiswa.

Ha : Adanya perbandingan pengaruh media sosial Tiktok dan Instagram terhadap Sikap beragama mahasiswa.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode studi komparatif yaitu penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui jawaban mendasar tentang sebab-akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu. Sumber data primer dari penelitian ini di dapatkan melalui metode survei dengan membagikan kusioner atau angket kepada responden, yang didukung dengan sumber data sekunder yang diperoleh melalui literatur dan sumber bacaan yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya (Sugiyono, 2015:38).

Adapun variabel dari penelitian ini terdiri dari 2 (dua) buah variabel bebas (X1 dan X2), dan 1 (satu) buah variabel terikat (Y), karena penelitian ini menggunakan metode komparatif yang membandingkan dua variabel bebas terhadap variabel terkait. Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007:74). Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989:862). Adapun subjek dalam penelitian ini adalah di perguruan tinggi umum Universitas Palangka Raya dan Insitut Agama Islam Negeri khususnya mahasiswa muslim yang menggunakan media sosial Tiktok. Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik tersebut berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian penelitian (Sarjono dan Julianita, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim angkatan 2021 dan 2022 Perguruan Tinggi Umum Universitas Palangka Raya dan Insitut Agama Islam Negeri Palangka Raya yang masih aktif. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:81). Penelitian ini menentukan sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi atau tingkat kesalahan sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

d^2 : presisi/tingkat kesalahan (digunakan 10% = 0,1)

1 : nilai mutlak

(Riduan dan Akdon, 2009:254)

$$n = \frac{108}{108(0,1)^2 + 1} = \frac{108}{2,08} = 51,92 = 52$$

Dalam penentuan jumlah sampel setiap kelas maka digunakan rumus sebagai berikut

$$ni = \frac{Ni}{N} \times S$$

Keterangan :

ni : jumlah sampel per kelas

Ni : Jumlah populasi per kelas

N : jumlah populasi keseluruhan

S : jumlah sampel yang diambil sesuai dengan rumus Taro Yamane

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Responden

Pada proses penelitian, peneliti melakukannya dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Kuisisioner disebarkan kepada para responden pada tanggal 11 April 2023 peneliti berhasil memperoleh seluruh data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk penelitian ini. Kemudian penelitian ini juga menjadikan mahasiswa Universitas Palangka Raya (UPR) dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya yang masih aktif terdaftar pada tahun ajaran 2022/2023 secara *online* dan yang menggunakan media sosial Tik Tok, sebagai responden yang akan turut serta dalam proses penelitian. Adapun identifikasi responden dapat diuraikan dalam tabel 1 sebagai berikut,

Tabel 1

Identifikasi Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Frekuensi	%
1	2019	1	1,4
2	2020	3	4,1

3	2021	26	35,2
4	2022	44	59,6
Jumlah		74	100

Sumber Data: Catatan penelitian, diolah peneliti.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa seluruh responden yang terbanyak mengisi kuesioner terdapat pada angkatan 2022 dengan 44 responden (59,8%) dan angkatan 2021 dengan 26 responden (35,2%).

2. Analisis Sub Variabel Intensitas (X1)

Analisis Sub Variabel Intensitas (X1) Analisis deskripsi variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui sebaran nilai dari variabel-variabel penelitian. Hal-hal yang akan dikaji dalam membahas deskripsi variabel penelitian adalah banyaknya responden pada tiap-tiap kategori penilaian. Berikut hasil analisis dari sub variabel intensitas yang memuat pertanyaan terkait tanggapan responden terhadap intensitas menggunakan media social dengan aplikasi *Tiktok*.

Tabel 2

Tanggapan Responden terhadap pernyataan seberapa sering menggunakan Aplikasi TikTok

Pertanyaan	Jawaban Responden	frekuensi	%
Seberapa sering anda menggunakan aplikasi tiktok?	5-15 menit	18	24,3
	15-30 menit	21	28,4
	1-2 jam	16	21,6
	Lebih dari 2 jam	19	25,7
Total		74	100

Sumber Data: Catatan penelitian, diolah peneliti.

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab 5-15 menit terhadap pernyataan seberapa sering membuka aplikasi TikTok adalah sebanyak 18 orang (24,3%), jumlah responden yang menjawab 15-30 menit terhadap pernyataan tentang seberapa sering membuka aplikasi TikTok adalah sebanyak 21 orang (28,4%), jumlah responden yang menjawab 1-2 jam terhadap pernyataan seberapa sering membuka aplikasi TikTok adalah sebanyak 16 orang (21,6%), sedangkan yang menjawab lebih dari 2 jam

3. Analisis Sub Variabel Isi Konten (X2)

Analisis deskripsi variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui sebaran nilai dari variabel-variabel penelitian. Hal-hal yang akan dikaji dalam membahas deskripsi variabel penelitian adalah banyaknya responden pada tiap-tiap kategori penilaian. Berikut hasil analisis dari sub variabel isi konten.

Tabel 3

Tanggapan Responden terhadap pernyataan, konten yang sering ditemukan di TikTok

Pertanyaan	Jawaban Responden	frekuensi	%
Saat anda menggunakan tiktok konten apa yang sering anda temukan	Agama	21	28,4
	Hiburan	53	71,6
Total		74	100

Berdasarkan data pada tabel 3 menunjukkan bahwa respon terhadap pernyataan: Saat menggunakan tiktok konten apa yang sering di temukan? Sebanyak 21 orang (28,4%), dari total jumlah responden menjawab konten agama, sedangkan jumlah responden yang menjawab konten hiburan terhadap pernyataan Saat menggunakan tiktok konten apa yang sering ditemukan adalah sebanyak 53 orang (71,6%). Artinya bahwa lebih banyak konten hiburan dalam berbagai varian yang ditemukan atau muncul di beranda pengguna media sosial khususnya tiktok.

4. Analisis Sub Variabel Daya Tarik (X3)

Analisis deskripsi variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui sebaran nilai dari variabel-variabel penelitian. Hal-hal yang akan dikaji dalam membahas deskripsi variabel penelitian adalah banyaknya responden pada tiap-tiap kategori penilaian. Berikut hasil analisis dari sub variabel daya tarik.

Tabel 4

Tanggapan Responden Pernyataan sering meninggalkan sholat karena terlalu asyik

Pertanyaan	Jawaban Responden	frekuensi	%
Apakah anda sering meninggalkan sholat karena terlalu asyik membuka tiktok	Iya	11	14,7
	Tidak	64	85,3
Total		74	100

Sesuai Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sering meninggalkan sholat karena aplikasi TikTok adalah sebanyak 11 orang (14,7%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tidak meninggalkan sholat karena aplikasi TikTok adalah sebanyak 64 orang (85,3%).

5. Analisis Variabel Perilaku Kecanduan Mahasiswa (Y)

Analisis deskripsi variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui sebaran nilai dari variabel-variabel penelitian. Hal-hal yang akan dikaji dalam membahas deskripsi variabel penelitian adalah banyaknya responden pada tiap-tiap kategori penilaian. Berikut hasil analisis dari variabel perilaku kecanduan mahasiswa yang memuat sepuluh variasi pertanyaan:

Tabel 5

Tanggapan responden pernyataan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap keagamaan

Pertanyaan	Jawaban Responden	frekuensi	%
Apakah tiktok berpengaruh terhadap keagamaan anda?	Iya	48	64
	Tidak	27	36
Total		74	100

Melihat Data pada tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab penggunaan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap keagamaan adalah sebanyak 48 orang (64%), sedangkan jumlah responden yang menjawab tiktok tidak berpengaruh terhadap keagamaan adalah sebanyak 27 orang (36%).

Berdasarkan data di atas maka dapat dipahami bahwa media sosial dengan aplikasi tiktok memiliki kecenderungan yang berbeda pada pengguna khususnya mahasiswa. Ada yang menggunakan untuk kepentingan hiburan, ada juga yang menggunakan untuk kepentingan lain seperti mengakses konten agama. Hal ini menguatkan pendapat bahwa media sosial telah mengalami perkembangan dari sisi fungsi, dari komunikasi menjadi akses hiburan, agama, bisnis dan lain sebagainya.

Media sosial sebagai sarana komunikasi telah berkembang menjadi salah satu sarana ekspresi, hiburan, bisnis, bahkan menjadi sarana untuk menyebarluaskan paham pemikiran baik agama, politik, ataupun ide dan gagasan individual atau kelompok. Beberapa ahli mendefinisikan arti media sosial sesuai dengan sudut pandang masing-masing: misalnya Bogan mendefinisikan media sosial sebagai *“a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person (sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa)*. Sedangkan Dailey (2009:3) mengartikan media sosial sebagai konten yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan mudah diakses dan terukur. Hal yang paling utama dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, memperoleh bacaan dan berita, serta mencari konten dan informasi. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi diseluruh dunia saat ini, dimana yang termasuk dalam tiga besar seperti halnya facebook, LinkedIn, dan twitter (Badri, 2011:132). Sejumlah penelitian juga membenarkan bahwa media sosial berdampak pada perilaku beragama mahasiswa. Misalnya penelitian Laras Ayu yang menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis data, terdapat hubungan antara media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa yaitu sebesar 0,416 dan dengan uji linieritas diperoleh nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,173. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa sebesar 17,3% sedangkan sebesar 82,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Demikian pula penelitian Bambang Syamsul Arifin (2008) bahwa mahasiswa yang tergolong remaja memiliki jiwa agama yang tidak stabil. Selain itu, beragam konten-konten, foto maupun video-video negatif yang membuat mahasiswa tersebut tidak fokus dengan ibadahnya. Belum lagi dengan pengaruh fashion dan gaya berbusana yang cenderung tidak sesuai dengan aturan agama dan mengikuti gaya di media social seperti artis baik dalam maupun luar negeri.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh media social telah memberi dampak yang cenderung negative bagi kehidupan beribadah mahasiswa dan persepsi mahasiswa dalam penelitian ini jelas mengakui bahwa media social ikut memberikan dampak bagi perilaku beragamanya.

D. KESIMPULAN

Penggunaan media sosial Tik Tok yang mempunyai intensitas yang cukup tinggi menjadikan para remaja di dunia semakin aktif menggunakannya. Banyak diantara mereka mengaku bahwa mereka menggunakan media sosial Tik Tok untuk sekedar hiburan saja, ada juga yang menggunakan karena tertarik dengan berbagai fitur agama yang sudah tersedia dilaman media social Tik Tok. Ada lagi yang responden yang menggunakan media sosial Tik Tok untuk menonton konten video yang diunggah oleh artis Tik Tok favoritnya, bagi mereka itu adalah salah satu dari bentuk hiburan.

Akan tetapi, dari penggunaan media sosial Tik tok yang secara terus menerus mereka gunakan. Menjadikan mereka juga semakin memiliki perilaku keagamaan yang tidak baik. Perilaku keagamaan yang dimaksud yakni persoalan adab berbicara dan upaya mereka untuk menjaga kehormatan diri. Dari hasil angket yang sudah disebar luaskan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh buruk dari penggunaan media sosial Tik Tok terhadap perilaku keagamaan mereka.

Salah satunya perilaku tersebut yakni meniru perkataan kasar yang mereka tonton di media sosial Tik Tok. Hal ini terbukti dari hasil jawaban responden yang mempunyai nilai presentase 64%. Jelas ini membawa dampak buruk bagi mereka, para remaja yang awalnya tidak tahu menahu akan hal itu setelah melihat dan mendengarnya. Selain meniru perkataan kasar, terdapat hal-hal lain yang mempengaruhi perilaku keagamaan mereka. Hal tersebut seperti mencela seseorang dengan perkataan yang buruk, berdehat, menampakkan aurat. tidak menjaga pandangan, melakukan tindakan tercela, dan yang terakhir bagi para wanita yakni melakukan

Penggunaan media sosial Tik Tok yang lebih dari 2 jam dalam sehari membuat semakin aktif untuk menggunakannya. Frekuensi penggunaan media sosial Tik Tok dengan nilai presentasi (99% menunjukkan bahwa dalam sehari mahasiswa mampu menghabiskan 2 jam lebih waktu mereka dalam mengakses media sosial Tik Tok diantara mereka ada yang sering meninggalkan sholat dengan nilai presentase 14,7%).

E. SARAN

Media sosial TikTok membantu remaja mengembangkan aktivitas yang aman atau berkembang. Namun penggunaan media tiktok tetap harus tahu waktu dan juga membutuhkan peran pengawasan dan semua pemangku kepentingan di kalangan pemuda. Meskipun sebagian besar konten dalam aplikasi TikTok bersifat negatif, konten tersebut juga dapat bersifat positif, termasuk banyak tantangan positif untuk meningkatkan wawasan tentang keagamaan. Aplikasi ini tidak hanya meningkatkan wawasan tentang agama, tetapi juga dapat memotivasi agar lebih rajin beribadah. Saran yang diberikan yaitu sebaiknya meningkatkan dan memperbaiki kegiatan yang berkaitan dengan perilaku keagamaan remaja dan memaksimalkan segala prosesnya dengan mengikuti konten positif pada media sosial tiktok. Sekiranya para remaja selalu menjaga keistiqomahan dalam berakhlak yang baik, terlebih pada saat pembelajaran dan proses kegiatan mengaji, hal ini bertujuan supaya remaja menuai hasil belajar yang memuaskan dan bisa bermanfaat dalam kehidupan yang mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyanti, I. (2021). Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama. *PERILAKU KEBERAGAMAAN DAN FENOMENA MEDIA SOSIAL TIK-TOK PADA GENERASI Z*.
- Alfaini, S. (2021). Jurnal Ilmu-Ilmu Keislamaan dan Masyarakat. *PERSPEKTIF AL-QUR'AN TENTANG KONTEN TARIAN VIRAL PARA MUSLIMAH PADA APLIKASI TIK TOK*.
- Allisa, L. (2023). Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat*.
- Chris Brogan, (2010), *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Busines Online* (Willey Publisher)

Dailey, (2009), *Peculiarities of Social Media Integration Into marketing communications*, Dubuque, IA Brown & Benchmark.

Ghaisani, N. (2021). An Nadwah. *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA DI KECAMATAN BLANGKEJEREN*.

Idris, F. (2021). Studi Kasus Pada Satu Mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas. *Penanganan Perilaku Kecanduan Penggunaan Aplikasi Tiktok*.

INDAH, S. P. (2019). Media Sosial dan Remaja. *Media Sosial dan Remaja*, 1-5.

Khayatun, K. (2022). Theses IAIN Kediri. *Pengaruh Intensitas Menonton Video Islami Di Tik Tok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Usia (12-17 Tahun) Di Dusun Sambikerep Desa Sambikerep Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk*.

Lestari, P. (2022). Hubungan Intensitas Mengakses Konten Islami Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa PAI UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA ANGKATAN 2019 . *Skripsi Puji*.

Lingga, T. R. (2021). *PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA. Makalah Logika*.

Nurmala, M. D. (2020). Perubahan Perilaku Sosial. *Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan*.

Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam . *Skripsi Tugas*.

Rahmawati, E. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Siswa . *Studi Kasus Siswa Kelas IX di SMPN 9 Tangerang Selatan*.

Rahmayani, M. (2021). Jurnal Ilmiah Indonesia. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa*.

Safitri, A. A. (2021). Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis. *Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial*.

Sari, I. N. (2021). Jurnal Mahasiswa Studi Islam. *DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU ISLAMI MAHASISWA DI YOGYAKARTA*.

SUNDARI. (2022). Studi Komparatif Efektivitas Media Sosial Tiktok Dengan Instagram Terhadap Keterbukaan Diri Mahasiswa. *Studi Komparatif*.