



"Streak" sebagai Pengikat Pertemanan: Studi Kualitatif Peran Fitur Gamifikasi TikTok dalam Membentuk Perilaku Sosial Generasi Z (Studi Kasus pada Subjek AN-02)

Muhammad Yahya Muhaimin^{1*}, Adam Raihan Musyaffa², Aldo Frizky Al Bani³,
Tan Evan Tandiyono⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur,
Indonesia

*Penulis Korespondensi: muhaiminyahya264@gmail.com

Abstract. *The penetration of TikTok as a dominant social media platform among Generation Z (born 1997-2012) has introduced new gamification mechanisms that fundamentally reshape patterns of social relationship formation. Among these, the streak feature, which rewards users for maintaining continuous daily communication with others, has emerged as a novel social glue that simultaneously binds and replaces authentic interpersonal bonds. This qualitative descriptive study investigates the role of TikTok gamification features, particularly streak, in shaping the social behavior of Generation Z. The research subject (AN-02) is a 20-year-old female university student from Surabaya who actively uses TikTok. Data were collected through 21 in-depth semi-structured interview sessions yielding 61 data entries across thematic categories including social interaction quality, friendship maintenance, Fear of Missing Out (FOMO), phubbing behavior, personal branding, and digital emotional expression. Findings reveal that the streak feature motivates users to re-establish contact with dormant friendships and maintain routine communication with new acquaintances, effectively functioning as a social obligation mechanism. However, this gamified interaction was found to produce shallow engagement driven by platform incentives rather than genuine emotional connection. The study further identifies that TikTok gamification intensifies FOMO, reinforces phubbing behavior, and contributes to the displacement of face-to-face social interaction with algorithmically mediated digital engagement. These findings call for critical awareness of gamification design in social media platforms and the formulation of digital well-being policies targeting Generation Z.*

Keywords: *TikTok Gamification, Streak Feature, Generation Z, Social Behavior, Friendship, FOMO, Phubbing, Digital Interaction*

Abstrak. Penetrasi TikTok sebagai platform media sosial dominan di kalangan Generasi Z (lahir 1997-2012) telah menghadirkan mekanisme gamifikasi baru yang secara fundamental membentuk ulang pola pembentukan hubungan sosial. Di antara mekanisme tersebut, fitur streak, yaitu fitur yang memberikan penghargaan kepada pengguna atas kesinambungan komunikasi harian dengan sesama pengguna lain, telah menjelma menjadi perekat sosial baru yang secara bersamaan mengikat sekaligus menggantikan ikatan interpersonal yang autentik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran fitur gamifikasi TikTok, khususnya streak, dalam membentuk perilaku sosial Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian seorang mahasiswi berusia 20 tahun asal Surabaya (AN-02) yang aktif menggunakan TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui 21 sesi wawancara semi-terstruktur mendalam yang menghasilkan 61 entry data dalam kategori tematik meliputi kualitas interaksi sosial, pemeliharaan pertemanan, Fear of Missing Out (FOMO), perilaku phubbing, personal branding, dan ekspresi emosional digital. Hasil penelitian mengungkap bahwa fitur streak mendorong pengguna untuk kembali menjalin kontak dengan pertemanan yang sempat tidak aktif serta memelihara komunikasi rutin dengan kenalan baru, sehingga secara efektif berfungsi sebagai mekanisme kewajiban sosial berbasis platform. Namun demikian, interaksi yang digamifikasi ini ditemukan menghasilkan keterlibatan yang dangkal, yang lebih didorong oleh insentif platform daripada koneksi emosional yang tulus. Penelitian ini selanjutnya menemukan bahwa gamifikasi TikTok memperintensif FOMO, memperkuat perilaku

phubbing, dan berkontribusi pada pergeseran interaksi sosial tatap muka menuju keterlibatan digital yang dimediasi oleh algoritma. Temuan ini menuntut kesadaran kritis terhadap desain gamifikasi dalam platform media sosial serta perumusan kebijakan kesejahteraan digital yang menyoar Generasi Z..

Kata kunci: Gamifikasi TikTok, Fitur Streak, Generasi Z, Perilaku Sosial, Pertemanan, FOMO, Phubbing, Interaksi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan manusia, khususnya dalam cara berkomunikasi, memperoleh informasi, dan berinteraksi sosial digital tidak hanya berperan dalam memudahkan akses informasi, tetapi juga menjadi kebutuhan dasar di era digital saat ini, menjembatani antara informasi yang ada dan penggunaannya (Pranoto & Son, 2023). Kehadiran internet dan media sosial menjadikan proses pertukaran informasi berlangsung lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Iskandar & Irawati, 2023). Perubahan ini paling terasa pada generasi muda, terutama Generasi Z, yang sejak awal pertumbuhannya telah hidup berdampingan dengan perangkat digital, media sosial, dan berbagai platform komunikasi berbasis internet (Pandjaitan & Theresia, 2023).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi terbesar di Indonesia berdasarkan hasil sensus tahun 2020, mencapai 27,94% dari total penduduk (Pandjaitan & Theresia, 2023). Kedekatan dengan teknologi digital ini membuat Generasi Z lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, namun sekaligus berpotensi mengalami perubahan dalam pola perilaku sosial akibat penggunaan media sosial secara intensif (Firamadhina & Krisnani, 2021). Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang aktualisasi diri, pembentukan identitas, dan interaksi sosial (Firamadhina & Krisnani, 2021). Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan Generasi Z adalah TikTok (Zabryna & Farihah, 2024). Berdasarkan beberapa laporan, jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia berada pada kisaran 109 juta orang, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia (Huwa & Azis, 2024). TikTok menarik perhatian Generasi Z karena karakteristik platform yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya, memungkinkan mereka untuk mengungkapkan identitas atau jati diri masing-masing (Frans & Nugrahawati, 2024). Fitur-fitur yang interaktif, tampilan konten yang terus berganti melalui algoritma "For You Page", serta

algoritma yang menyesuaikan minat pengguna menyebabkan TikTok menjadi bagian dari rutinitas harian banyak remaja dan mahasiswa (Adhiambo & Odera, 2024).

Kondisi penggunaan TikTok yang intensif kemudian menimbulkan fenomena screen time yang tinggi, yaitu lamanya waktu yang dihabiskan seseorang di depan layar gawai untuk mengakses suatu aplikasi (Adhiambo & Odera, 2024). Warga Indonesia tercatat menghabiskan 64,8 miliar jam di TikTok sepanjang tahun 2023, meningkat 33% dari tahun sebelumnya menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan TikTok dan mengindikasikan potensi kecenderungan penggunaan berlebihan (Huwae & Azis, 2024). Generasi Z menghabiskan waktu lebih lama mengakses media sosial dibandingkan kelompok usia lainnya, dengan 58% responden Generasi Z menghabiskan lebih dari satu jam untuk menjelajahi media sosial, dan 35% mengakses lebih dari 2 jam setiap hari (Schapsis et al., 2024). Generasi Z perempuan menghabiskan rata-rata 193 menit per hari mengakses media sosial, sementara laki-laki rata-rata 163 menit per hari (Schapsis et al., 2024). Intensitas penggunaan yang tinggi ini menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang aktualisasi diri, pembentukan identitas, dan interaksi sosial (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Tingginya screen time pada TikTok dapat membawa dampak tertentu terhadap perilaku sosial Generasi Z (Firamadhina & Krisnani, 2021). Di satu sisi, penggunaan TikTok dapat memberikan manfaat, seperti memperluas wawasan, meningkatkan kreativitas, mempermudah komunikasi, serta membuka kesempatan untuk membangun relasi sosial secara digital (Klarissa et al., 2024). TikTok menyajikan video pendek yang lebih cepat memenuhi kebutuhan informasi Generasi Z dari berbagai hal, tidak hanya sebatas komunikasi tetapi juga hiburan, interaksi, word-of-mouth, dan kustomisasi (Husna & Mairita, 2024). Namun, di sisi lain, penggunaan yang berlebihan juga diduga dapat memengaruhi cara individu berinteraksi dalam kehidupan nyata (Firamadhina & Krisnani, 2021). Intensitas penggunaan TikTok yang tinggi dapat mengubah pola komunikasi, mengurangi frekuensi interaksi tatap muka, menurunkan kepekaan terhadap lingkungan sekitar, serta membentuk kecenderungan untuk lebih aktif di ruang virtual dibandingkan di lingkungan sosial secara langsung (Frans & Nugrahawati, 2024). Fenomena phubbing, yaitu perilaku mengabaikan orang lain karena lebih memilih fokus

pada handphone, menjadi salah satu manifestasi dari dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan (Frans & Nugrahawati, 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku phubbing pada Generasi Z pengguna TikTok sebesar 69,1%, yang berarti semakin tinggi FOMO, semakin tinggi pula perilaku phubbing, yang mengindikasikan perubahan dalam pola interaksi sosial (Frans & Nugrahawati, 2024). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa sebanyak 35% konsumsi media Generasi Z terjadi tanpa pengawasan orang tua, terutama di media sosial (40,7%) dan ponsel (28,2%), yang dapat meningkatkan risiko dampak negatif (Adhiambo & Odera, 2024). Kemajuan teknologi dalam era Society 5.0 membawa dampak perubahan dalam berbagai aspek, termasuk aspek komunikasi dalam interaksi sosial, dengan kemudahan ini tidak hanya memberi dampak positif, tetapi juga memberi dampak negatif (Sitorus & Irwansyah, 2024). Interaksi sosial adalah jenis proses sosial yang paling umum, namun kemajuan teknologi komunikasi telah mengubah dimensi komunikasi dengan menonjolkan komunikasi berbasis Information Communication and Technology (ICT), memengaruhi jarak komunikasi dari personal ke sosial (Sitorus & Irwansyah, 2024).

Perilaku sosial merupakan aspek penting dalam kehidupan individu karena berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menjalin hubungan, berkomunikasi, beradaptasi, dan menunjukkan respons terhadap orang lain di lingkungannya (Pandusaputri et al., 2024; , Pramudita et al., 2022). Generasi Z sebagai kelompok yang sangat dekat dengan media digital memiliki karakteristik sosial yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Firamadhina & Krisnani, 2021). Kedekatan tersebut membuat mereka lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi sekaligus berpotensi mengalami perubahan dalam pola perilaku sosial akibat penggunaan media sosial secara intensif (Firamadhina & Krisnani, 2021). Perubahan perilaku komunikasi Generasi Z dilakukan sebagai bentuk kemudahan dalam berekspresi dan berdialog bersama, dengan kecenderungan lebih suka mendiskusikan topik-topik terkini secara langsung, melalui hangout, atau kelompok diskusi tatap muka, meskipun juga aktif di media sosial (Fitri et al., 2023). Namun, terdapat pemikiran orang lain yang mengganggu kehidupan Generasi Z, baik dalam hal sosial maupun keagamaan, yang

dianggap mengganggu mereka dalam menjalani kehidupan yang mereka inginkan (Zabryna & Farihah, 2024).

Realitas mengenai bentuk hubungan dan interaksi antar manusia yang dijembatani oleh teknologi digital dalam kaca mata ilmiah dapat dikaji melalui teori Computer Mediated Communication (CMC) atau komunikasi termediasi komputer, yang secara sederhana adalah segala bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital (Putri & Pratiwi, 2022). Internet sebagai penopang bentuk CMC telah menjadi jembatan untuk individu berinteraksi sampai pada pelibatan emosi secara virtual (Putri & Pratiwi, 2022). Sistem komunikasi digital yang terbentuk di internet menyebabkan entitas (baik pengguna maupun perangkat) memunculkan model komunikasi tersendiri yang berbeda (Iskandar & Irawati, 2023). Perkembangan teknologi digital memberi pengaruh terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat karena mampu menciptakan medium baru bagi masifikasi informasi (Iskandar & Irawati, 2023). Media baru sebagai bagian dari hasil pengembangan kemajuan teknologi ini menggeser pola gaya hidup masyarakat yang kini beralih ke serba digital termasuk dalam mengonsumsi informasi, membuat masyarakat kini masuk ke dalam era masyarakat informasi (Iskandar & Irawati, 2023).

Oleh karena itu, screen time TikTok menjadi fenomena yang layak untuk dikaji lebih mendalam karena bukan hanya menyangkut kebiasaan penggunaan teknologi, tetapi juga menyentuh aspek perilaku sosial penggunanya (Firamadhina & Krisnani, 2021). Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang penggunaan media sosial, penelitian khusus mengenai penghindaran iklan dan perilaku konsumen Generasi Z di platform seperti TikTok masih terbatas, terutama dalam konteks Indonesia (Cao et al., 2024). Penelitian mengenai dampak screen time TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z penting dilakukan agar diperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai perubahan perilaku sosial yang muncul, baik dalam bentuk positif maupun negatif (Firamadhina & Krisnani, 2021). Literatur yang membahas persepsi Generasi Z terhadap berbagai fenomena, termasuk warisan budaya dan media sosial, masih terbatas, dengan sebagian besar penelitian baru dipublikasikan dalam 2-3 tahun terakhir (Pentescu, 2023). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bagaimana intensitas penggunaan TikTok berhubungan dengan perilaku sosial Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga memiliki potensi untuk memengaruhi kehidupan sosial Generasi Z secara signifikan. Pemahaman yang mendalam tentang fenomena ini akan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pendidikan, bimbingan orang tua, regulasi konten, dan inisiatif kesehatan untuk mengatasi masalah seperti kecanduan layar dan cyberbullying. Teknologi digital telah menjembatani antara informasi yang ada dan kita sebagai penggunanya, dengan interaksi dalam teknologi digital dapat menciptakan pesona hubungan antara kaum muda dan teknologi, khususnya dalam platform komunikasi dan informasi (Pranoto & Son, 2023). Pengaruh teknologi dalam interaksi kaum muda adalah fenomena yang kompleks dengan dampak yang bervariasi dalam artian teknologi memberikan kemudahan akses informasi, konektivitas, dan peluang pendidikan, namun ada pula tantangan seperti risiko kecanduan media sosial, perubahan pola komunikasi langsung, dan perbedaan budaya (Pranoto & Son, 2023). Secara keseluruhan, teknologi telah memberikan banyak manfaat bagi kaum muda dalam meningkatkan cara hidup mereka, dengan teknologi digital sebagai suatu fenomenologi yang memiliki akses mudah terhadap informasi dan kemudahan komunikasi yakni keuntungan utama penggunaan teknologi digital dalam memperdalam pemahaman dan interaksi (Pranoto & Son, 2023).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, khususnya TikTok, serta dampaknya terhadap perilaku sosial Generasi Z.

Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh individu dalam menggunakan TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang bersifat mendalam dan kontekstual, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena yang diteliti.

Narasumber yang menjadi subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang dikategorikan sebagai generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012. Besar sampel dalam penelitian ini yakni sebesar 5 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yang melibatkan pemilihan narasumber berdasarkan kriteria spesifik yang selaras dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang dampak waktu penggunaan TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z.

Narasumber dipilih berdasarkan beberapa kriteria, seperti memiliki akun TikTok aktif, sering menggunakan TikTok, dan bersedia memberikan informasi tentang kebiasaan penggunaan TikTok mereka dan perubahan perilaku sosial yang dirasakan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, yang melibatkan beberapa pertanyaan utama yang disiapkan oleh peneliti, sambil tetap memungkinkan narasumber untuk menguraikan pengalaman, pendapat, dan perspektif mereka.

Melalui teknik purposive sampling ini, para peneliti mampu memperoleh data yang relevan dan mendalam dari narasumber yang selaras dengan fokus penelitian. Teknik ini juga memungkinkan para peneliti untuk memahami pengalaman individu setiap narasumber, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan bagaimana screen time TikTok memengaruhi perilaku sosial sehari-hari Generasi Z. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis melalui proses pengelompokan respons, pengkodean, dan penarikan pola temuan yang berkaitan dengan dampak penggunaan TikTok pada perilaku sosial.

Masa waktu yang dipakai dalam penelitian ini adalah selama 4 bulan, mulai Bulan Maret - Juni 2026.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat 5 orang narasumber yang bersedia untuk terlibat dalam penelitian. Para narasumber ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 1 Deskripsi Karakteristik Narasumber

No	Narasumber	Gender	Usia	Asal	Warna Favorit	Hobi	Kesukaan
1	Subject SC-01	Perempuan	20 Tahun	Sidoarjo	Pink	Traveling	Traveling
2	Subject AN-02	Perempuan	20 Tahun	Surabaya	Biru	Travelling, Masak	Tidur
3	Subject FR-03	Perempuan	20 Tahun	Surabaya	Sky blue	Masak	Alfaras

4	Subject KN-04	Perempuan	20 Tahun	Sidoarjo	Biru Muda	Baking	Scroll Sosmed
5	Subject EL-05	Perempuan	20 Tahun	Sidoarjo	Pink	Travelling	Makan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

No	Narasumber	Tokoh Inspiratif	Kata-Kata Motivasi Inspiratif
1	Subject SC-01	Maudy Ayunda	“Be brave enough to grow”
2	Subject AN-02	Maudy Ayunda	“Jangan berhenti menuntut ilmu selama kita masih menghirup udara”
3	Subject FR-03	Kylie Jenner	“Di dunia yang penuh tren, aku ingin tetap menjadi klasik”
4	Subject KN-04	Nikita Willy	“Pentingnya terus belajar, bersyukur, serta berani menjalani proses panjang untuk menjadi pribadi yang lebih baik”
5	Subject EL-05	Elon Musk	“Orang yang paling sukses adalah mereka yang berani mengambil risiko saat orang lain masih sibuk berpikir”

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel di atas maka dapat dilihat bahwa narasumber yang menjadi informan digambarkan sebagai berikut:

1. Narasumber pada penelitian terdapat 5 Perempuan.
2. Narasumber pada penelitian ini dalam rentang usia 20 Tahun (Gen Z).
3. Narasumber berasal dari lintas lokal yang berbeda.
4. Narasumber memiliki warna favorit yang berbeda.
5. Narasumber memiliki hobi yang tidak jauh berbeda.
6. Narasumber memiliki kesukaan yang berbeda.
7. Narasumber memiliki tokoh inspiratif yang berbeda.
8. Narasumber memiliki kata-kata motivasi yang berbeda.

Berdasarkan gambaran deskripsi diatas, maka terlihat bahwa para narasumber memiliki tingkat similaritas yang rendah dan memiliki keunikan yang berbeda sehingga dapat dijadikan subjek pada penelitian ini.

HASIL PENGOLAHAN DATA

Tabel 2 Hasil Pengolahan Data Subjek AN-02

Aspek Ke-	Kegiatan Berkaitan TikTok	Entry Number	Pengalaman Dalam Menggunakan TikTok
1	Pola Penggunaan TikTok Sehari-hari	1	"...Pada hari kerja, saya menggunakan TikTok sekitar 5 jam, tetapi tidak secara terus-menerus...."
		2	"...Pada akhir pekan, saya bisa menggunakan TikTok lebih dari 10 jam karena tidak melakukan banyak kegiatan...."
2	Pentingnya TikTok dalam Kehidupan Sehari-hari	3	"...Menurut saya, TikTok merupakan aplikasi yang penting dalam kehidupan sehari-hari..."
		4	"...TikTok membantu saya mengikuti tren yang sedang berkembang agar tidak tertinggal informasi atau hal-hal yang sedang ramai dibicarakan..."
3	Waktu Penggunaan TikTok	5	"...Saya membuka TikTok dalam berbagai situasi, seperti ketika merasa bosan dan saat memiliki waktu luang..."
		6	"...Saya juga membuka TikTok setelah bangun tidur maupun sebelum tidur..."
4	Awal Penggunaan TikTok	7	"...Saya mulai menggunakan TikTok sekitar tahun 2019, tetapi pada saat itu belum menjadi pengguna aktif..."
		8	"...Keaktifan saya dalam menggunakan TikTok mulai meningkat pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19 karena banyak waktu dihabiskan di rumah..."
		9	"...Pada masa pandemi, saya mulai membuka TikTok, <i>scroll</i> konten, membuat video TikTok, dan mengikuti tren yang sedang berkembang..."
5	Kebiasaan Scroll Konten Secara Berlebihan	10	"...Saya pernah beberapa kali berniat membuka TikTok hanya sebentar..."

		11	“...Niat untuk membuka TikTok sebentar sering kali berubah menjadi penggunaan yang lebih lama dari yang direncanakan...”
6	Ketergantungan terhadap TikTok sebagai Hiburan	12	“...Saya merasa sulit apabila dalam satu hari tidak membuka TikTok karena merasa jenuh dan tidak memiliki hiburan...”
		13	“...Setelah merasa lelah menjalani aktivitas sehari-hari, saya merasa terdorong untuk membuka TikTok sebagai hiburan...”
		14	“...Ketika hendak tidur, saya merasa sulit untuk tidak membuka TikTok sehingga akhirnya tetap menggunakan aplikasi tersebut...”
7	Penggunaan TikTok saat Berkumpul dengan Orang Lain	15	“...Saya masih sering menggunakan TikTok ketika sedang berkumpul dengan teman...”
		16	“...TikTok sering digunakan ketika berkumpul karena dapat menjadi media untuk membuat konten bersama yang sedang menjadi tren...”
8	Etika Penggunaan TikTok dalam Interaksi Sosial	17	“...Menurut saya, membuka TikTok sendiri saat sedang berkumpul dan berbincang dengan orang lain merupakan perilaku yang kurang etis...”
		18	“...Perilaku membuka TikTok sendiri saat orang lain sedang berbicara dapat terlihat kurang sopan dan tidak sebaiknya dilakukan...”
		19	“...Namun, membuka TikTok saat berkumpul masih dapat dimaklumi apabila topik pembicaraan sudah selesai...”
9	Dampak Penggunaan TikTok	20	“...TikTok memiliki dampak negatif karena dapat menimbulkan kecanduan...”
		21	“...Scroll TikTok dapat membuat tugas menjadi terbengkalai dan menyebabkan saya mudah terdistraksi...”
		22	“...Kebiasaan <i>Scroll</i> TikTok secara berlebihan dapat membuat pengguna tidur lebih larut dari waktu tidur normal...”

		23	"...Pengguna dapat terus <i>Scroll</i> TikTok hingga menjelang pagi karena terlalu asyik menikmati konten yang muncul..."
		24	"...Scroll TikTok memiliki dampak positif ke saya karena saya dapat memperoleh informasi yang tidak selalu didapatkan dari kehidupan sehari-hari..."
		25	"...TikTok dapat membantu saya memperoleh informasi mengenai kesehatan mental dengan penyajian visual yang lebih mudah dipahami..."
10	Perbandingan Budaya di Lingkungan Sekitar Dengan Tren Tiktok	26	"...Menurut saya, perbedaan antara tren di TikTok dan kondisi lingkungan sekitar bukanlah masalah..."
		27	"...Tidak semua orang harus mengikuti tren yang sedang berkembang di TikTok..."
		28	"...Mengikuti atau tidak mengikuti tren TikTok bergantung pada kenyamanan masing-masing individu..."
11	Pengaruh TikTok terhadap Keinginan Membeli Suatu Produk	29	"...Saya sering terpengaruh oleh konten TikTok, terutama pada produk <i>Skincare</i> ..."
		30	"...Konten produk yang muncul di TikTok dapat membuat saya tertarik untuk membeli produk tertentu..."
12	Pengaruh TikTok terhadap Personal Branding	31	"...TikTok memengaruhi personal branding saya..."
		32	"...Pengaruh TikTok terhadap personal branding terlihat dalam cara saya berinteraksi dengan orang lain, baik secara daring maupun secara langsung..."
13	Kebutuhan yang Diperoleh dari TikTok	33	"...Saya memperoleh hiburan dari TikTok..."
		34	"...Saya memperoleh informasi dan inspirasi dari TikTok..."

		35	“...TikTok juga dapat menjadi sarana untuk merasa memiliki teman berbicara...”
14	Jenis Konten yang Sering Dikonsumsi	36	“...Konten yang paling sering saya tonton adalah konten seputar busana...”
		37	“...Saya juga sering menonton konten mukbang di TikTok...”
		38	“...Saya sering menonton konten K-pop karena memiliki ketertarikan terhadap K-pop...”
		39	“...TikTok pernah menjadi sarana bagi saya untuk mengekspresikan diri...”
15	TikTok sebagai Media Ekspresi Diri	40	“...Saya lebih sering mengekspresikan diri melalui fitur repost...”
		41	“...Saya jarang mengunggah video, dan apabila mengunggahnya, video tersebut biasanya hanya ditujukan untuk dibagikan kepada teman...”
		42	“...Konten yang muncul di FYP sering kali sesuai dengan kondisi emosional yang sedang saya rasakan...”
16	Kesesuaian FYP dengan Kondisi Emosional Pengguna	43	“...Ketika saya sedang sedih, terkadang muncul kutipan yang sesuai dengan pengalaman atau perasaan saya...”
		44	“...Ketika teman-teman membahas tren TikTok yang tidak saya ketahui, saya merasa terdorong untuk mencari tahu tren tersebut...”
17	Fear of Missing Out terhadap Tren TikTok	45	“...Saya merasa perlu mengetahui tren TikTok agar tidak tertinggal informasi...”
		46	“...Menurut saya, mengetahui hal-hal yang sedang viral di TikTok merupakan hal yang penting...”
		47	“...Seseorang dapat diejek apabila tidak mengetahui tren yang sedang ramai dibicarakan...”
		48	“...Orang yang tidak mengetahui hal viral dapat dianggap kurang mengikuti perkembangan...”
		49	“...Fokus saya terhadap TikTok atau lawan bicara bergantung pada situasi...”
18	Penggunaan TikTok saat Berinteraksi dengan Lingkungan Sekitar	50	“...Apabila saya merasa nyaman dengan suasana dan lawan bicara, saya akan meletakkan telepon genggam...”

		51	"...Apabila saya merasa kurang nyaman, saya cenderung membuka dan menggulir TikTok..."
		52	"...Kebiasaan membuka TikTok saat sedang bersama orang lain dapat mengganggu hubungan sosial..."
		53	"...Membuka TikTok ketika sedang berbicara dengan orang lain dapat membuat lawan bicara merasa tidak dihargai..."
19	Perubahan Cara Berinteraksi dengan Lingkungan Sekitar setelah Menggunakan TikTok	54	"...Terdapat perubahan dalam cara saya berinteraksi dengan orang lain setelah menggunakan TikTok..."
		55	"...Perubahan tersebut dipengaruhi oleh konten FYP yang membahas cara berinteraksi dengan teman secara baik..."
		56	"...Konten bertema psikologi di TikTok membuat saya lebih memahami cara berkomunikasi dengan orang lain..."
20	TikTok sebagai Sarana yang Mempererat Hubungan Pertemanan	57	"...TikTok dapat membuat hubungan pertemanan menjadi lebih dekat..."
		58	"...Fitur streak membuat pengguna yang sebelumnya jarang berkomunikasi menjadi kembali saling menghubungi..."
		59	"...Menurut saya, fitur streak dapat mempererat hubungan dengan teman baru maupun teman lama..."
21	Dampak TikTok terhadap Perilaku Sosial Gen Z	60	"...Menurut saya, dampak TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z cenderung seimbang antara positif dan negatif..."
		61	"...TikTok tidak mungkin hanya memberikan dampak positif karena tetap terdapat dampak negatif di dalamnya..."

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5.2, Subjek AN-02 memberikan total 61 entry pernyataan. Data tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam 21 tema/aspek yang berkaitan dengan pola penggunaan TikTok, ketergantungan, FOMO, interaksi sosial, ekspresi diri, personal branding, dan dampak positif maupun negatif penggunaan TikTok

PEMBAHASAN

Pola Penggunaan TikTok dan Ketergantungan terhadap Platform

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Subjek AN-02 memiliki pola penggunaan TikTok yang cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-1 *entry number 1* yang mengatakan bahwa “...Pada hari kerja, saya menggunakan TikTok sekitar 5 jam, tetapi tidak secara terus-menerus...” Selain itu, pada *entry number 2* narasumber juga mengatakan bahwa “...Pada akhir pekan, saya bisa menggunakan TikTok lebih dari 10 jam karena tidak melakukan banyak kegiatan...” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas harian narasumber.

Berdasarkan data tersebut, dapat dipahami bahwa screen time TikTok pada Subjek AN-02 tergolong cukup tinggi. Walaupun penggunaan pada hari kerja tidak dilakukan secara terus-menerus, durasi penggunaan yang mencapai sekitar 5 jam tetap menunjukkan adanya keterikatan yang kuat terhadap aplikasi tersebut. Sementara itu, pada akhir pekan durasi penggunaan dapat meningkat lebih tinggi karena narasumber memiliki lebih banyak waktu kosong.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa TikTok tidak lagi hanya berfungsi sebagai aplikasi hiburan biasa, tetapi sudah menjadi platform yang memiliki tempat tersendiri dalam aktivitas sehari-hari narasumber. Semakin sering aplikasi digunakan, semakin besar pula kemungkinan terbentuknya kebiasaan yang sulit dilepaskan. Oleh karena itu, pola penggunaan TikTok pada Subjek AN-02 dapat dilihat sebagai bentuk awal dari ketergantungan terhadap platform digital.

Pentingnya TikTok dalam Kehidupan Sehari-hari Subjek AN-02

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa TikTok dianggap sebagai aplikasi yang penting oleh Subjek AN-02. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-2 *entry number 3* yang mengatakan bahwa “...Menurut saya, TikTok merupakan aplikasi yang penting dalam kehidupan sehari-hari...” Pernyataan ini menunjukkan bahwa TikTok telah memiliki posisi yang cukup besar dalam keseharian narasumber.

Selain itu, pada *entry number 4* narasumber mengatakan bahwa “...TikTok membantu saya mengikuti tren yang sedang berkembang agar tidak tertinggal informasi atau hal-hal yang sedang ramai dibicarakan...” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan untuk mengisi waktu luang, tetapi juga menjadi sumber informasi mengenai hal-hal yang sedang populer di lingkungan sosial.

Dengan demikian, TikTok bagi Subjek AN-02 bukan hanya media hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk tetap terhubung dengan perkembangan tren. Narasumber merasa bahwa mengetahui hal-hal yang sedang ramai dibicarakan menjadi penting agar tidak tertinggal dari lingkungan sosialnya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan TikTok dengan kebutuhan sosial narasumber untuk tetap relevan dalam percakapan sehari-hari.

Awal Mula dan Perkembangan Penggunaan TikTok

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok oleh Subjek AN-02 mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-4 *entry number 7* yang mengatakan bahwa “...Saya mulai menggunakan TikTok sekitar tahun 2019, tetapi pada saat itu belum menjadi pengguna aktif...” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pada awalnya TikTok belum menjadi aplikasi yang digunakan secara intensif oleh narasumber.

Namun, penggunaan TikTok mulai meningkat pada masa pandemi Covid-19. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 8* yang mengatakan bahwa “....Keaktifan saya dalam menggunakan TikTok mulai meningkat pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19 karena banyak waktu dihabiskan di rumah...” Selanjutnya, pada *entry number 9* narasumber juga menyampaikan bahwa “...Pada masa pandemi, saya mulai membuka TikTok, scroll konten, membuat video TikTok, dan mengikuti tren yang sedang berkembang...”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa kondisi pandemi menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan penggunaan TikTok. Banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah membuat narasumber memiliki kesempatan lebih besar untuk membuka TikTok, menikmati konten, membuat video, dan mengikuti tren. Dari sini terlihat bahwa penggunaan TikTok berkembang bukan secara tiba-tiba, tetapi melalui proses yang dipengaruhi oleh situasi sosial dan kondisi lingkungan pada saat itu.

Kebiasaan Scroll Berlebihan dan Ketergantungan sebagai Hiburan

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Subjek AN-02 mengalami kebiasaan scroll konten secara berlebihan. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-5 *entry number* 10 yang mengatakan bahwa “...*Saya pernah beberapa kali berniat membuka TikTok hanya sebentar...*” Namun pada *entry number* 11 narasumber mengatakan bahwa “...*Niat untuk membuka TikTok sebentar sering kali berubah menjadi penggunaan yang lebih lama dari yang direncanakan...*”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki daya tarik yang membuat narasumber sulit membatasi waktu penggunaannya. Niat awal yang hanya ingin membuka aplikasi sebentar dapat berubah menjadi penggunaan yang lebih lama karena konten yang terus muncul dan menarik perhatian. Hal ini menjadi salah satu ciri dari penggunaan media sosial yang mulai tidak terkontrol.

Selain itu, pada aspek ke-6 *entry number* 12 narasumber menyampaikan bahwa “...*Saya merasa sulit apabila dalam satu hari tidak membuka TikTok karena merasa jenuh dan tidak memiliki hiburan...*” Pada *entry number* 13 narasumber juga mengatakan bahwa “...*Setelah merasa lelah menjalani aktivitas sehari-hari, saya merasa terdorong untuk membuka TikTok sebagai hiburan...*” Bahkan pada *entry number* 14 narasumber menyampaikan bahwa “...*Ketika hendak tidur, saya merasa sulit untuk tidak membuka TikTok sehingga akhirnya tetap menggunakan aplikasi tersebut...*”.

Berdasarkan data tersebut, TikTok menjadi sarana hiburan utama bagi Subjek AN-02, khususnya ketika merasa bosan, lelah, atau hendak tidur. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya didorong oleh rasa ingin tahu, tetapi juga oleh kebutuhan emosional untuk mendapatkan hiburan secara cepat. Namun, apabila tidak dikendalikan, kebiasaan ini dapat menimbulkan ketergantungan dan mengganggu pengelolaan waktu sehari-hari.

Penggunaan TikTok dalam Konteks Sosial dan Etika Interaksi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok juga digunakan oleh Subjek AN-02 dalam konteks sosial, terutama ketika sedang berkumpul dengan teman. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-7 *entry number* 15 yang mengatakan bahwa “...*Saya masih sering menggunakan TikTok ketika sedang berkumpul*

dengan teman...” Pada *entry number* 16 narasumber juga mengatakan bahwa “...TikTok sering digunakan ketika berkumpul karena dapat menjadi media untuk membuat konten bersama yang sedang menjadi tren...”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi sarana interaksi sosial. Dalam situasi tertentu, TikTok justru dapat mempererat kebersamaan karena digunakan untuk membuat konten bersama atau mengikuti tren yang sedang ramai. Dengan kata lain, TikTok tidak selalu menjauhkan seseorang dari lingkungan sosial, tetapi juga dapat menjadi alat untuk menciptakan aktivitas bersama.

Namun, penggunaan TikTok dalam situasi sosial juga memiliki batas etika. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-8 *entry number* 17 yang mengatakan bahwa “...Menurut saya, membuka TikTok sendiri saat sedang berkumpul dan berbincang dengan orang lain merupakan perilaku yang kurang etis...” Pada *entry number* 18 narasumber juga mengatakan bahwa “...Perilaku membuka TikTok sendiri saat orang lain sedang berbicara dapat terlihat kurang sopan dan tidak sebaiknya dilakukan...”.

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa Subjek AN-02 menyadari adanya batasan dalam penggunaan TikTok ketika berinteraksi dengan orang lain. TikTok dapat diterima apabila digunakan bersama-sama atau ketika pembicaraan sudah selesai, tetapi menjadi kurang sopan apabila digunakan sendiri saat orang lain sedang berbicara. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok perlu memperhatikan konteks sosial agar tidak mengganggu kualitas interaksi secara langsung.

Dampak Positif dan Negatif TikTok terhadap Psikologi Subjek AN-02

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memberikan dampak negatif sekaligus positif bagi Subjek AN-02. Dampak negatif terlihat pada aspek ke-9 *entry number* 20 yang menyatakan bahwa “...TikTok memiliki dampak negatif karena dapat menimbulkan kecanduan...” Pada *entry number* 21 narasumber juga mengatakan bahwa “...Scroll TikTok dapat membuat tugas menjadi terbengkalai dan menyebabkan saya mudah terdistraksi...”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat mengganggu fokus dan produktivitas. Ketika narasumber terlalu lama menggulir konten, tugas atau

kewajibkan lain dapat tertunda. Hal ini memperlihatkan bahwa TikTok memiliki potensi untuk menimbulkan distraksi apabila digunakan secara berlebihan.

Dampak negatif lainnya terlihat pada *entry number* 22 dan 23. Narasumber menyatakan bahwa “...*Kebiasaan Scroll TikTok secara berlebihan dapat membuat pengguna tidur lebih larut dari waktu tidur normal...*” Selain itu, narasumber juga mengatakan bahwa “...*Pengguna dapat terus Scroll TikTok hingga menjelang pagi karena terlalu asyik menikmati konten yang muncul...*” Hal ini menunjukkan bahwa TikTok dapat memengaruhi pola tidur apabila pengguna tidak memiliki batasan waktu yang jelas.

Namun, TikTok juga memberikan dampak positif. Pada *entry number* 24 narasumber mengatakan bahwa “...*Scroll TikTok memiliki dampak positif ke saya karena saya dapat memperoleh informasi yang tidak selalu didapatkan dari kehidupan sehari-hari...*” Pada *entry number* 25 narasumber juga mengatakan bahwa “...*TikTok dapat membantu saya memperoleh informasi mengenai kesehatan mental dengan penyajian visual yang lebih mudah dipahami...*”

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki dua sisi. Di satu sisi, TikTok dapat menyebabkan kecanduan, distraksi, dan gangguan waktu tidur. Namun di sisi lain, TikTok juga dapat menjadi sumber informasi, inspirasi, dan pengetahuan, termasuk informasi mengenai kesehatan mental. Dampak yang muncul sangat bergantung pada bagaimana pengguna mengatur waktu dan memilih konten yang dikonsumsi.

Pengaruh TikTok terhadap Perilaku Konsumsi dan Personal Branding

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat memengaruhi perilaku konsumsi Subjek AN-02. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-11 *entry number* 29 yang mengatakan bahwa “...*Saya sering terpengaruh oleh konten TikTok, terutama pada produk Skincare...*” Pada *entry number* 30 narasumber juga mengatakan bahwa “...*Konten produk yang muncul di TikTok dapat membuat saya tertarik untuk membeli produk tertentu...*”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konten TikTok memiliki pengaruh terhadap keinginan membeli suatu produk. Konten yang muncul secara berulang, dikemas

menarik, dan sesuai dengan minat pengguna dapat mendorong munculnya rasa ingin mencoba atau membeli. Dalam hal ini, TikTok berperan sebagai media yang dapat memengaruhi keputusan konsumsi, khususnya pada produk skincare.

Selain perilaku konsumsi, TikTok juga memengaruhi personal branding narasumber. Hal ini ditunjukkan pada aspek ke-12 *entry number* 31 yang mengatakan bahwa “...TikTok memengaruhi personal branding saya...” Pada *entry number* 32 narasumber menyampaikan bahwa “...Pengaruh TikTok terhadap personal branding terlihat dalam cara saya berinteraksi dengan orang lain, baik secara daring maupun secara langsung...”

Berdasarkan pernyataan tersebut, TikTok tidak hanya berpengaruh pada apa yang dibeli oleh narasumber, tetapi juga pada bagaimana narasumber membentuk citra diri. Konten yang dikonsumsi di TikTok dapat memengaruhi cara berpakaian, cara berbicara, cara berinteraksi, serta cara menampilkan diri di ruang digital maupun dalam kehidupan nyata.

TikTok sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Psikologis

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa TikTok menjadi sarana pemenuhan kebutuhan psikologis bagi Subjek AN-02. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-13 *entry number* 33 yang mengatakan bahwa “...Saya memperoleh hiburan dari TikTok...” Pada *entry number* 34 narasumber juga mengatakan bahwa “...Saya memperoleh informasi dan inspirasi dari TikTok...”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok memenuhi beberapa kebutuhan dasar narasumber, seperti kebutuhan hiburan, informasi, dan inspirasi. TikTok memberikan akses cepat terhadap berbagai jenis konten yang dapat disesuaikan dengan minat pengguna. Hal ini membuat TikTok menjadi aplikasi yang mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan emosional maupun kognitif.

Selain itu, pada *entry number* 35 narasumber mengatakan bahwa “...TikTok juga dapat menjadi sarana untuk merasa memiliki teman berbicara...” Pernyataan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya dipahami sebagai aplikasi hiburan, tetapi juga dapat menciptakan kesan kedekatan emosional. Konten yang sesuai dengan kondisi pengguna dapat membuat pengguna merasa dipahami, ditemani, atau tidak sendirian.

Dengan demikian, TikTok memiliki fungsi psikologis yang cukup kuat bagi Subjek AN-02. TikTok dapat menjadi tempat untuk mencari hiburan ketika jenuh, mencari inspirasi ketika membutuhkan ide, serta mencari konten yang terasa dekat dengan kondisi pribadi. Namun, apabila kebutuhan ini terlalu bergantung pada TikTok, maka pengguna dapat lebih sulit mencari sumber hiburan atau dukungan dari lingkungan nyata..

TikTok sebagai Media Ekspresi Diri dan Relevansi Emosional Konten

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi salah satu media ekspresi diri bagi Subjek AN-02. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-15 *entry number 39* yang mengatakan bahwa “...TikTok pernah menjadi sarana bagi saya untuk mengekspresikan diri...” Namun, bentuk ekspresi diri tersebut tidak selalu dilakukan melalui unggahan video secara langsung.

Pada *entry number 40* narasumber menyatakan bahwa “...Saya lebih sering mengekspresikan diri melalui fitur *repost*...” Selanjutnya, pada *entry number 41* narasumber mengatakan bahwa “...Saya jarang mengunggah video, dan apabila mengunggahnya, video tersebut biasanya hanya ditujukan untuk dibagikan kepada teman...” Hal ini menunjukkan bahwa ekspresi diri narasumber cenderung dilakukan secara tidak langsung, yaitu dengan membagikan ulang konten yang sesuai dengan dirinya.

Selain itu, TikTok juga memiliki keterkaitan dengan kondisi emosional narasumber. Pada aspek ke-16 *entry number 42* narasumber mengatakan bahwa “...Konten yang muncul di FYP sering kali sesuai dengan kondisi emosional yang sedang saya rasakan...” Pada *entry number 43* narasumber juga menyampaikan bahwa “...Ketika saya sedang sedih, terkadang muncul kutipan yang sesuai dengan pengalaman atau perasaan saya...”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa algoritma TikTok yang menampilkan konten sesuai minat pengguna dapat menciptakan rasa relevansi emosional. Ketika konten yang muncul sesuai dengan suasana hati, narasumber merasa lebih dekat dengan isi konten tersebut. Hal ini dapat memberikan rasa nyaman, tetapi juga dapat membuat pengguna semakin lama berada dalam aplikasi karena merasa konten yang muncul “mengerti” kondisi dirinya.

Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Tren TikTok

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Subjek AN-02 mengalami kecenderungan Fear of Missing Out atau FOMO terhadap tren TikTok. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-17 *entry number* 44 yang mengatakan bahwa *"...Ketika teman-teman membahas tren TikTok yang tidak saya ketahui, saya merasa terdorong untuk mencari tahu tren tersebut..."* Pernyataan ini menunjukkan bahwa pembicaraan sosial di lingkungan sekitar dapat mendorong narasumber untuk mengikuti tren TikTok.

Pada *entry number* 45 narasumber juga mengatakan bahwa *"...Saya merasa perlu mengetahui tren TikTok agar tidak tertinggal informasi..."* Kemudian pada *entry number* 46 narasumber menyatakan bahwa *"...Menurut saya, mengetahui hal-hal yang sedang viral di TikTok merupakan hal yang penting..."* Hal ini menunjukkan bahwa tren TikTok dianggap sebagai bagian dari informasi sosial yang perlu diketahui.

Kecenderungan FOMO semakin terlihat pada *entry number* 47 dan 48. Narasumber menyatakan bahwa *"...Seseorang dapat diejek apabila tidak mengetahui tren yang sedang ramai dibicarakan..."* Selain itu, narasumber juga mengatakan bahwa *"...Orang yang tidak mengetahui hal viral dapat dianggap kurang mengikuti perkembangan..."*

Berdasarkan data tersebut, FOMO muncul karena adanya tekanan sosial untuk tetap mengikuti hal-hal yang sedang populer. Bagi Subjek AN-02, mengetahui tren TikTok bukan hanya persoalan hiburan, tetapi juga berkaitan dengan penerimaan sosial. Jika seseorang tidak mengetahui tren yang sedang ramai, ia dapat dianggap kurang mengikuti perkembangan atau bahkan menjadi bahan ejekan. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki pengaruh terhadap rasa percaya diri dan posisi sosial seseorang dalam lingkungannya.

Dampak TikTok terhadap Kualitas Interaksi Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat memengaruhi kualitas interaksi sosial Subjek AN-02. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-18 *entry number* 49 yang mengatakan bahwa *"...Fokus saya terhadap TikTok atau lawan bicara bergantung pada situasi..."* Pernyataan ini menunjukkan bahwa perhatian narasumber dalam interaksi sosial dapat berubah tergantung kenyamanan situasi.

Pada *entry number 50* narasumber menyatakan bahwa “...*Apabila saya merasa nyaman dengan suasana dan lawan bicara, saya akan meletakkan telepon genggam...*” Namun pada *entry number 51* narasumber mengatakan bahwa “...*Apabila saya merasa kurang nyaman, saya cenderung membuka dan menggulir TikTok...*” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi pelarian ketika narasumber merasa kurang nyaman dalam situasi sosial.

Dampak terhadap kualitas interaksi sosial terlihat lebih jelas pada *entry number 52* dan *53*. Narasumber mengatakan bahwa “...*Kebiasaan membuka TikTok saat sedang bersama orang lain dapat mengganggu hubungan sosial...*” Selain itu, narasumber juga menyatakan bahwa “...*Membuka TikTok ketika sedang berbicara dengan orang lain dapat membuat lawan bicara merasa tidak dihargai...*”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa penggunaan TikTok ketika sedang berinteraksi dengan orang lain dapat menurunkan kualitas komunikasi. Lawan bicara dapat merasa diabaikan atau tidak dihargai apabila seseorang terlalu fokus pada TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok perlu dikendalikan, terutama ketika sedang berada dalam situasi sosial secara langsung.

TikTok sebagai Sarana Pengembangan Diri dan Penguatan Hubungan Pertemanan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berdampak negatif, tetapi juga dapat membantu Subjek AN-02 dalam mengembangkan cara berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-19 *entry number 54* yang mengatakan bahwa “...*Terdapat perubahan dalam cara saya berinteraksi dengan orang lain setelah menggunakan TikTok...*”.

Pada *entry number 55* narasumber menyampaikan bahwa “...*Perubahan tersebut dipengaruhi oleh konten FYP yang membahas cara berinteraksi dengan teman secara baik...*” Selanjutnya, pada *entry number 56* narasumber mengatakan bahwa “...*Konten bertema psikologi di TikTok membuat saya lebih memahami cara berkomunikasi dengan orang lain...*” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi sumber pembelajaran sosial bagi narasumber.

Selain itu, TikTok juga dapat mempererat hubungan pertemanan. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-20 *entry number 57* yang mengatakan bahwa

"...TikTok dapat membuat hubungan pertemanan menjadi lebih dekat..." Pada entry number 58 narasumber juga mengatakan bahwa *"...Fitur streak membuat pengguna yang sebelumnya jarang berkomunikasi menjadi kembali saling menghubungi..."* Kemudian pada entry number 59 narasumber menyatakan bahwa *"...Menurut saya, fitur streak dapat mempererat hubungan dengan teman baru maupun teman lama..."*.

Berdasarkan data tersebut, TikTok dapat menjadi sarana penguatan hubungan sosial apabila digunakan dengan cara yang tepat. Fitur interaktif seperti streak dapat mendorong pengguna untuk kembali berkomunikasi dengan teman lama maupun teman baru. Selain itu, konten edukatif seputar psikologi dan komunikasi dapat membantu pengguna memahami cara berinteraksi yang lebih baik.

Dampak TikTok terhadap Perilaku Sosial Generasi Z berdasarkan pengalaman Subjek AN-02

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z tidak dapat dilihat hanya dari satu sisi. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada aspek ke-21 entry number 60 yang mengatakan bahwa *"...Menurut saya, dampak TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z cenderung seimbang antara positif dan negatif..."*. Pada entry number 61 narasumber juga mengatakan bahwa *"...TikTok tidak mungkin hanya memberikan dampak positif karena tetap terdapat dampak negatif di dalamnya..."*.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Subjek AN-02 memiliki pandangan yang cukup seimbang terhadap TikTok. Narasumber tidak hanya melihat TikTok sebagai aplikasi yang merugikan, tetapi juga tidak menutup mata terhadap dampak negatif yang dapat muncul. Dengan kata lain, TikTok dapat memberikan manfaat maupun masalah tergantung pada cara penggunaannya.

Secara positif, TikTok dapat menjadi sumber informasi, hiburan, inspirasi, media ekspresi diri, sarana pengembangan komunikasi, dan penguat relasi pertemanan. Namun secara negatif, TikTok juga dapat menimbulkan kecanduan, kebiasaan scroll berlebihan, gangguan produktivitas, gangguan pola tidur, FOMO, dan penurunan kualitas interaksi sosial secara langsung.

Dengan demikian, dampak TikTok terhadap perilaku sosial Generasi Z bersifat kompleks. TikTok dapat membantu Generasi Z untuk lebih terhubung dengan informasi dan lingkungan sosial digital, tetapi juga dapat mengurangi kualitas hubungan sosial apabila penggunaannya tidak terkontrol. Oleh karena itu, penggunaan TikTok perlu dilakukan secara bijak agar manfaatnya dapat diperoleh tanpa mengabaikan kehidupan sosial secara nyata.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Subjek AN-02, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki peran yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari narasumber. Intensitas penggunaan yang tinggi menunjukkan adanya kecenderungan ketergantungan, yang ditandai dengan kesulitan mengontrol durasi penggunaan, dorongan untuk selalu membuka aplikasi, serta munculnya gejala Fear of Missing Out (FOMO) akibat tekanan sosial dari lingkungan pertemanan. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, inspirasi, sarana pembelajaran informal, dan media untuk membangun relasi sosial. Di sisi lain, penggunaan TikTok yang berlebihan memberikan dampak negatif berupa gangguan produktivitas, keterlambatan penyelesaian tugas, distraksi, perilaku konsumtif, serta gangguan pola tidur. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh TikTok terhadap Generasi Z bersifat kompleks dan multidimensional, mencakup aspek psikologis, sosial, dan perilaku. Oleh karena itu, TikTok dapat memberikan manfaat maupun risiko tergantung pada cara pengguna mengelola dan memanfaatkan platform tersebut secara bijak. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengguna TikTok, khususnya Generasi Z, mampu menerapkan kontrol diri dalam penggunaan media sosial dengan membatasi waktu penggunaan, meningkatkan literasi digital, serta lebih selektif dalam mengonsumsi konten agar manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dampak negatifnya. Orang tua dan pendidik juga perlu berperan aktif dalam memberikan pendampingan dan edukasi mengenai penggunaan media sosial yang sehat melalui komunikasi yang terbuka dan pemahaman yang baik terhadap perkembangan teknologi digital. Selain itu, pihak TikTok diharapkan terus mengembangkan fitur yang mendukung kesehatan mental dan kesejahteraan pengguna, seperti pengingat waktu penggunaan,

moderasi konten yang lebih efektif, serta perlindungan privasi yang lebih kuat. Pemerintah juga perlu memperkuat regulasi dan program literasi digital guna menciptakan ekosistem media sosial yang aman dan bertanggung jawab. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak subjek dan menggunakan metode yang lebih beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak penggunaan TikTok terhadap Generasi Z dalam berbagai aspek kehidupan

DAFTAR REFERENSI

- Cao, N., Isa, N. M. and Perumal, S. (2023). Effects of Risk Attitude and Time Pressure on the Perceived Risk and Avoidance of Mobile App Advertising among Chinese Generation Z Consumers. *Sustainability*, 15(15), 11547. <https://doi.org/10.3390/su151511547>
- Firamadhina, F. and Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Firamadhina, F. I. R. and Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Frans, L. A. and Nugrahawati, E. N. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Perilaku Phubbing Gen Z Pengguna TikTok di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 4(1). <https://doi.org/10.29313/bcpsps.v4i1.10142>
- Husna, A. and Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>
- Husna, A. H. and Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>
- Iskandar, F. A. and Irawati, I. (2023). Penelitian Etnografi Virtual dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(4), 679-696. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.4.679-696>
- Lestari, A., Rahayu, N., & Setiawati, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Pada Masyarakat Jawa Tengah. *Jkomdis Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(2), 240-250. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i2.347>

- Pentescu, A. (2023). Cultural Heritage and New Technologies: Exploring Opportunities for Cultural Heritage Sites from Gen Z's Perspective. *Studies in Business and Economics*, 18(3), 230-243. <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0056>
- Pranoto, D. S. and Son, O. (2023). Merangkaikan Diri di Padang Pastoral Digital: Kaum Muda Berkata-kese di Tengah Tantangan Hidup Menggereja. *Vox Dei: Jurnal Teologi dan Pastoral*, 4(2), 268-283. <https://jurnal.sttekumene.ac.id/index.php/VoxDei/article/view/443>
- Pratama, G. and Hermanu, D. (2023). Karakteristik Micro Influencer Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Followers Gen Z. *Bandung Conference Series Journalism*, 3(3), 279-283. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i3.9637>
- Pratama, G. and Hermanu, D. (2023). Karakteristik Micro Influencer Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Followers Gen Z. *Bandung Conference Series Journalism*, 3(3), 279-283. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i3.9637>
- Pratama, G. N. and Hermanu, D. H. (2023). Karakteristik Micro Influencer Tiktok terhadap Kebutuhan Informasi Followers Gen Z. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(3), 279-283. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.9637>
- Sitorus, H. J. and Irwansyah, I. (2024). Fenomena Phubbing: Peran Teknologi Komunikasi dalam Perubahan Interaksi Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1580>
- Wahyuni, A., Nurbayani, S., & Sartika, R. (2022). Detox Sosial Media Sebagai Upaya Mengatasi Social Media Addiction dan Fomo (Fear Of Missing Out). *Jurnal Sosialisasi Jurnal Hasil Pemikiran Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 92. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38009>