

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*)

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 bukan semakin penting kehadirannya bagi orang tersebut (Hadi, 2020). Dasar dari teori ini berdasarkan pandangan mengenai masyarakat modern yang menganggap media massa mempunyai peran yang penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial (Ester Krisnawati, 2016).

Perspektif Teori ketergantungan: pertama, menggabungkan perspektif dari psikologis dengan materi dari teori kategori sosial. Kedua, teori ini mengintegrasikan perspektif sistem dengan unsur-unsur dari pendekatan yang lebih kausal. Ketiga, teori ini mengkombinasikan unsur studi penggunaan dan kepuasan (*uses and gratifications*) dengan tradisi efek media (Hadi, 2020).

Ketergantungan audien terhadap media bersifat integral yang mencakup tiga pihak, yaitu media, audien, dan sistem sosial (Littlejohn, 2008: 302). Tidak semua khalayak atau audiens bergantung pada media yang sama untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Situasi sosial juga menjadi salah satu penyebab

ketergantungan. Teori ini menunjukkan bahwa sistem media dan kondisi sosial saling terikat dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan hal inilah yang akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan melainkan kondisi sosialnya.

Melvin DeFleur dan Sandra Ball Rokeach (Fleur & Sandra Ball, 1976) memberikan beberapa penjelasan: pertama, dasar pengaruh media terletak pada hubungan antara sistem sosial yang lebih besar, peranan media dan hubungan antara khalayak dengan media. Terjadinya efek bukan karna media yang berkuasa tetapi karna adanya dorongan kuat dari media yang bekerja guna memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak.

Kedua, derajat ketergantungan khalayak terhadap informasi media adalah kunci dalam memahami kapan dan bagaimana peran media mengubah keyakinan, perasaan, atau perilaku khalayak. Kejadian dan bentuk pengaruh media pada akhirnya bergantung pada khalayak sasaran dan seberapa penting orang dalam menentukan pengaruh media.

Ketiga, dalam masyarakat industri, kita menjadi semakin bergantung pada media dalam memahami dunia sosial, untuk bertindak dengan benar dan efektif di dalam masyarakat, serta untuk fantasi dan pelarian.

Keempat, semakin besar kebutuhan sehingga semakin besar ketergantungan semakin besar kemungkinan bahwa media dan pesan yang mereka produksi akan memiliki efek.

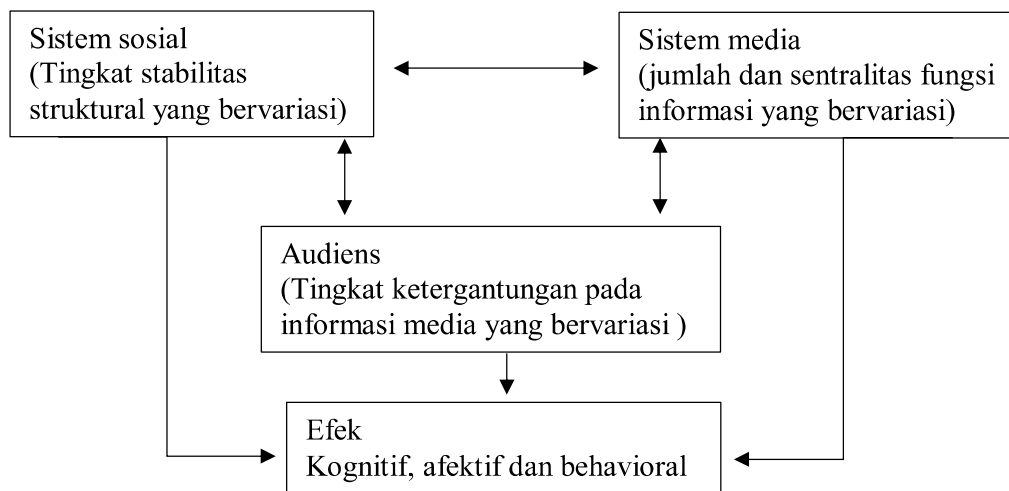
Menurut Ball-Rokeach dan De Fleur (Fleur & Sandra Ball, 1976) tiga kebutuhan media menentukan seberapa penting media bagi seseorang:

Pertama, kebutuhan memahami dunia sosial seseorang (pengawasan). Kedua, kebutuhan untuk bertindak secara efektif di dunia itu (kegunaan sosial). Ketiga, kebutuhan guna melarikan diri dari dunia itu ketika merasakan keresahan (pelarian-fantasi).

Besarnya ketergantungan seseorang pada media ditentukan dari dua hal, yaitu:

1. Individu akan cenderung lebih banyak menggunakan media yang memenuhi kebutuhannya daripada media lain yang hanya sedikit.
2. Besarnya ketergantungan juga ditentukan oleh stabilitas sosial. Kebutuhan seseorang tidak selalu bersifat pribadi tetapi mungkin dibentuk oleh budaya atau oleh kondisi sosial.

Bagan hubungan khalayak, media dan sistem sosial dalam teori ketergantuan media:



Gambar 2.1 Bagan Teori Ketergantungan Media

Model ini menggambarkan bagaimana sistem sosial dan sistem media mempengaruhi audiens untuk menciptakan kebutuhan dan minat, sehingga khalayak yang bergantung pada media akan menimbulkan efek secara kognitif, afektif dan behavioral.

Berikut kajian dari tahapan efek ketergantungan media yaitu:

a. Efek Kognitif

Perubahan atau pembentukan sikap yang timbul dari diri audiens apabila merasa sangat informatif bagi audien tersebut.

b. Efek Afektif

Efek afektif menimbulkan perasaan kecemasan, ketakutan, meningkatkan atau menurunkan sikap moral. Artinya setiap perubahan sentimen khalayak yang terjadi merupakan reaksi atau respon seseorang terhadap pesan media. Contohnya ketika seseorang menonton satu tayangan video, maka akan timbul suatu perasaan baik itu senang, sedih, iba atau kesal.

c. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan perubahan tindakan, perilaku atau kegiatan yang timbul dari diri khalayak. Sifat malas belajar yang timbul dari diri pelajar akibat keinginan ingin mengkonsumsi media tersebut secara terus menerus, meniru adegan negatif yang menyebabkan kurangnya nilai moral pelajar. Pernyataan-pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek konsumsi media pada perilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari – hari (Fleur & Sandra Ball, 1976).

Konsep penting dari teori ketergantungan media (Rossler, 2017) adalah menekankan pada kontinjensi hubungan antara individu dan media yang dibentuk oleh tingkat kepentingan dan sumber daya yang dimiliki satu pihak pada pihak lain. Hubungan ketergantungan media dan individu dipengaruhi oleh jenis hubungan lainnya pada tingkatan multilevel dan lingkungan sosial.

1. Tujuan

Secara teoritis kecanduan media dikonseptualisasi sebagai motivasi anteseden yang penting dalam hubungan ketergantungan seseorang pada media. Jenis tujuan ada tiga yaitu pemahaman, orientasi, dan bermain. Dari ketiga tujuan ini masing-masing memiliki dimensi pribadi dan sosial.

2. Struktur

Struktur didefinisikan sebagai tingkat kontrol sumber daya atau tingkat asimetri antara individu dan media dan antara media dan sistem sosial. Struktur ketergantungan antara media dan sistem sosial bisa simetris atau asimetris. Di sisi lain guna mencapai tujuan kesehariannya, yang dibutuhkan individu sebagai sumber daya yang terpenting ialah media. Sehingga struktur ketergantungan antara individu dan media sebagian besar bersifat asimetris.

3. Intesitas sasaran

Intesitas sasaran didefinisikan sebagai pentingnya tujuan tertentu bagi individu dan eksklusivitas sumber daya media. Kecanduan media seseorang cenderung lebih kuat ketika minat dan eksklusivitas tinggi. Intesitas sasaran dipengaruhi oleh faktor pribadi dan sosial.

4. Lingkup sasaran

Lingkup sasaran diartikan sebagai sejumlah tujuan yang berimplikasi pada hubungan ketergantungan individu dengan media. Seperti intensitas sasaran, lingkup sasaran juga dipengaruhi oleh faktor pribadi dan faktor sosial.

2.1.2 Kajian Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan proses interaksi untuk melakukan proses pertukaran informasi dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain (Koesomowidjojo, 2021). Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi secara verbal dan nonverbal tidak dapat dipisahkan, baik melalui gambar, suara, atau simbol kode tertentu. Melalui komunikasi, penerima pesan dapat memahami sikap dan perasaan seseorang atau kelompok. Komunikasi dikatakan efektif jika penerima pesan dapat mengartikan dan memahami pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

Berikut beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli yang dikutip oleh Riswandi dalam buku Ilmu Komunikasi (Riswandi, 2009) :

- a. Shanon dan Weaver: Komunikasi adalah suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi, baik sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tetapi juga dalam bentuk ekspresi wajah, lukisan dan teknologi.
- b. David K Berlo: Komunikasi sebagai alat interaksi sosial yang membantu untuk mengetahui dan memprediksi tentang orang lain dan untuk

mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dalam masyarakat.

- c. Harold D Lasswell: dasarnya komunikasi merupakan proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat apa atau hasil apa?

Dari beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli, bisa disimpulkan didalam kehidupan komunikasi sangat penting dan dibutuhkan untuk saling berinteraksi, berbagi gagasan, ide dan bertukar informasi.

B. Unsur komunikasi

Dalam berkomunikasi tentunya ada unsur komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri. Berikut unsur-unsur komunikasi (Pratminingsih, 2006) :

1. Sumber (*source*) / pengirim, yaitu orang atau pihak yang menyampaikan pesan kepada penerima pesan.
2. Encoding yaitu suatu proses membentuk simbol-simbol yang dapat dimengerti yang dapat menggambarkan pesan.
3. Pesan (*message*), Semua hal yang disampaikan komunikator. Hal-hal tersebut dapat berupa teks, gambar, suara, atau hal lain yang dapat memberikan informasi (Koesomowidjojo, 2021)
4. Saluran (*channel*), yaitu alat, teknik atau cara yang digunakan dalam penyampain pesan.
5. Decoding, proses di mana penerima pesan menafsirkan pesan yang diterimanya sesuai dengan pengetahuan, minat dan kepentingannya.

6. Penerima pesan (*receiver*), adalah orang atau pihak yang menerima pesan sumber pesan.
7. Efek / pengaruh adalah perubahan yang terjadi pada penerima sebagai akibat dari pesan yang diterima. Efek yang diharapkan terjadi pada si penerima pesan meliputi perubahan pada aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.
8. Umpan balik adalah tanggapan si penerima terhadap pesan atau informasi yang disampaikan oleh pengirim yang menunjukkan efektivitas komunikasi yang dilakukan.

C. Fungsi komunikasi

Menurut William I. Loren Anderson dalam (Deddy Mulyadi,2005) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

1. Sebagai komunikasi sosial

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari tekanan.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan atau emosi. Perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan non-verbal.

3. Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual dapat dilihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai rites of passage, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, dan lain-lain.

D. Tujuan komunikasi

Tujuan dari komunikasi menurut Joseph A Devito (2011:31-33) adalah sebagai berikut :

1. Menemukan

Salah satu tujuan komunikasi adalah penemuan diri. Melalui komunikasi, individu dapat lebih memahami diri sendiri dan orang lain.

2. Untuk berhubungan

Setiap individu memiliki keinginan untuk merasa dicintai. Salah satu pendorong komunikasi yang paling kuat adalah membangun hubungan dengan orang lain melalui komunikasi.

3. Untuk meyakinkan

Dalam komunikasi di era modern ini, masyarakat seringkali berperan sebagai konsumen dari pesan yang disampaikan oleh media. Media massa secara khusus meyakinkan setiap orang untuk mengubah sikap dan perilakunya.

4. Untuk bermain

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu tidak dapat memisahkan hiburan, saat ini hiburan sudah menjadi kebutuhan yang sangat dibutuhkan. Untuk hiburan atau kesenangan, media merupakan sarana yang tepat untuk menyampaikan dan bertukar informasi yang dapat menghibur

2.1.2.2 Tradisi Sibernetika

Sibernetika adalah tradisi sistem yang kompleks di mana banyak orang berinteraksi dan saling mempengaruhi, sehingga teori-teori tradisi ini didasarkan

pada bagaimana proses fisik, biologis, sosial, dan perilaku bekerja (Littlejohn, 2009).

Dalam komunikasi sibernetika, variabel atau sistem dipahami sebagai hal-hal yang saling berinteraksi untuk membentuk dan mengendalikan pola dari keseluruhan sistem, terutama makhluk hidup yang terbuka untuk keseimbangan dan perubahan (Littlejohn, 2009). Gagasan utama dari tradisi ini adalah melihat komunikasi sebagai sekumpulan elemen yang saling berinteraksi yang membentuk kelompok lebih dari kumulatif.

Tradisi ini berpandangan bahwa sebagai suatu sistem yang terdiri dari fungsi-fungsinya sendiri yang menggambarkan hubungan sistem, setiap bagian dari sistem itu dibatasi oleh keterkaitannya dengan bagian-bagian lain, dan bentuk-bentuk tekanan terhadap hubungan-hubungan tersebut yang menciptakan aturan-aturan sistem itu sendiri. Tujuan penting dari sibernetika adalah untuk memahami dan menentukan fungsi dan proses dari sistem yang memiliki tujuan, terlibat dalam rantai sebab-akibat yang bergerak dari aksi/tindakan menuju ke pengindraan lalu membandingkan dengan tujuan yang diinginkan, dan kembali lagi kepada tindakan (Parluhutan Siregar;dkk, 2019).

Tradisi sibernetika juga memberikan pemahaman bahwa komunikasi tidak hanya mengolah informasi tetapi juga membawa seseorang masuk ke dalam proses komunikasi dengan kemampuan yang berbeda dalam mengolah informasi. Alasan peneliti menggunakan teori ini karena konsep tradisi ini mengarahkan pada pertanyaan bagaimana sesuatu saling memengaruhi satu sama lainnya dalam cara yang tidak berujung, bagaimana sistem mempertahankan kontrol,

bagaimana mendapatkan keseimbangan, serta bagaimana putaran timbal-balik dapat mempertahankan keseimbangan dan membuat perubahan (Parluhutan Siregar;dkk, 2019).

2.1.2.3 Media Informasi

Perkembangan media informasi yang cepat saat ini sangat dibutuhkan oleh khalayak karena khalayak dapat menerima berbagai informasi terbaru lewat media informasi. Media yang digunakan apabila tepat sasaran dan informasi yang disampaikan sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan, maka pesan akan tersampaikan dengan benar.

Media merupakan bagian dari komunikasi, sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Istilah informasi umumnya mengacu pada data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang lebih berguna sebagai pengetahuan atau keterangan guna keperluan pengambilan keputusan oleh si penerima pesan (Gordon B. Davis 1990; 11). Dapat disimpulkan bahwa media informasi adalah sebagai alat untuk mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sedemikian sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

A. Jenis-jenis media informasi

Media informasi terbagi menjadi empat kelompok yaitu :

1. Media lini atas

Media dengan jumlah yang terbatas namun target yang dicapai luas dan tidak bersentuhan secara langsung dengan sasarannya. Seperti billboard, iklan televisi dan iklan radio

2. Media lini bawah

Media yang jangkanya berfokus terhadap satu daerah yang disampaikan lewat media massa seperti brosur, poster, *flyer* dan *Sign System*

3. Media cetak

Media cetak dapat berupa brosur, koran, majalah, poster, pamphlet, spanduk, dan lain-lain

4. Media elektronik

Media ini dapat disampaikan melalui radio, kaset, kamera, handphone, dan internet.

2.1.2.4 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" (Putri, Nurwati, & S., 2016).

Kehadiran media sosial saat ini tentunya tidak terlepas dari cara manusia berkomunikasi saat ini, sehingga media sosial mempengaruhi kehidupan setiap orang. Dengan perkembangan teknologi internet yang semakin canggih, media sosial juga berkembang pesat. Misalnya, Tiktok bisa diakses kapan saja, di mana saja. Kecepatan masyarakat dalam mengakses media sosial menyebabkan fenomena arus informasi yang besar tidak hanya di negara maju tetapi juga di Indonesia.

A. Fungsi media sosial

Media sosial telah membangun kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku di kehidupan masyarakat. Hal ini membuat media sosial menjadi sangat berfungsi. Fungsi media sosial sebagai berikut:

1. Media sosial mendukung pengembangan pengetahuan dan informasi. Yang awalnya sebagai pengguna isi pesan hingga akhirnya mengubah individu menjadi si pengolah pesan.
2. Media sosial sebagai media yang dikembangkan dengan tujuan untuk meningkatkan jalinan sosial antara manusia yang menggunakan internet dan teknologi web.
3. Media sosial telah mengubah praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak khalayak menjadi praktik komunikasi yang interaktif.

B. Karakteristik media sosial

Dibawah ini beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial:

1. Partisipasi

Adanya dorongan masukan serta *feedback* dari masing-masing individu yang tertarik menggunakan media hingga perlahan batas antara khalayak dengan media perlahan menghilang.

2. Keterbukaan

Sebagian besar media sosial menyediakan sarana partisipasi bagi penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui *feedback* bisa dalam bentuk pemungutan suara, berbagi, dan berkomentar.

3. Perbincangan

Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

4. Keterhubungan

Media sosial tumbuh subur sebagian besar karena kemampuannya untuk menyediakan koneksi antar pengguna melalui situs web, sumber informasi, dan membangun tautan (*link*) ke pengguna lain.

Adapun ciri-ciri media sosial menurut (Kemendagri, 2014)

1. Konten yang diposting tidak terbatas pada orang tertentu dan dibagikan kepada banyak orang;
2. Isi pesan muncul tanpa melalui gatekeeper dan tidak ada penghambat;
3. Konten disampaikan secara online dan langsung;
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu yang lebih singkat dan dapat tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang diatur oleh pengguna;
5. Media sosial menjadikan penggunaannya menjadi pencipta konten, yang memungkinkan mereka dapat mengekspresikan diri;
6. Konten media sosial memiliki beberapa aspek fungsional seperti identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

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 realitionsip*) merupakan motif yang berkaitan dengan kelangsungan hubungan individu dengan orang lain, persahabatan.
- d) Hiburan (*diversion*) adalah motif yang melibatkan kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah. Sarana pelepasan emosional; kebutuhan akan hiburan.

C. Manfaat media sosial

Saat ini penggunaan media sosial terasa manfaatnya bagi setiap individu hingga media sosial menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Orang tua, anak-anak, remaja pun telah mengenal dan mengetahui media sosial. Pesatnya perkembangan teknologi informasi menjadi salah satu penyebab boomingnya media sosial. Web developer saat ini berlomba-lomba untuk mengembangkan berbagai media sosial yang dapat digunakan oleh semua kalangan, seperti: Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan lain-lain.

Berikut beberapa manfaat media sosial dilihat dari berbagai bidang:

1. Media sosial untuk bersosialisasi

Sosialisasi dapat dilakukan kapan saja, dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu, namun dibatasi oleh koneksi, sinyal dan kuota internet. Suksesnya media sosial menarik banyak pengguna inilah yang menjadi tujuan utama media sosial yang membuat seseorang menganggap bahwa media sosial membantunya dalam berkomunikasi, berinteraksi dengan siapapun yang diinginkannya

2. Media sosial dapat mempertemukan teman lama

Bahkan media sosial mampu mempertemukan kita dengan orang-orang yang sudah lama tidak saling bertukar kabar.

3. Media sosial menemukan teman baru

Hal lain yang membuat media sosial menjadi lebih menarik karena mampu mempertemukan pengguna dengan teman baru.

2.1.2.5 Aplikasi Sosial

Berikut beberapa aplikasi media sosial :

- a. Facebook: merupakan aplikasi sosial yang diluncurkan pada Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg dengan pengguna aktif sebanyak satu miliar. Aplikasi ini memiliki fitur mengatur data pribadi mulai dari nama pengguna, usia, hingga lebih spesifik lagi seperti hoby, dapat menambahkan pengguna lainnya sebagai teman, dan sebagai media *chatting*.
- b. WhatsApp: merupakan aplikasi bertukar pesan via online yang muncul tahun 2009 hingga sekarang. Aplikasi ini dapat digunakan dengan mudah selain itu memiliki fitur video call dan panggilan suara.

- c. Line: merupakan aplikasi yang muncul tahun 2011 yang fungsinya hampir sama dengan whatsapp yang menjadi pembeda ialah terdapat tema yang dapat digunakan sebagai wallpaper *room line*.
- d. Youtube: merupakan situs web menonton berbagai video yang diluncurkan pada februari 2005
- e. Twitter: merupakan jejaring sosial online yang hamper sama dengan facebook, aplikasi ini diluncurkan pada Maret 2006 oleh Jack Dorsey.
- f. Instagram: merupakan aplikasi jejaring sosial yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mengambil foto dengan fitur menarik yaitu penambahan efek dan juga dapat mengupload foto yang dilengkapi dengan like, komentar, dan share.
- g. Tiktok: merupakan aplikasi video pendek yang berdurasi 15 detik hingga 3 menit yang dilengkapi dengan fitur *special effect* yang menarik. Aplikasi ini dilengkapi dengan musik yang mendukung penggunanya untuk menjadi konten kreator sehingga dapat membuat video dengan kreatifitasnya masing-masing.

2.1.2.6 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 musik 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.

Aplikasi tiktok dibuat oleh perusahaan yang berasal dari China yaitu ByteDance yang bergerak di bidang teknologi kecerdasan buatan dan memiliki reputasi global dalam mendistribusikan informasi melalui media atau produk elektronik (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.

Pada tahun 2018, di Indonesia Tiktok dinobatkan sebagai aplikasi terbaik versi Google Play dan terpilih sebagai kategori aplikasi. Namun pada tanggal 3 Juli 2018 Kementerian Kominfo resmi memblokir Tiktok, pemblokiran ini didasarkan atas laporan konten negatif terutama bagi anak-anak (Kominfo, 2018). Namun pemblokiran ini hanya sementara, setelah aksesnya terbuka aplikasi ini kembali diminati masyarakat bahkan popularitas Tiktok melonjak.

Tiktok dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi karna pada aplikasi ini terdapat fitur *direct message*, *live streaming*, dan fitur duet video dan yang membuat aplikasi ini sangat menarik adalah aplikasi ini gratis hingga setiap orang dapat menjadi konten kreator para pencipta konten didorong untuk mengungkapkan ekspresi, berkreasi dan berimajinasi sebebaskan-bebasnya. Kebebasan menggunakan aplikasi tiktok yang tidak membatasi para penggunanya inilah yang membuat segala jenis kalangan masyarakat tertarik menggunakan aplikasi ini.

2.1.2.7 Perilaku Individu

Perilaku individu merupakan fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya. Individu membawa tatanan organisasi dalam bentuk keterampilan, keyakinan pribadi, harapan, kebutuhan, dan pengalaman lainnya (Kuspriatni, n.d.). Perilaku merupakan tindakan dari suatu kegiatan atau aksi yang dapat diperhatikan secara langsung ataupun tidak langsung. Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari adanya stimulus atau rangsangan yang mengenai individu atau organisme itu (Ahmad Dahro, 2012).

Menurut (Ahmad Dahro, 2012), perilaku dibagi menjadi dua jenis:

1. Perilaku yang refleksif

Merupakan reaksi yang terjadi secara spontan terhadap stimulus yang diperoleh.

2. Perilaku non refleksif

Merupakan perilaku yang dapat dikendalikan dan diatur dengan kesadaran sehingga seiring berjalannya waktu perilaku dapat berubah berdasarkan hasil proses belajar.

- A. Dasar perilaku individu

1. Karakteristik Biografis

Karakteristik pribadi yang di peroleh dari umur, jenis kelamin, dan status kawin (Stephen P. Robbins, 2003)

2. Kemampuan

Manusia diciptakan dengan memiliki kemampuan masing-masing, kemampuan sendiri terdiri dari kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

3. Pembelajaran

Pembelajaran adalah adanya perubahan perilaku dan perubahan berfikir yang terjadi berdasarkan pengalaman yang relatif permanen.

4. Kepribadian

Kepribadian adalah keseluruhan total cara seseorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan yang lain (Stephen P. Robbins, 2003).

2.1.2.8 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. Dengan kata lain kecanduan adalah perilaku berlebihan dalam menggunakan sesuatu sehingga melupakan pengendalian diri yang dimiliki.

(Kardefelt-Winther, 2017) menjelaskan bahwa pada awalnya kecanduan hanya berkaitan dengan zat adiktif (seperti alkohol, tembakau, dan obat-obatan terlarang) yang masuk melewati darah dan menuju ke otak dan dapat merubah komposisi kimia otak. Namun dengan berkembangnya jaman kecanduan juga bisa terjadi pada aplikasi yang terdapat di salah satu teknologi yang canggih seperti

pada handphone (hp). Kecanduan juga dapat terjadi karena dilakukan secara berulang dan terus menerus.

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 media sosial merupakan gangguan psikologis di mana penggunanya menghabiskan banyak waktu untuk mengakses media sosial yang disebabkan oleh rasa ingin tahu yang tinggi, kurangnya kontrol diri, serta kurangnya kegiatan produktif di kehidupannya (Yunita Mansyah Lestari, Suzy Yusna Dewi, & Aulia Chairani, 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. Dari pagi sampai malam pengguna membuat konten tik tok atau hanya sekedar scroll saja. Hal ini membuat para pengguna merasa sulit untuk mengontrol diri tidak bermain aplikasi tik tok.

B. Faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial menurut (Yahya & Rahim, 2017) yaitu:

1. Faktor Psikologis

Kecanduan media sosial disebabkan oleh masalah psikologis, seperti kesepian, kurang motivasi, kurangnya *self esteem*, kepribadian yang depresi, neurotisme, dan tingkat optimism.

2. Faktor Sosial

Kecanduan media sosial dapat dipengaruhi juga oleh faktor sosial mulai dari keluarga, pertemanan, komunikasi dengan orang lain secara online atau hubungan sosial yang berlebihan.

3. Faktor Penggunaan Teknologi

Dukungan dari media sosial seperti kemudahan dalam penggunaan media sosial, kemudahan mendapatkan informasi, merasakan mendapatkan hiburan, kemajuan teknologi dan perangkat yang digunakan, menjadi faktor kecanduan media sosial.

- C. Aspek kecanduan

Menurut (Şahin, 2018), terdapat aspek-aspek dalam adiksi media sosial:

- 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.

D. Dampak dari kecanduan

1. Waktu yang dihabiskan dalam mengakses atau bermain aplikasi tiktok hanya untuk sekedar hiburan menjadi terbuang karna seharusnya waktu yang ada dapat digunakan untuk menambah perluasan keterampilan dan penambahan ilmu baru yang lebih berguna.
2. Bisa membuat seseorang untuk melakukan penindasan dan pelecehan. Beberapa orang menggunakan aplikasi ini untuk *membully* orang lain, bersifat rasis baik itu rasis terhadap agama ataupun komunitas.
3. Dapat membentuk menjadi pribadi yang anti-sosial, minimnya menjalin hubungan atau berinterkasi yang diakibatkan dari kecanduan bermain Tik Tok.
4. Orang yang terus-terusan ingin mengakses media sosial, bermain ataupun sekedar menonton akan mengurangi waktu istirahat dan waktu tidur yang akan menyebabkan seseorang terkena insomnia akut.
5. Mengancam nyawa, banyaknya *challenge* menarik yang dapat ditiru menjadi salah satu alasan Tik Tok digemari banyak orang. Karena rasa penasaran dan sebagai kebutuhan konten baru yang tanpa disadari beberapa

dari sekian banyak tantangan populer di Tik Tok dianggap sangat berbahaya dan bahkan mengancam nyawa.

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Remaja Usia 12-18 tahun di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar, Volume.1, Nomor.1 2022, ISSN 2830-0238

Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji bagaimana penggunaan aplikasi Tiktok berpengaruh terhadap perilaku remaja Usia 12-18 Tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi 100 orang dan jumlah sampel 25 orang. Data dikumpulkan dengan metode observasi, penyebaran angket serta dokumentasi. Untuk menguji kevalidan data menggunakan uji validitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis (uji T dan uji F). Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa penggunaan tiktok berdampak sangat signifikan terhadap perilaku remaja usia 12-18 tahun yang ditunjukkan dengan nilai thitung $> t$ tabel yaitu $5,388 > 0,396$.

2.2.2 Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Komunitas Remaja Di Seberang Ulu 2 Palembang, Jurnal Ilmiah Psyche Volume. 15 Nomor.2 2021

Tujuan dari penelitian ialah mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan kecenderungan kecanduan media sosial tiktok. Populasi pada penelitian ini adalah remaja komunitas tiktok crew sebanyak 152 dengan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Pengukuran data menggunakan skala likert. Hasil regresi menunjukkan $r = 0,824$ $r^2 = 0,678$ $P = 000$ ($p < 0,05$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan kecenderungan kecanduan media sosial tiktok sebesar 67,8%.

2.2.3 Dampak Penggunaan Smartphone di Lingkungan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa Jurnal Komunikasi Kareba Volume.6, Nomor.2, 2017, ISSN 2528-2891

Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui bagaimana penggunaan smartphone terhadap prestasi belajar siswa. Pendekatan yang digunakan ialah kuantitatif ex-post facto. Siswa kelas XI SMAN 1 Kendari, SMAN 4 Kendari, SMAN 1 Kulisusu dan SMAN 2 Kulisusu menjadi subjek dalam penelitian ini dengan jumlah sampel 647 orang dengan metode simple random sampling. Hasil memperlihatkan bahwa pada lingkungan sekolah penggunaan smartphone cukup tinggi dan dapat dilihat untuk sekolah yang mengizinkan menggunakan smartphone tingkat prestasinya lebih tinggi dibandingkan dengan sekolah yang tidak mengizinkan untuk menggunakan smartphone.

2.2.4 Study of Internet and Social Media Addiction in Indonesia during Covid-19, Int. Journal of Applied IT Vol. 04 No. 02 ISSN 2581-1223

Since February 2020, Indonesia was struck by the Covid-19 pandemic. This led to the imposition of Large-scale Social Restrictions. A survey was conducted using the Kimberley Young Internet Addiction Test (IAT) with 2,309 respondents from 31 provinces in Indonesia. After a data cleaning process to remove redundant data, only data from 2206 respondents were further analyzed using the binary logistic regression method. 25% of respondents were indicated with Internet addiction. High school students and college students tend to have a 1.7% higher risk of addiction. Time spent accessing the e-commerce web and social media also increases the risk of internet addiction. YouTube and Instagram are social media applications that tend to pose a risk of addiction to respondents. A

critical analysis of the Internet addiction test from a scientific and philosophical perspective was performed.

2.2.5 *The Analysis of Social Media Addiction Level on Adolescents, Journal of Research in Counseling and Education Vol. 04 No.01 ISSN 2541-5948*

The ease with which we can interact remotely has made social media an integral part of everyone's life, and some people feel uncomfortable not having access to it. The purpose of this study was to clarify the degree of social media addiction among young people in Padang. The method used in this study was a descriptive study using quantitative methods. The sample used in this study consisted of 250 adolescents. Data collection results show that the youngster belongs to the lower category with a performance percentage of his 51.2%. Then there are the middle category youth with a percentage of 42.4% and some high category youth with a performance of 1.6%.

2.2.6 *Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out, Jurnal Penelitian Psikologi, Vol 5, No 1 ISSN 2503-9363*

Instagram addiction is a poorly studied social phenomenon among teenagers. The purpose of this study was to empirically examine the effects of D-type personality (social disinhibition and negative emotions), self-esteem, and fear of missing out (FoMO) on her Instagram addiction in a young person. A total of 259 participants with type D personality with mild to severe addiction, residing in Greater Jakarta, Indonesia, were identified by screening results (based on total score). Snowball sampling and regression were used for data collection and processing. The results of the analysis show that all independent variables

combined have a 56.9% ($p < 0.01$) effect on Instagram addiction. Partly, only negative influences (type D personality factors) had no effect on Instagram addiction ($\beta = 0.078$, $p > 0.05$), Such addictions are heavily influenced by a combination of external and internal factors.

2.2.7 Reality of the internet and social media addiction in Indonesian students, Jurnal Informatika, Vol. 15 No. 1 ISSN 1978-0524

The purpose of this study is to explore the scientific realities of the phenomenon of internet and social media addiction among Indonesian students, especially those who are shifting their learning process from offline to online due to the Covid-19 pandemic. Data collection was done using a 2002 survey of respondents. Based on the survey results, 20.18% of respondents experienced mild internet addiction, 4.85% of respondents experienced moderate internet addiction, and 0.45% of respondents experienced severe internet addiction. Social Media Addiction Survey Results Reveal 14.99% of Respondents Experienced Mild Addiction, 4.7% of Respondents Experienced Moderate Addiction, and 0.45% of Respondents Experience Severe Addiction became.

2.2.8 Perbedaan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Remaja Pengguna Aktif Dan Pasif , Journal of Multidisciplinary Research and Development Vol.4 Issue. 4 ISSN 2655-0865

Penelitian ini bertujuan melihat perbedaan tingkat kecanduan media sosial TikTok pada remaja pengguna aktif dan pasif. Pendekatan yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 342 responden yang berada pada kelompok remaja usia pertengahan. Data dianalisis dengan menggunakan non parametrik yaitu mann whitney u-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

terdapat perbedaan yang signifikan kecanduan TikTok pada remaja pengguna aktif dan pasif dengan nilai sig. 2 tailed 0,003 ($P < 0,05$).

2.2.9 Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar, Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 5, No.1, ISSN 2614-3097

Tujuan dari penelitian untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial Tiktok terhadap prestasi belajar anak sekolah dasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi telaah literatur sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Analisis data menggunakan uji regresi sederhana. Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial tiktok terhadap prestasi belajar peserta didik. Media berbasis web tik tok ini merupakan faktor luar yang mempengaruhi prestasi belajar siswa. Banyak dari mereka yang terlalu sering memanfaatkan media online sehingga membuat mereka lesu untuk belajar.

Peneliti memerlukan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi melaksanakan penelitian. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Judul	Metode	Hasil	<i>State of the art</i>
1.	Evi Setiani, Nur Afiah, Muji Rahayu, Salam Haryanto. Vol.1 No.1 2022. ISSN 2830-0238(SENTIKJAR) “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Remaja Usia 12-18	Kuantitatif	Remaja yang menyukai aplikasi tiktok sangat banyak sehingga membuat mereka ketagihan dfan keingan untuk terus-terusan ingin mencoba sehingga perilaku remaja tersebut secara tidak langsung akan berpengaruh dengan seringnya bermain	Peneliti sebelumnya membahas mengenai perilaku remaja. Pada penelitian focus kepada bagaimana perilaku kecanduan siswa siswi Sekolah Menengah Atas

	tahun di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar”		aplikasi Tiktok	
2.	Anjani Puspitasari, Mulia Marita Lasutri (Puspitasari & Marita Lasutri Tama, 2021) Jurnal Ilmiah Psyche Vol. 15 No.2 “Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Komunitas Remaja Di Seberang Ulu 2 Palembang”	Kuantitatif	variabel konformitas teman sebaya memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan variabel kecenderungan kecanduan media sosial tiktok pada komunitas remaja di seberang ulu 2 Palembang.	Peneliti sebelumnya menggunakan variabel konformitas Pada penelitian ini membahas variabel penggunaan media sosial tiktok
3.	(Asmurti, Unde, & Rahamma, 2017) Jurnal Komunikasi Kareba Vol.6 No.2 ISSN 2528-2891 “Dampak Penggunaan Smartphone di Lingkungan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa”	Kuantitatif	Penggunaan smartphone disekolah cukup tinggi dan mengakibatkan pengaruh yang signifikan terhadap prestasi belajar siswa	Peneliti sebelumnya lebih focus kepada penggunaan smartphone sedangkan peneliti kali ini focus kepada penggunaan media sosial tiktok.
4	(Ismail et al., 2021) Int. Journal of Applied IT Vol. 04 No. 02 ISSN 2581-1223 “Study of Internet and Social Media Addiction in Indonesia during	Kuantitatif	<i>The analysis results show that the longer someone has access to social media increases the risk of internet addiction</i>	hasil temuan dari jurnal ini bahwa dikatakan tiktok hampir memiliki nilai signifikansi yang cukup tinggi terhadap kecanduan. sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin membuktikan apakah tiktok sangat

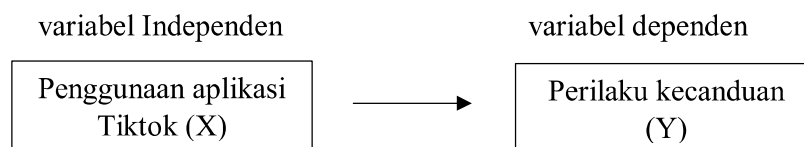
	<i>Covid-19</i>			mempengaruhi perilaku kecanduan pada siswa siswi di Kota Batam
5	(Netrawati, Wulandari, Karneli, & Yarmis, 2020) Internationa Journal of Research in Counseling and Education Vol. 04 No.01 ISSN 2541-5948 “ <i>The Analysis of Social Media Addiction Level on Adolescents</i> ”	Kuantitatif	<i>From the data collection results, it was generally found that adolescents are in the low category with an achievement of a percentage, 51.2%. Then, adolescents are in the medium category with a perc entage, 42.4%, and some adolescents are in the high category with an achievement, 1.6%.</i>	Dalam penelitian ini membuktikan bahwa persentase tertinggi kecanduan media sosial ada pada remaja kategori rendah dengan capaian persentase 51,2% penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 Sedangkan pada penelitian ini ingin mencari tau, apakah kecanduan media sosial pada remaja di tahun 2022 ada dikategori rendah, sedang atau tinggi
6	(Rahardjo & Mulyani, 2020) Jurnal Penelitian Psikologi, Vol 5, No 1 ISSN 2503-9363 “ <i>Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out</i> ”	Kuntitatif	<i>The results of the analysis show that together, all the independent variables have an effect of 56.9% ($p<.01$) on Instagram addiction. Partially, only negative affectivity (a type D personality factor) does not affect Instagram addiction ($\beta=0.078$, $p>.05$), which means that such addiction is strongly influenced by a combination of external and internal factors.</i>	Pada penelitian ini membahas kecanduan Instagram, sedangkan peneliti membahas kecanduan Tiktok
7	(Al Ghifari et al., 2021) Jurnal Informatika,	Kuantitatif	<i>Based on the survey results, 20.18% of respondents</i>	Pada jurnal ini membahas mengenai apakah perilaku

	Vol. 15 No. 1 ISSN 1978-0524 "Reality of the internet and social media addiction in Indonesian students"		<i>experienced mild addiction, 4.85% of respondents experienced moderate addiction, and 0.45% of respondents experienced severe addiction to Internets. While the survey results for social media addiction were 14.99% of respondents experienced mild addiction, 4.7% of respondents experienced moderate addiction, and 0.45% of respondents experienced severe addiction.</i>	kecanduan media sosial dan internet diindonesia pada kalangan pelajar Indonesia pada masa pandemic merupakan kejadian yang nyata. Pada penelitian ini ingin mengetahui apakah hingga saat ini tiktok dapat menjadi menyebabkan perilaku kecanduan di kalangan siswa siswi
8	Sonia Dewi Chandra (Chandra, 2020) Journal of Multidisciplinary Research and Development Vol.4 Issue. 4 ISSN 2655-0865 "Perbedaan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Remaja Pengguna Aktif Dan Pasif"	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kecanduan TikTok pada remaja pengguna aktif dan pasif	Peneliti sebelumnya membahas perbedaan perilaku pengguna aktif dan pasif sedangkan peneliti kali ini membahas
9	(Asdiniah Triana, 2021) Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 5 No.1 ISSN 2614-3097	Kualitatif	bahwa peserta didik banyak menghabiskan waktunya dirumah bermain handphone dengan membuat video-video media	Peneliti sebelumnya membahas mengenai bagaimana perkembangan prestasi belajar anak sedangkan peneliti kali ini membahas mengenai

	<p>“Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar”</p>		<p>social tik tok. Maka dari itu membuat mereka lupa akan waktu belajar, selain itu mereka lupa juga dengan aktifitas yang lain sehingga mereka hanya ingat dengan apa yang sedang ia mainkan.</p>	<p>bagaimana tiktok membuat siswa siswi kecanduan.</p>
--	---	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti membuat kerangka pikiran yang bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena yang ada. Pada penelitian ini, teori Ketergantuan Media diharapkan dapat menjelaskan hubungan antara variabel X yaitu penggunaan aplikasi Tiktok dan variabel Y yaitu perilaku kecanduan pada siswa dan siswi di Kota Batam.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dibuat dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2017). Untuk menguji hipotesis membutuhkan berbagai data baik yang mendukung maupun bertentangan dengan hipotesis. Data diolah dengan menggunakan metode atau perhitungan statistik, untuk menarik kesimpulan mengenai penerimaan atau penolakan hipotesis.

Untuk membuktikan pengaruh atau tidaknya Tik-Tok terhadap perilaku kecanduan siswa siswi sekolah menengah atas, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

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.