
PENGARUH PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI Z KOTA SALATIGA

Oleh

Deatesaronika¹, Seto Herwandito²

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana

E-mail: ¹deatesa.dt@gmail.com, ²seto.herwandito@uksw.edu

Article History:

Received: 04-06-2023

Revised: 23-06-2023

Accepted: 15-07-2023

Keywords:

Tiktok, Sosial Media, Phubbing, Teori Ketergantungan, Dependency Theory, Generasi Z, Salatiga

Abstract. *TikTok merupakan aplikasi media sosial yang sedang banyak diminati dari berbagai kalangan masyarakat, baik dari anak kecil, remaja hingga dewasa. Aplikasi ini digunakan untuk mengunggah konten dalam bentuk video yang bisa dilihat oleh masyarakat luas. Penggunaan aplikasi TikTok mampu mempengaruhi perilaku penggunanya. Adanya pembentukan konsep diri pengguna TikTok, dimana aplikasi Tiktok memberikan efek berupa pembentukan konsep diri ke arah yang baik seperti pada ranah kreatifitas dan wawasan kepada penggunanya baik dalam mengedit, membuat konten, mendapat ilmu menari dan memasak. Dengan adanya Tik Tok sebagai media sosial untuk berkomunikasi dengan dunia luas, memunculkan fenomena ketergantungan media oleh pengguna terutama pada generasi Z. Pengguna TikTok yang aktif berperan besar dalam fenomena ketergantungan ini menimbulkan perilaku phubbing. Oleh karena itu, apakah fitur yang ada pada TikTok ini berpengaruh terhadap phubbing, dari sinilah peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh dari penggunaan TikTok pada perilaku phubbing. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Yang diuji menggunakan teknik analisa regresi sederhana. Dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik purposive random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 401 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Tiktok mempengaruhi terhadap perilaku Phubbing pada Generasi Z Kota Salatiga, adapun besarnya pengaruh variable penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing sebesar 16,3% dan sisanya yakni sebesar 83,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, diluar dari penggunaan Tiktok.*

PENDAHULUAN

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang sedang banyak diminati dari berbagai kalangan masyarakat, baik dari anak kecil, remaja hingga dewasa. Aplikasi ini digunakan untuk mengunggah konten dalam bentuk video yang bisa dilihat oleh masyarakat luas. Terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Februari 2022. Sebanyak 63,1% dari jumlah populasi merupakan pengguna aktif media sosial TikTok (DataIndonesia,

2022). Remaja pada rentang usia 14-24 tahun menjadi pengguna Tiktok yang paling dominan. Sementara dari segi wilayah, kota-kota besar menyumbang pengguna Tiktok yang paling banyak. Head of Public Policy Tik Tok Indonesia Donny Eryastha berkata, "Kami menyebutnya gen Z dan gen Y, gen Y itu milenial dan gen Z itu di bawahnya milenial usia 14-24 itu yang paling banyak pengguna TikTok,"(Sindonews.com, 2020)

Media digital interaktif cukup membantu dalam pengembangan belajar anak(Ezer et al., 2021). Tiktok mampu menjadi media pembelajaran dalam penerapan untuk meningkatkan motivasi belajar siswa (Vidyastuti et al., 2022). Aplikasi Tik Tok merupakan salah satu media yang membuat seseorang penasaran dan ikut mencoba menggunakannya khususnya anak-anak akhirnya sangat menyukai baik itu menjadi pengguna pasif maupun menjadi pengguna aktif seperti konten kreator (Buana & Maharani, 2020). Akan tetapi, muncul persepsi berbeda dimana, terdapat dua persepsi yaitu persepsi positif seperti Tiktok sebagai hiburan, menjalin pertemanan, mendapat informasi serta popularitas bagi penggunanya. Sedangkan yang berikutnya adalah persepsi negatif seperti adanya konten-konten yang bersifat negatif yang muncul pada aplikasi Tik Tok (Deriyanto et al., 2018).

TikTok merupakan salah satu aplikasi dengan penggunaan tertinggi bersamaan dengan, WhatsApp, Facebook, Instagram, dengan persentase kenaikan sebesar 38,7% dari tahun sebelumnya (Andi.Link, 2022). Fitur visual dan audio mempermudah pengguna Tiktok untuk mengatur dan mengedit konten mereka agar menarik hati masyarakat atau pengguna Tiktok lainnya (Hariatiningsih, 2023). Sebagai wadah pemberdayaan pemikiran kreatif untuk menjadi bagian dari revolusi konten, aplikasi ini adalah sesuatu yang baru patokan budaya bagi pembuat konten online global, termasuk di Indonesia (Halim et al., 2022). Selain itu dalam penelitian lain, Riski menyatakan bahwa dengan memaksimalkan fiturnya yang beragam, serta kemudahan pengoperasian Tiktok aplikasi dapat diimplementasikan dalam pembelajaran kehidupan sehari-hari untuk generasi Z (Syah et al., 2020).

Tiap pengguna media sosial akan mengelola serta membentuk kesan tentang diri mereka (Irwanto & Hariatiningsih, 2020). Penggunaan aplikasi TikTok mampu mempengaruhi perilaku penggunanya. Adanya pembentukan konsep diri pengguna TikTok, dimana aplikasi Tiktok memberikan efek berupa pembentukan konsep diri ke arah yang baik seperti pada ranah kreatifitas dan wawasan kepada penggunanya baik dalam mengedit, membuat konten, mendapat ilmu menari dan memasak. Aplikasi ini juga membentuk konsep diri yang buruk, karena kurangnya pengguna dalam mengatur waktu(Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Penelitian yang dilakukan pada remaja di Kabupaten Sampang telah menunjukkan adanya pengaruh antara Penggunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Para pengguna terfokus menggunakan aplikasi Tiktok daripada berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

Kehadiran fenomena phubbing disebabkan karena besarnya perilaku ketergantungan terhadap smartphone dan internet (Hanika, 2015). Penyebab perilaku phubbing adalah kecanduan internet, kecanduan media sosial, kecanduan game, depresi, dan 'nomophobia'. Hasil phubbing perilaku menunda-nunda, prestasi rendah, gangguankonsentrasi, kehilangan komunikasi interpersonal, kehilangan interaksi sosial, dan penutupan sosial (Afdal et al., 2019). Smartphone seolah menjadi rasa candu yang lebih mengasyikkan untuk

dilakukan dibandingkan dengan hal atau peristiwa yang terjadi langsung di hadapan kita (Aditia, 2021). Fenomena phubbing semakin mewabah di kalangan generasi Z karena kecanggihan teknologi dan berkembangnya pola pikir masyarakat penggunanya (Youarti & Hidayah, 2018). Phubbing menjadi contoh nyata dampak negatif dari Perkembangan zaman. Semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi juga tingkat perilaku phubbing, dan begitupun sebaliknya (Safitri et al., 2019).

Perilaku phubbing ini juga erat kaitannya dengan teori ketergantungan. Semakin banyak orang bergantung pada media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka, semakin penting media itu bagi mereka, yang lebih dapat mempengaruhi mereka (Littlejohn, 2009). Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach menyatakan gagasan mereka mengenai teori ketergantungan (dependency theory) dimana kekuatan media massa telah memengaruhi khalayak audiensi karena adanya sifat ketergantungan terhadap isi media massa (Syahreza & Tanjung, 2018). Semakin tinggi tingkat kecemasan sosial maka semakin tinggi pula ketergantungan pada media sosial (Azka et al., 2018). Dengan adanya Tik Tok sebagai media sosial untuk berkomunikasi dengan dunia luas, memunculkan fenomena ketergantungan media oleh pengguna terutama pada generasi Z. Pengguna TikTok yang aktif berperan besar dalam fenomena ketergantungan ini menimbulkan perilaku phubbing.

Hal ini tak bisa dipungkiri dengan begitu banyak bukti nyata dari perilaku yang muncul akibat ketergantungan pada media. Diberitakan seorang perempuan yang sibuk membuat konten TikTok sehingga tidak memperhatikan motornya yang ditabrak pengendara lain di pinggir jalan (Tribunjateng.com, 2021). Hal ini menunjukkan adanya kecanduan terhadap penggunaan aplikasi TikTok karena terlalu fokus untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Kecanduan pada smartphone terbukti berpengaruh dengan signifikan terhadap perilaku phubbing (Isrofin & Munawaroh, 2021).

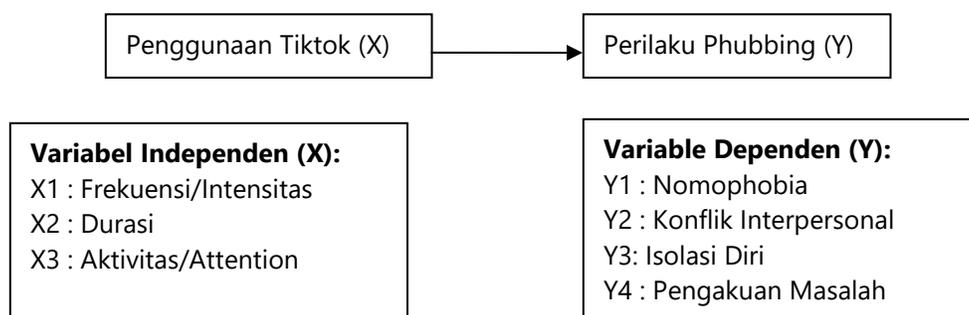
Penelitian yang berjudul *Effect of Using Instagram Stories on Phubbing Behavior in The Generation Z of Salatiga*, membuktikan bahwa hasil ini menunjukkan pengaruh penggunaan Instagram Stories terhadap perilaku phubbing hanya memberikan kontribusi efektif sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya sebesar 68,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti (Christian, Phang et al., 2020). Dapat disimpulkan bahwa pernyataan “ada pengaruh penggunaan Instagram Stories terhadap perilaku phubbing pada Generasi Z di Salatiga” pada hipotesis ini diterima. Akan tetapi berbeda dengan aplikasi lainnya, seperti TikTok, Twitter, Facebook dan lainnya. TikTok yang hampir mirip dengan fitur Instagram Stories memiliki perbedaan seperti durasi video yang lebih lama, serta fitur editing yang lebih lengkap dan bervariasi. Sehingga pengguna lebih mudah dalam membuat konten video dalam berbagai konsep. Oleh karena itu, apakah fitur yang ada pada TikTok ini berpengaruh terhadap phubbing, dari sinilah peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh dari penggunaan TikTok pada perilaku phubbing.

Kota Salatiga menjadi kota dengan peringkat pertama sebagai kota paling toleran se-Indonesia versi SETARA Institute, mengungguli daerah lain di tanah air. Tahun ini Salatiga berhasil meraih gelar peringkat pertama sebagai kota toleransi se-Indonesia (jatengprov.go.id, 2021). Hal ini secara otomatis menunjukkan perilaku masyarakat kota Salatiga yang sangat bertoleransi serta peduli terhadap lingkungan tempat tinggalnya. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Kota Salatiga, jumlah penduduk generasi Z dengan rentang kelahiran tahun 1997-2012 di Kota Salatiga pada 2021, yaitu 44.439 jiwa. Hal ini menunjukkan adanya potensi penggunaan aplikasi TikTok yang cukup

tinggi. Berdasarkan data-data diatas maka penelitian ini ingin menggali tentang Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Perilaku Phubbing Pada Generasi Z Kota Salatiga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variabel penelitian yaitu penggunaan aplikasi Tiktok sebagai variabel X dan perilaku Phubbing sebagai variabel Y(Effendi and Masri 1981). Dilakukan di Kota Salatiga, peneliti mengambil Generasi Z yang ada di Salatiga sebanyak 44.439 orang sebagai populasi penelitian (Badan Pusat Statistik Kota Salatiga 2021). Maka, sebanyak 401 orang sebagai sampel dengan menggunakan tehnik Sampling rumus Solvin.



Berdasarkan buku “Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi” (Ardial 2014). Mengatakan bahwa, penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner tertutup untuk mengumpulkan data primer. Disusun dari daftar pertanyaan tentang masalah yang diteliti kepada responden yaitu generasi Z kota Salatiga dengan menggunakan pilihan jawaban seperti pilihan ganda, skala Likert empat poin, dan Check list untuk memudahkan responden dalam mengisi kuesioner survei.

Metode pengambilan sampel adalah purposive random sampling dengan kriteria responden adalah pengguna aktif Tiktok dengan rentang usia 10-24 tahun di Salatiga. Dimana prosedur pembagian kuesioner akan dilakukan di Sekolah Menengah Atas dan Perguruan Tinggi yang ada di Kota Salatiga. Supaya berimbang maka kuesioner akan dibagi menjadi dua kategori yaitu Sekolah Menengah Atas dan kampus, untuk SMA dibagi 225 kuesioner, dan kampus sebanyak 225 kuesioner. Total jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 450, dengan 49 kuesioner cadangan. Kemudian Kuesioner yang telah diisi akan diambil dan diperiksa kevaliditasannya. Data primer yang telah didapatkan akan dianalisis menggunakan statistik inferensia dan teknik regresi linear. Menurut Somantri (2011: 243), regresi linear sederhana ditujukan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel (Abdurrahman, Muhidin, and Somantri 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Test Statistics

	Penggunaa n	Phubbin g
Chi-Square	242.441 ^a	291.793 ^b

df	19	25
Asymp. Sig.	.000	.000

Berdasarkan tabel di atas besarnya nilai Chi-Square hitung untuk variabel penggunaan Tiktok adalah 242.441 dan lebih besar dari nilai Chi-Square tabel yakni sebesar 30.14 (dengan degree of freedom atau derajat kebebasan 19 pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$). Dapat disimpulkan variabel penggunaan Tiktok tidak berdistribusi normal.

Variabel perilaku phubbing, nampak bahwa nilai Chi-Square hitung sebesar 291.793 dan lebih besar dari nilai Chi-Square tabel yakni sebesar 37.65 (dengan degree of freedom atau derajat kebebasan 25 pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$). Dapat disimpulkan variabel perilaku phubbing tidak berdistribusi normal

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.312	1	377.312	14.931	.000 ^b
	Residual	10082.653	399	25.270		
	Total	10459.965	400			

Dari tabel di atas nilai probabilitas (P) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara penggunaan Tiktok dengan perilaku phubbing menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak membentuk garis linier.

Data primer yang telah diperoleh diuji menggunakan statistic non-parametrik. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov yang menunjukkan hasil Asymp sig. (2-tailed) $0,000 < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Uji lineritas membuktikan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka data tidak linear. Oleh karena itu, dilanjutkan dengan uji korelasi non-parametrik menggunakan Rank Spearman dan analisa regresi sederhana.

Hasil Analisis Regresi Sederhana Penggunaan Tiktok terhadap Perilaku Phubbing
Correlations

			RANK TIKTOK	RANK PHUBBING
Spearman's rho	RANK TIKTOK	Correlation Coefficient	1.000	.127*
		Sig. (2-tailed)	.	.011
		N	401	401
	RANK PHUBBING	Correlation Coefficient	.127*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.011	.
		N	401	401

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil korelasi didapat dari nilai r hitung sebesar 0,127. Nilai korelasi tergolong lemah

akan tetapi memiliki nilai positif (arah korelasi positif) sehingga pola hubungan antara Penggunaan Tiktok dan Perilaku Phubbing adalah searah. Artinya, semakin tinggi Tingkat penggunaan Tiktok maka tingkat perilaku phubbing juga semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Selain itu, nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ maka H1 diterima, Jadi terdapat pengaruh penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing terhadap Generasi Z kota Salatiga.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.127 ^a	.163	.014	114.88359

a. Predictors: (Constant), RANK TIKTOK

b. Dependent Variable: RANK PHUBBING

Koefisien determinasinya (R square) sebesar 0,163 atau sebesar 16,3%. Nilai ini diperoleh dari hasil (R square x 100%). Artinya Penggunaan Tiktok mempengaruhi perilaku phubbing sebesar 16,3% dan sisanya 83,7% dipengaruhi faktor/variabel lain selain penggunaan Tiktok.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85713.459	1	85713.459	6.494	.011 ^b
	Residual	5266097.230	399	13198.239		
	Total	5351810.688	400			

a. Dependent Variable: RANK PHUBBING

b. Predictors: (Constant), RANK TIKTOK

Berdasarkan hasil yang ada dapat dinyatakan F hitung > F table ($6,494 > 3,02$), dengan demikian H1 diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan Tiktok dengan Perilaku Phubbing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	175.741	11.527		15.246	.000
	RANK TIKTOK	.127	.050	.127	2.548	.011

a. Dependent Variable: RANK PHUBBING

Berdasarkan Coefficients dapat diketahui bahwa nilai signifikansi penggunaan Tiktok

sebesar 0,011 yang berarti lebih kecil dari 0,05, menyatakan bahwa H1 diterima karena terdapat pengaruh dari penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing.

Pembahasan

Sebelum melakukan analisa terhadap pengaruh penggunaan Tiktok terhadap perilaku phubbing, terdapat hipotesis penelitian yang terdiri dari, Ho : Tidak terdapat hubungan antara Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Phubbing pada Generasi Z Kota Salatiga, H1 : Terdapat hubungan antara Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Phubbing pada Generasi Z Kota Salatiga. Dimana kedua hipotesis akan diuji menggunakan statistik inferensial.

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari hasil penelitian dengan teknik analisis regresi sederhana yang diuji menggunakan SPSS windows 22.0 Hasil korelasi menyatakan bahwa nilai signifikansi 0,011 kurang dari 0,05 membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing pada generasi Z kota Salatiga. Akan tetapi tergolong lemah dengan nilai r hitung sebesar 0,127. Dan memiliki nilai positif (arah korelasi positif) sehingga dapat disimpulkan semakin sering generasi Z menggunakan Tiktok maka semakin besar Generasi Z berperilaku Phubbing. Begitu juga sebaliknya, semakin jarang generasi Z menggunakan Tiktok maka semakin rendah generasi Z berperilaku Phubbing.

Generasi Z kota Salatiga menggunakan Tiktok hanya sebagai media hiburan saja, mereka tidak melakukan kegiatan yang lebih intens seperti membuat konten atau menggunakannya sebagai media bisnis, sehingga pengaruh yang ditimbulkan dari penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing masih tergolong lemah. Sedangkan Perilaku phubbing ini juga erat kaitannya dengan teori ketergantungan. Semakin banyak orang bergantung pada media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka, semakin penting media itu bagi mereka (Littlejohn, 2009). Untuk itu Tingkat ketergantungan penggunaan Tiktok pada Generasi Z kota Salatiga masih tergolong lemah.

Terdapat perbedaan antara penggunaan Tiktok di Kota Salatiga dengan Kota besar yang lebih memungkinkan penggunanya melakukan banyak kegiatan dengan aplikasi Tiktok, seperti membuat konten, melakukan bisnis, online shopping dan lain sebagainya. Terlebih lagi, sebanyak 214 responden generasi Z kota Salatiga memilih setuju menggunakan Tiktok hanya selama 30 menit dalam sehari untuk mengisi waktu luang mereka saja. Dapat dikatakan generasi Z menganggap Sosial media bukan suatu kebutuhan, hanya sebagai pengisi waktu luang untuk memperoleh hiburan.

Pengaruh penggunaan Tiktok masih tergolong lemah jika dilihat dari r hitungnya. Nilai R square sebesar 0,163 atau sebesar 16,3%. Dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Tiktok hanya berpengaruh sebesar 16,3% terhadap perilaku Phubbing yang dilakukan oleh generasi Z kota Salatiga. Tiktok memang menjadi Sosial media yang sering digunakan oleh Generasi Z kota Salatiga, namun bukan berarti Tiktok memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku Phubbing di Kota Salatiga. Mereka memiliki tingkat ketergantungan yang rendah terhadap Tiktok dalam kehidupan sehari-hari. Sebanyak 276 responden tidak setuju jika mereka menggunakan Tiktok ketika bersama orang lain atau ketika mereka berada di tempat umum. Generasi Z juga mengatakan bahwa mereka baik-baik saja jika terpaksa tidak menggunakan Tiktok selama beberapa hari. Hal ini sesuai dengan penelitian yang mengatakan semakin tingkat tinggi kecemasan sosial maka akan semakin tinggi pula tingkat ketergantungan pada media sosial (Azka et al., 2018). Generasi Z kota Salatiga tidak

terlalu bergantung kepada sosial media khususnya Tiktok dalam kehidupan sehari-hari mereka. Menggunakan Tiktok tidak membuat mereka kecanduan sehingga mengabaikan lingkungan sekitar mereka seperti orang lain atau kegiatan yang harus mereka lakukan setiap harinya.

Generasi Z kota Salatiga memilih untuk membiarkan perilaku phubbing yang dilakukan oleh lawan bicaranya atau orang disekitarnya. Mereka tetap bisa menjalankan aktivitas dan tidak terpengaruh untuk ikut menggunakan Hp. Oleh karena itu Generasi Z kota Salatiga berbeda dengan remaja di kota lain. Remaja di Jakarta Selatan melakukan perilaku phubbing yang memungkinkan terjadinya perilaku saling membalas antar sesama yang melakukan Phubbing (Taufik et al., 2020). Hal ini yang juga menjadi alasan mengapa kota Salatiga memiliki julukan kota toleran(jatengprov.go.id, 2021), yang mana generasi Z kota salatiga mampu menghargai perilaku orang disekitarnya dengan tetap menjalankan aktivitas tanpa merasa terganggu sekalipun.

Pengaruh penggunaan Tiktok masih tergolong lemah, oleh karena itu peneliti menggunakan data kualitatif hasil wawancara dengan lima orang responden yang melakukan phubbing melalui penggunaan Tiktok. Data ini digunakan untuk memperkuat alasan terjadinya perilaku phubbing melalui penggunaan Tiktok sebanyak 16,3% dari populasi generasi Z kota Salatiga. Perilaku phubbing terjadi dikarenakan adanya ketergantungan terhadap isi atau konten yang ada di tiktok, "saya selalu ingin mengetahui apa saja yang sedang viral di Tiktok, karna itu sangat menyenangkan selalu update semua konten yang sedang viral dan saya remake lagi di akun Tiktok saya" Tutur narasumber pertama bernama Fina. Hal ini berhubungan dengan rasa ketergantungan atau kecanduan yang dialami pengguna aktif Tiktok sehingga setiap saat pengguna tersebut harus selalu mengetahui apa yang sedang trending atau viral di Tiktok.

Alasan lainnya dari Narasumber kedua bernama Debi " karna saya orangnya introvert, jadinya jarang keluar kost, lebih nyaman berada di kost dan bermain sosial media apalagi Tiktok. Banyak sekali informasi dan berita yang bisa saya dapatkan tanpa harus terjun ke masyarakat langsung. Lebih lagi saya mahasiswa yang ga terlalu aktif di kegiatan kampus, jadi ga ada kegiatan yang wajib saya lakukan setiap harinya selain ke kampus. Lebih banyak di kost main HP". Selain konten terupdate yang ada di Tiktok, berita dan informasi yang cukup banyak dan mudah didapatkan tanpa harus turun ke masyarakat langsung membuat narasumber kedua menjadi nyaman hingga ketergantungan untuk sering menggunakan Tiktok dari pada melakukan aktivitas diluar sana.

"karena pekerjaan ya, menjadi admin sebuah cafe menjadi awal mula saya suka main Tiktok, karna harus selalu tau update terbaru dari Tiktok, jadi mau ga mau saya selalu mengamati apa saja yang ada di Tiktok. Dari situlah saya menjadi kecanduan terus dan ingin selalu melihat apa yang sedang trending, konten apa yang sedang hype, atau coba fitur-fitur yang baru. Bahkan kadang sampai lupa waktu dan kerjaan yang harus saya lakukan karna keasikan main Tiktok" Narasumber ketiga yang bernama Dito menggunakan Tiktok karena tuntutan pekerjaan, hingga akhirnya menjadi kecanduan menggunakan Tiktok. Bukan hanya konten dan informasi yang selalu update, namun fitur-fitur yang ada di Tiktok juga menarik hati narasumber tersebut.

Narasumber keempat yang merupakan pelajar SMA bernama Fitri berkata bahwa Tiktok menjadi sosial media yang paling seru untuk digunakan " seru aja main Tiktok sama

temen-temen, kalau ada waktu luang di sekolah itu suka bikin konten Tiktok pakai effect dan sound audio yang lagi viral. Kadang sering diam-diam scroll Tiktok kalo lagi jam pelajaran, tapi tidak pernah ketahuan” sebagai seorang pelajar yang sangat sibuk dengan kegiatan sekolah dan tugas tidak menutup kemungkinan Fitri menjadi pengguna aktif Tiktok. Bahkan sering mengesampingkan kegiatan di sekolah untuk bermain Tiktok. Hal ini membuktikan adanya efek ketergantungan yang dialami Fitri dengan sering menggunakan Tiktok.

Selanjutnya, narasumber yang juga merupakan pejar SMA berkata “saya sudah punya banyak teman online di Tiktok, karna lebih seru ngobrol lewat Tiktok bisa lebih leluasa dan bebas. Jadi tiap hari lebih sering main Tiktok dari pada main diluar sama teman-teman” narasumber bernama Fei ini menggunakan Tiktok sebagai media untuk bersosialisasi dnegan orang lain. Bahkan dia lebih suka bermain Tiktok dari pada terjun ke lapangan langsung untuk bermain dengan teman-temannya.

Terdapat berbagai alasan dan penyebab mereka melakukan phubbing dengan menggunakan Tiktok. Meskipun angka presentase pengaruh penggunaan Tiktok terhadap perilaku phubbing hanya sebesar 16%, akan tetapi generasi Z yang termasuk didalamnya memiliki alasan yang kuat untuk terjadinya perilaku phubbing terlepas dari besarnya angka presentase tersebut. Perilaku Phubbing yang dialami tidak mudah menular ke generasi Z lainnya dengan banyak faktor yang belum diteliti.

Masih ada faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Meskipun Tiktok mencapai angka 63,1% dari jumlah populasi masyarakat Indonesia yang menggunakan internet (DataIndonesia, 2022) namun responden penelitian memiliki banyak faktor lainnya. terbukti dari 401 responden sebagian besar belum sadar akan perilaku phubbing yang ada disekitar mereka. Sebanyak 276 responden memilih untuk membiarkan orang yang sibuk bermain HP ketika sedang berkumpul. Sebagian besar responden juga tidak merasa mengganggu orang lain ketika sedang asik bermain HP di tempat umum. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 401 responden yang menjawab kuesioner belum menyadari perilaku Phubbing yang mereka lakukan sehingga data yang diperoleh dari kuesioner membuktikan Penggunaan Tiktok berpengaruh terhadap Perilaku Phubbing pada generasi Z Kota Salatiga sebesar 16,3%.

KESIMPULAN

Penggunaan Tiktok berpengaruh terhadap perilaku Phubbing pada generasi Z kota Salatiga sebesar 16,3%. Tingkat ketergantungan pada penggunaan Tiktok masih tergolong rendah, Generasi Z kota Salatiga menggunakan Tiktok hanya sebagai media hiburan saja, mereka tidak melakukan kegiatan yang lebih intens seperti membuat konten atau menggunakannya sebagai media bisnis, sehingga pengaruh yang ditimbulkan dari penggunaan Tiktok terhadap perilaku Phubbing masih tergolong lemah. Mereka tidak terlalu bergantung kepada sosial media khususnya Tiktok dalam kehidupan sehari-hari mereka. Menggunakan Tiktok tidak membuat mereka kecanduan sehingga mengabaikan lingkungan sekitar mereka seperti orang lain atau kegiatan yang harus mereka lakukan setiap harinya. Sehingga dalam melakukan aktivitas sehari-hari Generasi Z tidak menggunakan Tiktok ketika bersama orang lain atau ketika mereka berada di tempat umum. Bahkan mereka baik-baik saja jika terpaksa tidak menggunakan Tiktok selama beberapa hari.

Terdapat perbedaan antara penggunaan Tiktok di Kota Salatiga dengan Kota besar yang lebih memungkinkan penggunaannya melakukan banyak kegiatan dengan aplikasi Tiktok, seperti membuat konten, melakukan bisnis, online shopping dan lain sebagainya. Generasi Z kota Salatiga memilih untuk membiarkan perilaku phubbing yang dilakukan oleh lawan bicaranya atau orang disekitarnya. Mereka tetap bisa menjalankan aktivitas dan tidak terpengaruh untuk ikut menggunakan Hp. Oleh karena itu Generasi Z kota Salatiga berbeda dengan remaja di kota lain. Meskipun angka presentase pengaruh penggunaan Tiktok terhadap perilaku phubbing hanya sebesar 16,3%, akan tetapi generasi Z yang termasuk didalamnya memiliki alasan yang kuat untuk terjadinya perilaku phubbing terlepas dari besarnya angka presentase tersebut. Perilaku Phubbing yang dialami tidak mudah menular ke generasi Z lainnya dengan banyak faktor yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditia, R. (2021). Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.24123/soshum.v2i1.4034>
- [2] Afdal, A., Alizamar, A., Ifdil, I., Ardi, Z., Sukmawati, I., Zikra, Z., Ilyas, A., Fikri, M., Syahputra, Y., & Hariyani, H. (2019). *An Analysis of Phubbing Behaviour: Preliminary research from counseling perspective*. 295(ICETeP 2018), 270–273. <https://doi.org/10.2991/icetep-18.2019.65>
- [3] Andi.Link. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.
- [4] Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>
- [5] Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- [6] Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- [7] Christian, Phang, L. M., Purnomo, D., & Sari, D. K. (2020). Effect of Using Instagram Stories on Phubbing Behavior in the Generation Z of Salatiga. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 13(2), 325. <https://doi.org/10.14421/pjk.v13i2.1950>
- [8] DataIndonesia. (2022). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. 12 Juli.
- [9] Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip*, 7(2), 77.
- [10] Halim, F., Augustinah, F., Vidyanata, D., Sherly, S., & Sudirman, A. (2022). Determinants of Intention to Use the Tik Tok Application among Generation Z. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 721. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.977>
- [11] Hanika, I. M. (2015). Fenomena Phubbing di Era Milenial (Ketergantungan Seseorang pada Smartphone terhadap Lingkungannya). *Jurnal Interaksi*, 4(1), 42–51.
- [12] Hariatiningsih, L. R. (2023). Amplifikasi Budaya Pop Bonge-Jeje Melalui Media Sosial Tik Tok. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 122–131. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.15067>

- [13]Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 119–128.
- [14]Isrofin, B., & Munawaroh, E. (2021). The Effect of Smartphone Addiction and Self-Control on Phubbing Behavior. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 15–23. <https://doi.org/10.17977/um001v6i12021p015>
- [15]jatengprov.go.id. (2021). *Salatiga Raih Kota Paling Toleran se-Indonesia*. 26 Februari.
- [16]Littlejohn, S. W. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory* (K. A. F. Stephen W Littlejohn (ed.)).
- [17]Safitri, W., Yessy Elita, & Sulian, I. (2019). Hubungan penggunaan media sosial terhadap perilaku phubbing remaja generasi Z pada siswa kelas XI di SMKN 5 Kota Bengkulu. *Jurnal Consilia*, 2(1), 66–74.
- [18]Sindonews.com. (2020). *Penggunaan Tiktok di Indonesia Didominasi Generasi X dan Y*. 11 Februari.
- [19]Syah, R. J., Nurjanah, S., & Andri Mayu, V. P. (2020). Tikio (TikTok App Educational Video) Based on the Character Education of Newton's Laws Concepts Preferred to Learning for Generation Z. *Pancaran Pendidikan*, 9(4), 85–94. <https://doi.org/10.25037/pancaran.v9i4.325>
- [20]Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- [21]Taufik, E., Dewi, S. Y., & Muktamiroh, H. (2020). *Hubungan Kecanduan Smartphone Dengan Kecenderungan Perilaku Phubbing Pada Remaja Di SMAN 34 Jakarta Selatan*. 1, 10. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/sensorik/article/view/479>
- [22]Tribunjateng.com. (2021). *VIRAL Motor Milik Remaja Perempuan Ini Ditabrak Saat Ditinggal Bikin Konten TikTok, Berikut Kisahnya*. 13 Februari 2021.
- [23]Vidyastuti, A. N., Effendi, M. M., & Darmayanti, R. (2022). Aplikasi Tik-Tok: Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Materi Barisan dan Deret Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa SMA. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 8(2), 91–106. <https://doi.org/10.29407/jmen.v8i2.18267>
- [24]Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). *Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z*. 4(1), 143–152.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN