

**DAMPAK APLIKASI TIKTOK
TERHADAP KEMAMPUAN KOGNITIF
MAHASISWA UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH :

SARAH RAFINA

178530042



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/1/23

Access From (repository.uma.ac.id)4/1/23

**DAMPAK APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEMAMPUAN
KOGNITIF MAHASISWA UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area



Oleh:

SARAH RAFINA

178530042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN


2022

LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kemampuan Kognitif
Mahasiswa Universitas Medan Area.
Nama : Sarah Rafina
NPM : 178530042
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing


Rehia K. Isabela Barus, MSP

Pembimbing I


Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, M.Si


Pembimbing II

Mengetahui:




Dr. Effati Jullana Hasibuan, M.Si

Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc

Ka. Prodi/WD 1

Tanggal Lulus : 20 September 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 September 2022



Sarah Rafina

178530042

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Rafina
NPM : 178530042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul : Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area beserta perangkat yang ada. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 25 Oktober 2022
Yang menyatakan,



A 10,000 Indonesian postage stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAL TEMPEL', and 'A85AKX19458123'.

Sarah Rafina

ABSTRAK

DAMPAK APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEMAMPUAN KOGNITIF MAHASISWA UNIVERSITAS MEDAN AREA

Sarah Rafina

NPM : 178530042

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap kemampuan kognitif pada mahasiswa di Universitas Medan Area. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan pengolahan data menggunakan *SPSS versi 2.0*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji T dan F. Pengolahan data menggunakan *SPSS 2.0* diperoleh hasil perhitungan Uji Validitas variabel Aplikasi Tiktok dan Kemampuan Kognitif dihitung dari R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} 0,195 yang dinyatakan valid. Uji Realibilitas dengan nilai *Cronch's Alpha* > 0,60 yaitu variabel Aplikasi Tiktok sebesar 0,757 dan variabel kognitif sebesar 0,740. Uji T menunjukkan t_{hitung} 1,713 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Kemudian F_{hitung} sebesar 124,184 dengan tingkatan signifikansi $0,000 < 0,005$ maka terdapat hubungan aplikasi Tiktok dan kemampuan kognitif. Sehingga di peroleh nilai signifikan 55,9% menjelaskan bahwa terdapat adanya dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif.

Kata Kunci: Aplikasi TikTok, Kemampuan Kognitif, Mahasiswa

ABSTRACT

THE IMPACT OF THE TIKTOK APPLICATION ON THE COGNITIVE ABILITIES OF MEDAN AREA UNIVERSITY STUDENTS

Sarah Rafina

NPM : 178530042

This research aims to determine the impact of using TikTok application on the cognitive abilities of Medan Area University students. The research method used is quantitative with a sample of 100 respondents. The instrument used is a questionnaire with data processing using SPSS version 2.0. The data analysis technique used is the Validity Test, Reliability Test, T Test and F Test. Data processing using SPSS 2.0 obtained the results of the calculation of the Validity Test of Tiktok Application variable and Cognitive Ability calculated from R_{count} greater than R_{table} 0.195 which was declared valid. Reliability test with Cronch's Alpha value > 0.60 , the TikTok Application variable is 0.757 and the cognitive variable is 0.740. The T test shows T_{count} 1.713 with a significance value of $0.000 < 0.05$ which explains that null hypothesis (H_0) is rejected and alternative hypothesis (H_a) is accepted. Then F_{count} is 124.184 with a significance level of $0.000 < 0.005$, so there is a relationship between the TikTok application and cognitive abilities. So that obtained a significant value of 55.9% explaining that there is an effect of the application of TikTok on cognitive abilities.

Keywords: *TikTok Application, Cognitive Ability, Students*

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Sarah Rafina yang kerap dipanggil Sarah dilahirkan di Rimbo Bujang, Provinsi Jambi. Lahir pada tanggal 20 April 1999 dari pasangan Bapak Arifin Juri dan Ibu Ratna Juita. Dari empat bersaudara, penulis merupakan anak terakhir. Penulis lulus dari SMA Raksana Medan pada tahun 2017 dan terdaftar sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area. Penulis ikut KKL (kegiatan Kuliah Kerja Lapangan) di Restoran Mie Ayam Haji Mahmud pada tahun 2020. Selain itu penulis juga aktif di beberapa lembaga kepemudaan seperti Yayasan Bangsa Jadi Indonesia, komunitas perfilman 3 Kaki Production, komunitas Generasi Baru Indonesia yang merupakan kumpulan mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia, serta mengikuti program Kelas Dasar Perfilman oleh Pusat Pengembangan Perfilman Indonesia (Pusbang Film) Kementerian Pendidikan dan Budaya Indonesia.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur kepada Allah *Subhanahu wata'ala* yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area***. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana di Universitas Medan Area yang *Insyah Allah* dapat bermanfaat baik secara akademis dan masyarakat.

Alhamdulillah skripsi ini selesai berkat karunia ilmu yang diberikan oleh Allah *Subhanahu wata'ala*. Dari skripsi ini pula, penulis belajar banyak hal baik dari apa yang diteliti maupun proses dalam melakukan penelitian. Tentu penelitian ini dapat selesai berkat bantuan beberapa pihak. Rasa terima kasih ingin penulis sampaikan kepada:

1. Diri sendiri, yang telah yakin dan percaya bahwa tidak perlu takut menghadapi sesuatu. Dan tetap menjaga semangat selagi masih ingin mencari tahu, merasakan hal baru serta terus berbagi.
2. Ibu Rehia Karenina I. Barus, S.Sos, MSP dan Ibu Dr. Ressi Dwiana, M.Si, yang merupakan Dosen Pembimbing. Mereka berdua adalah sosok yang sangat sabar membimbing saya hingga skripsi saya selesai.
3. Terkhusus untuk Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Com dan Bapak Aura Auza, S.I.Kom, M.Kom. Umumnya Kak Ilma lebih senang dipanggil 'Kak' dan pengalaman selama menjadi mahasiswa bimbingan beliau di masa Kuliah Kerja Lapangan. Serta Pak Ara yang juga sudah membantu mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya pada masa saya berkuliah, yang secara spesifik tidak saya sampaikan satu persatu, namun membuat saya semakin ingin mendalami ilmu di jurusan ini.
5. Seluruh staf administrasi Universitas Medan Area terutama di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Karena mereka yang telah membantu saya dalam urusan administratif perkuliahan.

6. Abak, Ama, Teta dan kedua Abang yang berdoa untuk kesuksesan saya.
7. Teman-teman saya, terutama untuk May, Ningrum, Ola, Rada, Sindy, Ale, Pia, Ayu, Lia, Rachel, Puti dan Taufik yang menemani di kala *overthink* dan menyadarkan selalu bahwa melakukan sesuatu harus dengan ikhlas, sabar dan senang.
8. Serta seluruh '*strangers*' yang membuat saya belajar banyak hal.

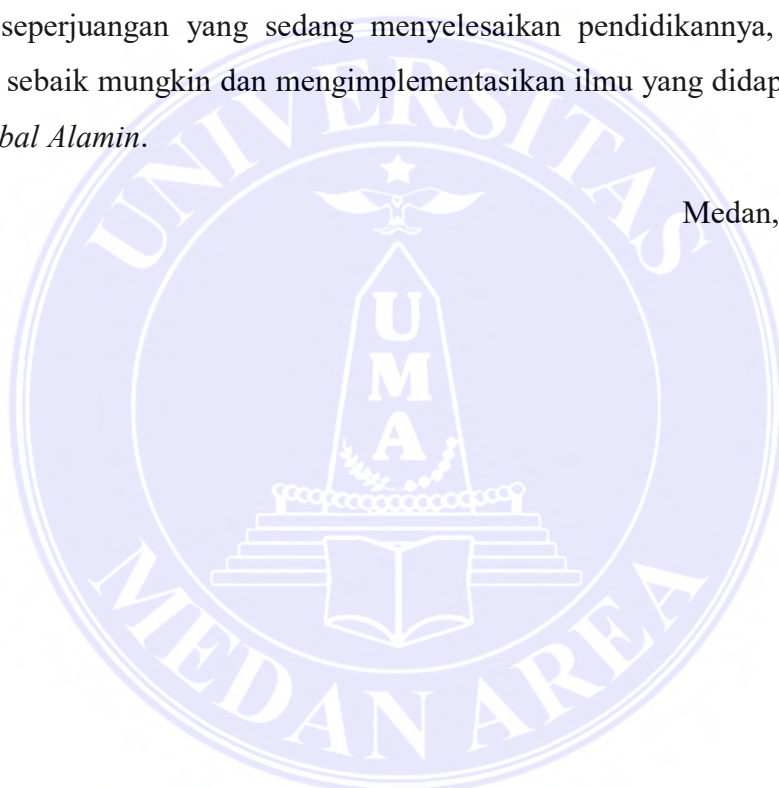
Semoga Allah *Subhanahu wata'ala* selalu melindungi mereka dan membalas semua kebaikan mereka. Akhir kata, penulis berharap kepada seluruh teman-teman seperjuangan yang sedang menyelesaikan pendidikannya, dapat selesai dengan sebaik mungkin dan mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

Medan, Oktober 2022

Penulis,

Sarah Rafina

178530042



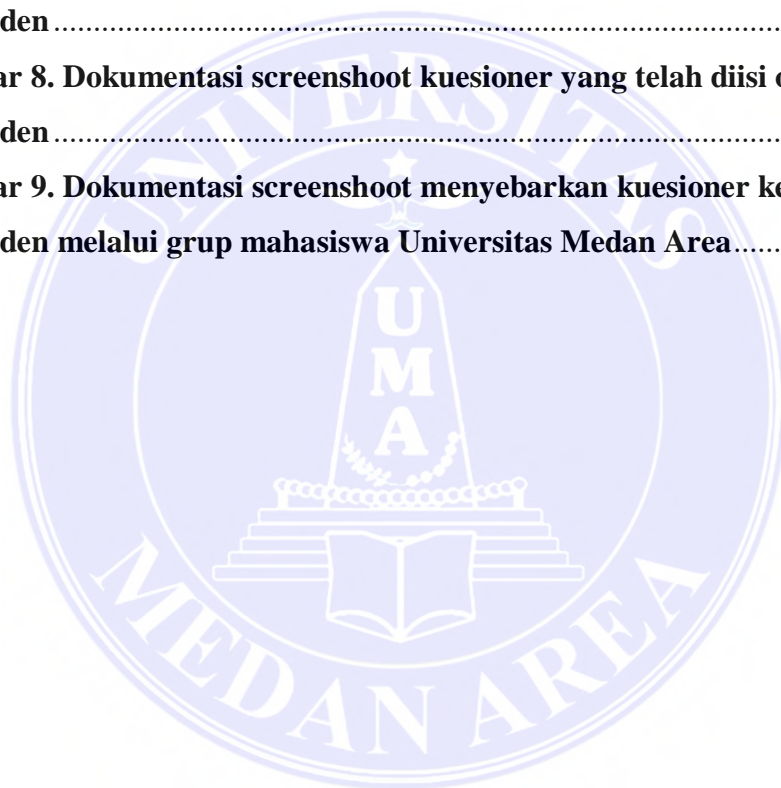
DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| RIWAYAT HIDUP | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.4.2. Manfaat Akademis | 7 |
| 1.4.3. Manfaat Praktis | 8 |
| BAB II KERANGKA TEORI | 9 |
| 2.1. Komunikasi Massa | 9 |
| 2.2. Media Online | 11 |
| 2.3. Tiktok | 13 |
| 2.4. Teori Uses and Gratification | 15 |
| 2.5. Efek Komunikasi Massa | 15 |
| 2.6. Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.7. Kerangka Konseptual | 21 |
| 2.8. Kerangka Pemikiran | 21 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 22 |
| 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian | 22 |
| 3.2. Teknik Pengumpulan Data | 22 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.3. | Metode Penelitian | 22 |
| 3.4. | Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.4.1. | Populasi | 22 |
| 3.4.2. | Sampel | 23 |
| 3.6. | Hipotesis Penelitian | 26 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 27 |
| 4.1. | Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 27 |
| 4.2. | Hasil Penelitian | 28 |
| 4.2.1. | Uji Variabel | 36 |
| 4.2.2. | Penggunaan Aplikasi Tiktok (Variabel X) | 38 |
| 4.2.3. | Kemampuan Kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area (Variabel Y) | 48 |
| 4.3. | Analisis Data | 59 |
| 4.4. | Pembahasan Penelitian | 60 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 64 |
| 5.1. | Kesimpulan | 64 |
| 5.2. | Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 66 |
| LAMPIRAN | | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Grafik Pengguna Internet Tahun 2020 | 1 |
| Gambar 2. Grafik Pengunduhan Aplikasi Tahun 2019 | 3 |
| Gambar 3. Kumpulan Konten Video Tiktok Melalui Tagar #samamabelajar | 5 |
| Gambar 4. Model Proses Komunikasi Shanon dan Weaver | 10 |
| Gambar 5. Grafik Jenis Konten yang Paling Disukai Responden | 32 |
| Gambar 6. Grafik Jenis Konten yang Sering Muncul di FYP | 34 |
| Gambar 7. Dokumentasi screenshoot menyebarkan kuesioner kepada responden | 91 |
| Gambar 8. Dokumentasi screenshoot kuesioner yang telah diisi oleh responden | 92 |
| Gambar 9. Dokumentasi screenshoot menyebarkan kuesioner kepada responden melalui grup mahasiswa Universitas Medan Area | 93 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Terkini | 18 |
| Tabel 2. Indikator Variabel Penelitian..... | 25 |
| Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 28 |
| Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 29 |
| Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi dan Angkatan..... | 29 |
| Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Tiktok | 31 |
| Tabel 7. Validitas Variabel X (Aplikasi Tiktok) | 36 |
| Tabel 8. Validitas Variabel Y (Kemampuan Kognitif)..... | 37 |
| Tabel 9. Reliabelitas Variabel X dan Y | 38 |
| Tabel 10. Tingkat Persetujuan Pilihan Musik di dalam Aplikasi Tiktok Sangat Beragam | 39 |
| Tabel 11. Tingkat Persetujuan Filter di dalam Aplikasi Tiktok Menambah Daya Tarik Bagi Pengguna Tiktok..... | 39 |
| Tabel 12. Tingkat Persetujuan Komentar pada Aplikasi Tiktok Membantu Pengguna Memahami Konten Tiktok | 40 |
| Tabel 13. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Konten yang Muncul di Beranda Unik dan Menarik | 40 |
| Tabel 14. Tingkat Persetujuan Jika Konten Tiktok yang Diinginkan Akan Muncul di Beranda Jika Mengikuti Pengguna Tiktok yang Membuat Konten Tersebut | 41 |
| Tabel 15. Tingkat Persetujuan Responden Jika Mengikuti Pengguna Tiktok Menambah Variasi Konten yang Ditonton dan Diinginkan | 42 |
| Tabel 16. Tingkat Persetujuan Bahwa Konten yang Muncul di Beranda Tidak Monoton atau Terfokus Pada Satu Jenis Konten Saja | 42 |
| Tabel 17. Tingkat Persetujuan Bahwa Konten Tiktok Bersifat Informatif dan Bermanfaat | 43 |
| Tabel 18. Tingkat Persetujuan Responden yang Hanya Menonton Konten Viral/Tren Saat Ini..... | 43 |
| Tabel 19. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Karena Aplikasi Ini Sedang Tren | 44 |

| | |
|---|-----------|
| Tabel 20. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Karena Videonya Sederhana dan Mudah Ditonton | 45 |
| Tabel 21. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Karena Orang Disekitar Saya Juga Menggunakannya | 45 |
| Tabel 22. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Atas Kemauan Saya Sendiri | 46 |
| Tabel 23. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Karena Banyak Informasi yang Dibutuhkan di Dalam Aplikasi Tersebut | 47 |
| Tabel 24. Tingkat Persetujuan Responden yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Hanya untuk Hiburan dan Mengisi Waktu Luang | 47 |
| Tabel 25. Tingkat Persetujuan Responden yang Merasa Berbagai Jenis Konten Didalam Aplikasi Tiktok Seperti Konten Memasak, Fashion, Kecantikan, Tips, Edukasi dan Lainnya Mudah untuk Diingat | 48 |
| Tabel 26. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Konten Didalam Aplikasi Tiktok Mudah Diingat Karena Cara Penyampaiannya yang Menarik..... | 49 |
| Tabel 27. Tingkat Persetujuan Responden yang Mengetahui Seputar Fenomena Terkini Karena Aplikasi Tiktok | 50 |
| Tabel 28. Tingkat Persetujuan Responden yang Mengetahui Beberapa Hal Karena Konten Didalam Aplikasi Tiktok..... | 50 |
| Tabel 29. Tingkat Persetujuan Responden yang Mengingat Beberapa Konten Sesuai Dengan Kebutuhan/Diri Saya | 51 |
| Tabel 30. Tingkat Persetujuan Responden yang Memahami Isi/Pesan Konten Didalam Aplikasi Tiktok | 52 |
| Tabel 31. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Konten Didalam Aplikasi Tiktok Mudah Dipahami | 52 |
| Tabel 32. Tingkat Persetujuan Responden yang Memahami Konten Tiktok Karena Didukung oleh Fitur yang Terdapat Didalam Aplikasi Tiktok | 53 |
| Tabel 33. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Beberapa Konten Seperti Tips dan Edukasi Didalam Aplikasi Tiktok Mudah Diterapkan dalam Sehari-Hari | 53 |

| | |
|---|-----------|
| Tabel 34. Tingkat Persetujuan Bahwa Responden Menerapkan Pesan yang Disampaikan Didalam Aplikasi Tiktok Setelah Memahami Isi Pesan Konten Tersebut | 54 |
| Tabel 35. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Seringkali Konten Didalam Aplikasi Tiktok Sesuai dengan Fenomena yang Terjadi | 55 |
| Tabel 36. Tingkat Persetujuan Responden Bahwa Seringkali Konten Didalam Aplikasi Tiktok Sesuai dengan Fenomena yang Responden Alami | 55 |
| Tabel 37. Tingkat Persetujuan Bahwa Responden Mengikuti Perkembangan Konten/Fenomena Tertentu | 56 |
| Tabel 38. Tingkat Persetujuan Bahwa Setelah Responden Menonton Konten Tiktok Memiliki Keinginan Membuat Konten yang Serupa | 57 |
| Tabel 39. Tingkat Persetujuan Bahwa Responden Hanya Menonton Konten yang Sesuai dengan Kebutuhan..... | 57 |
| Tabel 40. Tingkat Persetujuan Bahwa Responden Memiliki Keinginan Mengikuti Trend Terbaru di Tiktok Setelah Menonton Trend Tersebut | 58 |
| Tabel 41. Tabel Uji Korelasi Variabel X dan Variabel Y | 59 |
| Tabel 42. Tabel Anova | 59 |
| Tabel 43. Tabel Koefisien Korelasi..... | 60 |

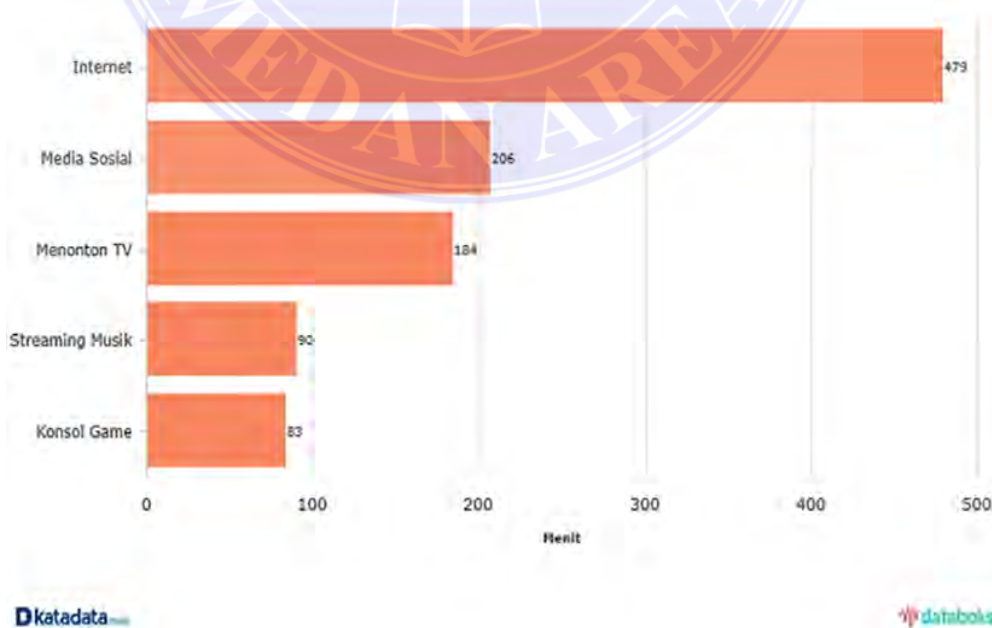
BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Membangun interaksi sosial, menyampaikan dan memperoleh informasi merupakan sebuah proses yang disebut dengan komunikasi. Media masa adalah salah satu caranya. Media masa yang dimaksud adalah media sosial. Menurut Nasrullah (2015: 3) media sosial merupakan perantara yang digunakan di internet sehingga penggunaanya dapat mempresentasikan dirinya dengan berinteraksi, berbagi pesan, terhubung dengan pengguna lainnya untuk membentuk hubungan sosial secara virtual. Hubungan sosial ini merujuk pada saling mengenalnya satu sama lain para penggunaanya. Dengan adanya komunikasi dalam menggunakan media sosial, menghasilkan interaksi dan terbentuknya kerja sama yang memberikan *feedback* satu sama lain.

Gambar 1. Grafik Pengguna Internet Tahun 2020



Sumber : databoks.datakat.id

Berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id, media sosial menempati urutan kedua yang diakses oleh penduduk Indonesia. Rata-rata pengguna media sosial menghabiskan waktu selama kurang lebih 3 jam 26 menit perhari. Sebagian besar pengguna mengakses media sosial tersebut melalui perangkat *mobile*. Aktivitas pengguna dalam media sosial meliputi saling interaksi dengan pengguna lainnya, membagikan informasi dan meningkatkan *brand awareness* (Databooks.katadata, 26 Februari 2020).

Penggunaan media sosial dapat melalui platform digital dan aplikasi dan diakses pada perangkat *mobile*. Penyedia riset media bernama Sensor Tower, merilis daftar media sosial terpopuler yaitu Tiktok, Facebook, Snapchat, Instagram dan Likee (AntaraneWS, 20 Agustus 2020). Dalam kalangan masyarakat, Tiktok berkembang dan menjalar sangat pesat. Tiktok merupakan sebuah platform digital buatan China yang pada mulanya dikenal dengan sebutan Douyin. Dalam waktu satu tahun, platform ini memiliki 100 juta pengguna dan satu miliar tayangan video setiap harinya. Karena kepopuleritasan inilah Douyin melakukan perluasan akses ke luar negara China dengan nama baru. Hingga akhirnya Douyin dikenal dengan nama Tiktok agar lebih *eye cathcing*. Meskipun awalnya Tiktok digunakan sebagai platform untuk membuat konten hiburan, namun kini Tiktok juga membagikan konten dengan tema yang lebih beragam seperti konten yang bersifat informasi dan edukasi.

Gambar 2. Grafik Pengunduhan Aplikasi Tahun 2019



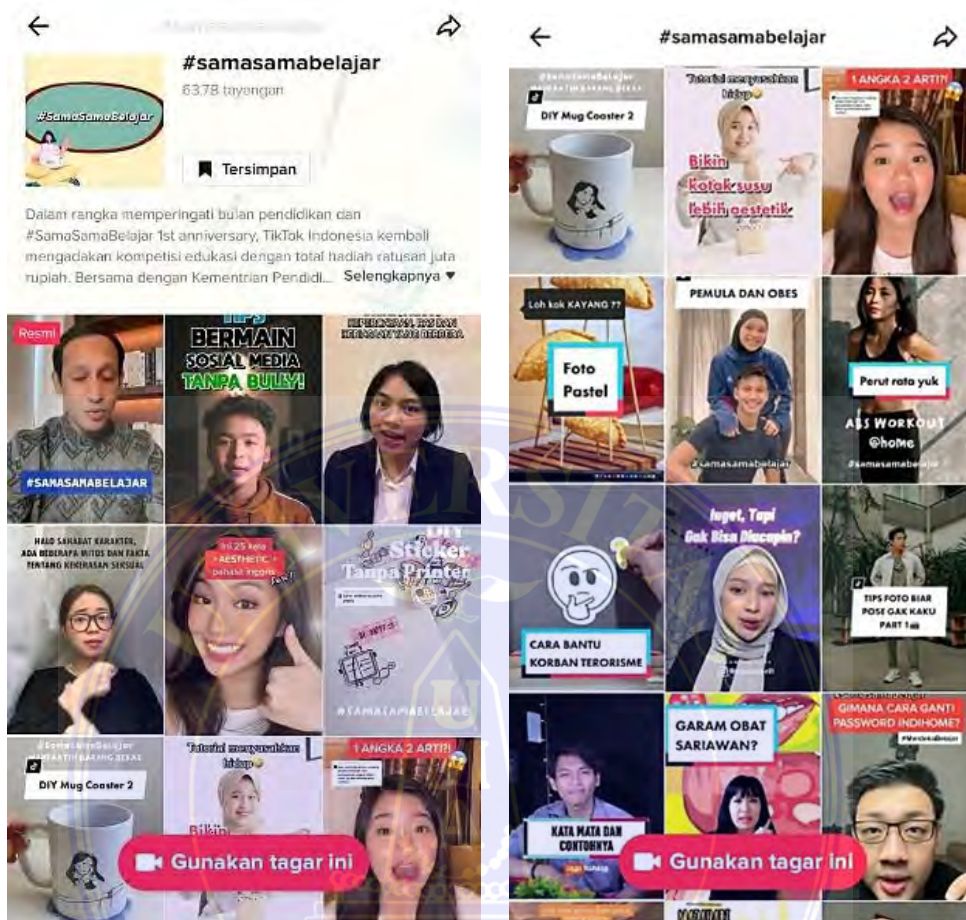
Sumber : Sensor Tower

Pada 2017 adalah tahun dimana Tiktok ramai diperbincangkan sampai ditemukan data terdapat pengguna yang telah menggunakan Tiktok sebanyak 150 juta orang. Tahun 2018 Tiktok mengalami kemunduran eksistensi sebab dianggap *alay* oleh warganet. Hal ini dikarenakan mendominasinya konten hiburan serta penyalahgunaan Tiktok dalam bermedia sosial sehingga Tiktok harus diblokir oleh Pemerintah Indonesia. Dibalik eksistensinya, Tiktok memudahkan penggunaannya untuk mengekspresikan diri. Sebuah riset mengenai aplikasi Tiktok mengatakan bahwa semakin tinggi penggunaan aplikasi Tiktok maka akan semakin tinggi pula perilaku narsisme. Sebaliknya, semakin rendah penggunaan aplikasi Tiktok maka semakin rendah perilaku narsisme (Aprilian dkk, 2019: 220-228). Kemudian penelitian lainnya mengenai Tiktok dikatakan bahwa persepsi

masyarakat terhadap aplikasi Tiktok membawa pengaruh yang buruk kepada penggunanya. Platform ini bisa saja digunakan sebagai salah satu media untuk menuangkan kreatifitas penggunanya jika digunakan secara bijak (Anjani, 2019).

Tahun 2019 Tiktok melakukan peningkatan menjadi platform berbagi video kreatif. Tiktok melakukan kolaborasi ke berbagai pihak, salah satunya adalah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Hal ini menjadikan Tiktok lebih memiliki konten yang mengedukasi dan bermanfaat. Dimulai dari pergerakan melalui kampanye #samasamabelajar, Tiktok akhirnya memiliki tren tersendiri yang memunculkan para penggunanya untuk membagikan konten yang lebih edukatif (*Kompas*, 17 September 2020). Tiktok sangat berbeda dengan sosial media lainnya karena pengguna Tiktok lebih jujur dalam membuat konten. Melalui Tiktok, para kreator membagikan pengetahuan dan skillnya. Adapun fokus konten para kreator Tiktok adalah pengalaman pribadi mereka secara natural. Berbeda dengan media sosial lain yang lebih cenderung menampilkan konten untuk membangun citra si penggunanya (*Kompas*, 1 Juli 2020).

Gambar 3. Kumpulan Konten Video Tiktok Melalui Tagar #samasamabelajar



Adapun beberapa pengguna Tiktok yang membagikan konten informatif diantaranya; @cheekykiddo yang membagikan konten kuliner, @dillaprb memberikan tips dan trend *fashion*, @vmuliana berbagi informasi mengenai tips berkarier dan BUMN, @rensia_sanvira yang memberikan konten seputar *parenting*, @dr.ziee memberikan konten seputar tips kecantikan dan perawatan kulit, @buiramira membagikan konten mengenai perkuliahan, @geraldvincentt menceritakan beberapa rekomendasi kuliner, film, dan hal umum lainnya, serta masih banyak kreator lainnya. Dengan beragamnya konten yang terdapat didalam aplikasi Tiktok memberikan pengetahuan baru kepada pengguna Tiktok. Para

kreator ini juga ahli dalam masing-masing bidang konten atau informasi yang mereka bagikan.

Hingga saat ini Tiktok terus mengalami peningkatan berkat penggunanya. Pengguna Tiktok sangat beragam, mulai dari segi usia maupun status sosial. Penggunaan Tiktok didasari oleh kepuasan yang dicari tiap individu menggunakan media tersebut. Bagi pengguna Tiktok, aplikasi ini dapat mempengaruhi pembentukan konsep diri seperti memberikan kreatifitas dan wawasan kepada penggunanya. Tidak hanya sebagai media hiburan, aplikasi Tiktok juga bermanfaat untuk mendapatkan pengetahuan (Kusuma, 2020: 372-379).

Terkait dengan hal tersebut, peneliti tertarik meneliti fenomena ini untuk mengetahui lebih lanjut seberapa signifikan dampak penggunaan aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif penggunanya. Karena didalam aplikasi Tiktok terdapat konten beragam yang berperan juga untuk memberikan informasi. Informasi yang diterima akan melibatkan kemampuan kognitif pengunanya. Kemampuan kognitif ini mengacu pada tahapan seseorang dalam memahami hingga memperoleh pengetahuan dari informasi yang ada.

Adapun populasi pengguna Tiktok berkisar di usia 16-24 tahun. Rentang usia ini merupakan kalangan bagi mahasiswa khususnya di jenjang S-1. Melihat kondisi ini peneliti memilih mahasiswa Universitas Medan Area sebagai subjek penelitian. Dasar lainnya yaitu peneliti mengobservasi bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area menggunakan aplikasi Tiktok dan kerap beberapa kali membagikan video yang isinya berupa informasi dan tips bersumber dari aplikasi Tiktok. Hal ini memungkinkan bahwa mahasiswa Universitas Medan Area juga

berperan aktif menggunakan aplikasi Tiktok. Dalam penelitian ini, peneliti akan melibatkan responden yang menggunakan aplikasi Tiktok dengan kriteria penggunaan minimal selama satu bulan serta menonton konten video secara utuh setidaknya sepuluh video per harinya (Wired, 18 Juni 2020).

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif mahasiswa Universitas Medan Area.

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif mahasiswa Universitas Medan Area.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat dalam penelitian ini yaitu menambah wawasan Ilmu Komunikasi dalam konsep teori komunikasi terutama di bidang media massa. Melalui penelitian ini pula dapat ditemukan pengaruh aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area.

1.4.2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan penelitian khususnya prodi Ilmu Komunikasi tentang media massa dan efek kemampuan kognitif dari suatu media.

1.4.3. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan yang membangun bagi masyarakat tentang dampak aplikasi Tiktok khususnya terhadap Mahasiswa Universitas Medan Area, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan aplikasi tersebut dengan baik.



BAB II

KERANGKA TEORI

Dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa teori untuk memberikan penjelasan terhadap fokus penelitian. Penelitian ini didasari oleh teori Komunikasi Massa, Media *Online*, penjelasan mengenai Aplikasi Tiktok, *Uses and Gratification*, serta Efek Komunikasi Massa.

2.1. Komunikasi Massa

Buku berjudul *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang ditulis oleh Severin dan Tankard menjelaskan pengertian komunikasi massa yang diterjemahkan oleh Effendy sebagai berikut (Ardianto dkk, 2007:5) :

“Komunikasi massa termasuk kedalam ketrampilan. Seni dan ilmu juga termasuk komunikasi massa. Pengertian komunikasi meliputi prinsip keberlangsungan bagaimana cara mengembangkan dan menggunakan komunikasi massa untuk yang yang baik.”

Menurut Lasswell terdapat lima unsur proses komunikasi massa, yaitu (Ardianto dkk, 2007: 29) :

a. *Who* (siapa)

Unsur ini mengarah kepada komunikator. Komunikator adalah pihak yang berperan menyampaikan pesan pada proses komunikasi massa baik secara perorangan atau khalayak.

b. *Says what* (apa yang dikatakan)

Unsur ini merupakan penyampaian pesan. Pesan dapat berupa ide, informasi atau opini. Pesan tersebut dapat menjadi sebuah informasi yang akan diterima komunikan (penerima pesan).

c. *In Which Channel* (saluran yang digunakan)

Dalam sebuah komunikasi massa, media atau saluran komunikasi digunakan sebagai perantara menyampaikan pesan. Hal ini terjadi secara langsung maupun secara tidak langsung tergantung media yang digunakan.

d. *To Whom* (kepada siapa)

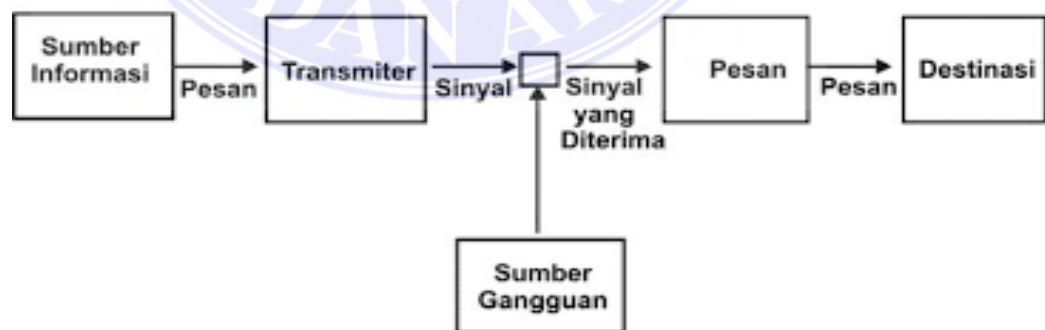
Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa diterima oleh komunikan yang merupakan target komunikasi.

e. *With What Effect* (dengan efek apa)

Unsur ini merupakan suatu efek yang dapat terjadi kepada komunikan setelah menerima pesan. Perubahan yang terjadi dapat berupa bertambahnya pengetahuan bahkan perubahan sikap.

Theories of Mass Communication karya Claude D. Shannon dan Warren Weaver, menggambarkan tahapan komunikasi massa sebagai proses linier dan searah (Ardianto 2007: 30). Gambaran proses komunikasi yang dimaksud sebagai berikut:

Gambar 4. Model Proses Komunikasi Shanon dan Weaver



Melalui model tersebut digambarkan sumber informasi menciptakan sebuah pesan kepada komunikan. Informasi yang disalurkan berubah menjadi sinyal oleh pemancar sesuai dengan media yang digunakan. Pesan yang disampaikan akan

diterima oleh tujuan pesan tergantung potensi dari sumber gangguan yang ada. Lalu pesan tersebut akan disusun kembali sehingga mencapai tujuan dan makna yang sama sesuai dari pesan yang disampaikan komunikator.

Wright mengemukakan karakteristik komunikasi massa secara lengkap dan jelas. Komunikasi sendiri memiliki target komunikan. Ciri-ciri target tersebut terbilang besar. Target tersebut juga bersifat heterogen dan anonim. Penyampaian harus dilakukan dengan terbuka dan diterima oleh komunikan secara serentak (Ardianto dkk, 2007: 4). Media massa adalah tempat dimana pesan komunikasi disalurkan. Media massa yang digunakan bisa media cetak atau media elektronik. Melalui komunikasi massa pula tidak ada batasan cakupan pesan yang disampaikan kepada khalayak.

Menurut Cangara (2010: 123) Komunikan menerima pesan dari komunikator lewat media. Media disitu berfungsi sebagai alat untuk menginformasikan sesuatu. Alat yang digunakan adalah seperti surat kabar yang mana masuk kategori media cetak. Atau televisi, film, radio, dan internet yang masuk kategori media elektronik. Mencari, memperoleh dan menyimpan dapat dilakukan seseorang menggunakan media masa. Apa yang mereka peroleh dan simpan dapa disampaikan. Penyampaian tersebut berbentuk audio, visual, audiovisual dan lainnya.

2.2. Media Online

Salah satu sarana media komunikasi adalah media *online*. Suryawati (2011: 46) menjelaskan bahwa media *online* merupakan media komunikasi yang menggunakan perangkat internet. Media tersebut disebut sebagai media *online*.

Media *online* memiliki ciri terletak pada adanya jaringan teknologi informasi didalam media tersebut. Media *online* juga mempermudah khalayak untuk mengakses informasi. Informasi yang disampaikan berupa berisi teks, suara, foto maupun video.

Media *online* memiliki perbedaan dengan media lainnya. Dari perbedaan ini media *online* memiliki klasifikasinya tersendiri. Adapun klasifikasi media *online* adalah sebagai berikut (Nasrullah, 2015: 39) :

- a. Jejaring sosial (*social networking*)
Jejaring sosial adalah sebagai alat yang dimanfaatkan untuk menjalin hubungan antar sosial. Pada jejaring sosial ada yang disebut sebagai situs website. Situs website bisa diakses orang banyak. Banyaknya orang bahkan tidak ada batas. Orang yang tidak ada batas tersebut bisa berkumpul didalamnya. Seperti keluarga, teman, rekan dan bisnis. Jejaring sosial juga memungkinkan adanya interaksi antar sesama penggunanya.
- b. Blog
Blog adalah media sosial yang berisi tentang catatan aktivitas sehari-hari pengguna media sosial, komentar dan hal yang dapat dibagikan baik tautan web lain, informasi dan sebagainya.
- c. Jurnal *online* sederhana atau mikroblog (*microblogging*)
Microblogging adalah jenis media sosial yang terdiri atas opini atau publikasi kegiatan penulisnya.
- d. Media berbagi (*media sharing*)
Media *sharing* adalah sebagai media yang digunakan untuk untuk berbagi dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya.

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Social bookmarking menyediakan layanan berita di internet. Media ini bisa membuat kita memiliki akses untuk menelusurinya.

f. Media konten bersama atau wiki

Wiki menyajikan kepada pengguna mengenai pemahaman, Wiki juga menyajikan sejarah, informasi, pengetahuan, pengertian lengkap dengan referensinya. Pengunjung juga memiliki peran melakukan penjelasan pada kontennya.

2.3. Tiktok

Tiktok merupakan media komunikasi yang tergolong dalam media *sharing*. Tiktok adalah produk unggulan perusahaan ByteDance asal Tiongkok yang diluncurkan pada tahun 2016. Tujuan utama Tiktok yaitu membuat dan membagikan video berdurasi 15 hingga 300 detik. Tiktok juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung (Trikinet, 8 Juni 2021). Adapun fitur didalam aplikasi Tiktok yaitu:

- a. Penambahan musik yang merupakan fitur untuk menambahkan musik pada video yang ingin dibuat.
- b. Filter video untuk memberikan *tune* warna pada video. Seperti filter filter Potrait, filter Landscape, filter Food dan filter Vibe.
- c. Efek terdiri atas efek visual, efek stiker, efek transisi, efek split dan juga waktu. Tujuan menggunakan filter ini dalam video adalah akan video lebih kreatif.

- d. Filter *voice changer* yang digunakan untuk mengubah suara dalam video. Diantaranya dapat berubah menjadi suara tupai, suara vibra, suara pria, elektronik, raksasa, *echo*, *mic* dan *elf*.
 - e. Filter *beautify* merupakan fitur untuk mempercantik wajah para pengguna Tiktok saat merekam video. Bentuk dari wajah, warna pada mata bisa diubah dengan fitur ini. Bahkan wajah bisa diperhalus.
 - f. Fitur *auto caption* digunakan kreator Tiktok untuk menyertakan *subtitle* secara otomatis. Dengan fitur ini, teks yang terdapat pada video akan otomatis mengeluarkan suara.
 - g. Fitur menghapus komentar dan memblokir pengguna secara massal digunakan sebagai menghalau *bullying*. Dengan fitur ini kreator dapat memilah komentar atau memblokir akun yang tidak diinginkan dengan mudah.
 - h. Fitur *live* atau dikenal dengan video siaran langsung. Fitur ini hanya dapat digunakan oleh pengguna Tiktok dengan minimal 1000 followers.
- Tiktok digunakan untuk memberikan informasi, edukasi, hiburan dan menginspirasi masyarakat dari berbagai bahasa, budaya dan geografis. Para pengguna Tiktok dapat melihat video melalui beranda atau yang dikenal dengan FYP (*For Your Page*). Setiap video yang tayang adalah video yang direkomendasikan oleh algoritma Tiktok. Video yang muncul pada beranda sangat bervariasi, diantaranya seperti edukasi dan informasi, cara atau tutorial, konten memasak, *fashion* dan *beauty*, *DIY-Life Hacks*, *Story Telling*, Humor Receh dan Konten Racun (Berkarimedia, 9 Mei 2021). Variasi konten Tiktok lainnya juga dapat ditemukan melalui pencarian ataupun *hashtag*.

2.4. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* yang merupakan teori komunikasi yang memiliki kaitan dengan penggunaan aplikasi Tiktok. Teori ini menyatakan pengguna dapat memilih media dan menggunakannya secara aktif. Pengguna dapat memilih media terbaik untuk kebutuhan mereka. Inti gagasan teori ini adalah penggunaan dan kepuasan. Khalayak memiliki kesadaran diri yang cukup akan motif dan minat mereka ketika memilih dan menggunakan media. Juga adanya hubungan antara kebutuhan dan kepuasan terhadap media yang dipilih oleh penggunanya (Nurudin, 2017: 191-192).

Teori *uses and gratification* menjelaskan sifat khalayak yang aktif mengonsumsi media. Khalayak secara selektif memilih pesan media untuk memenuhi kebutuhannya. Pilihan ini juga merupakan salah satu cara memenuhi kebutuhan khalayak dalam menerima informasi. Khalayak menentukan media mana yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka berdasarkan motivasi mereka menggunakan media tersebut. Dalam memilih media tergantung pada tingkat kebutuhan yang berbeda (Rakhmat, 2001: 65).

2.5. Efek Komunikasi Massa

Media massa memiliki efek tersendiri bagi penggunanya. Media berperan membentuk opini dan memenuhi kebutuhan dikarenakan oleh efek pesan yang disalurkan. Efek adalah perubahan yang terjadi pada khalayak akibat dari kontak dengan pesan. David Berlo dalam Wiryanto (2000: 39) Mengelompokkan efek komunikasi massa dengan pengetahuan. Selain itu dikelompokkan juga dengan perilaku yang aktual serta sikap. Perilaku yang berubah bertanda bahwa sikap telah berubah. Sikap yang telah berubah menandakan pengetahuan telah berubah.

Reaksi penonton (*response audience*) mempengaruhi efek tersebut yang dijadikan umpan balik saat menggunakan media (*feedback*).

Ada tiga dimensi efek komunikasi yang pertama kognitif yakni mengenai kesadaran dan pengetahuan. Selanjutnya ada afektif mengenai emosi. Kemudian konatif mengacu pada tingkah laku untuk melakukan sesuatu (Sukendar, 2017: 68). Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti memfokuskan efek dari media massa dengan dimensi kognitif.

Kognitif adalah proses berpikir yang diwujudkan sebagai kemampuan untuk menghubungkan, menganalisis dan mempertimbangkan sesuatu. Bisa juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan secara rasional dari informasi yang didapatkan. Ardianto (2007: 52) mengatakan bahwa efek kognitif timbul dari komunikasi. Efek tersebut bersifat informatif. Efek tersebut menolong orang untuk belajar dan mengembangkan informasi melalui pemahamannya. Tingkatan ranah kognitif dijelaskan melalui Taksonomi Bloom lebih kompleks dengan urutan seperti berikut (Gunawan, 2012: 98-117):

- a. Pengetahuan (*Knowledge*) Proses dimana hal yang spesifik dan menyeluruh diingat-ingat lagi. Misalnya pengetahuan tentang simbol, makna atau fenomena tertentu.
- b. Pemahaman (*Comprehension*) bersangkutan dengan penyebab seseorang tahu akan pesan yang disampaikan. Akibatnya, orang tersebut bisa menggunakan pesan tersebut. Misalnya seseorang memahami suatu pesan karena sudah mengenal atau mengetahui pesan sebelumnya sehingga lebih memahami fungsi atau tujuan pesan tersebut.

- c. Penerapan (*Application*) merupakan bentuk pembuktian dari ide, tahapan, cara, formula, defenisi, dan konsep dalam situasi apapun. Contohnya seseorang menerapkan pesan yang diterima dalam sebuah media setelah mengetahui fungsi dan tujuan pesan tersebut.
- d. Analisis (*Analysis*) diartikan sebagai isi suatu komunikasi yang dipecah dan dicari elemen-elemennya. Sehingga ide didalam pesan tersebut jelas. Misalnya seseorang melihat adanya fenomena dalam sebuah media, lalu dibandingkan kebenarannya untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.
- e. Sintesis (*Synthesis*) bersangkutan dengan penciptaan sebuah pesan agar komunikasi mampu mempresentasikan gagasan, apa yang ada di hati, apa yang pernah dialami ke orang lain.
- f. Evaluasi (*Evaluation*) untuk menentukan nilai dan metode yang dipilih dengan mempertimbangkan kriteria dan standar yang dibutuhkan.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bahan yang dijadikan pembandingan serta menghindari konsep yang sama dengan penelitian ini.

Adapun perbedaan antara penelitian yang terdahulu terhadap penelitian sekarang sebagai berikut:

Tabel 1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Terkini

| No. | Judul | Penulis | Tahun | Metode | Deskripsi | Celah Penelitian |
|-----|--|-----------------|-------|-------------|--|--|
| 1 | Pengaruh “Tiktok” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya | Bagus Prianbodo | 2018 | Kuantitatif | Penelitian ini meneliti tentang pengaruh aplikasi Tiktok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. Hasil penelitian menjelaskan bahwa aplikasi Tiktok memiliki pengaruh sebesar 41,6% terhadap kreativitas remaja Surabaya. Faktor yang memengaruhi adalah intensitas penggunaan Tiktok. | Pada penelitian sebelumnya hanya meneliti pengaruh aplikasi Tiktok terhadap kreativitas remaja, sementara dalam penelitian saya meneliti tentang dampak yang dirasakan pengguna Tiktok dilihat dari kemampuan kognitifnya. |

| No. | Judul | Penulis | Tahun | Metode | Deskripsi | Celah Penelitian |
|-----|---|--|-------|-------------|---|--|
| 2 | Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama | Devi Aprilian, Yessy Elitta, Vira Afriyati | 2019 | Kuantitatif | Penelitian ini meneliti tentang hubungan penggunaan aplikasi Tiktok dengan perilaku narsisme siswa Sekolah Menengah Pertama. Hasil penelitian menjelaskan Narsisme meningkat berbanding lurus dengan semakin sering tik tok digunakan. Dalam penelitian ini Tiktok dipandang membawa pengaruh positif karena penggunaannya dapat mengekspresikan diri mereka. | Pada penelitian sebelumnya hanya meneliti apakah narsisme bisa muncul dalam penggunaan tik tok oleh siswa Sekolah Menengah Pertama, sementara dalam penelitian saya meneliti tentang dampak yang dirasakan pengguna Tiktok dilihat dari kemampuan kognitifnya. |

| No. | Judul | Penulis | Tahun | Metode | Deskripsi | Celah Penelitian |
|-----|---|----------------|-------|-------------|---|--|
| 3 | Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016) | Vionita Anjani | 2019 | Kuantitatif | Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU terhadap aplikasi Tiktok. Hasil penelitian menjelaskan bahwa ketidaktertarikan responden menggunakan Tiktok sebagai media komunikasi. Faktor yang memengaruhi persepsi tersebut adalah banyaknya kasus atau peristiwa negatif mengenai aplikasi Tiktok. | Pada penelitian sebelumnya hanya meneliti tentang persepsi masyarakat terhadap aplikasi Tiktok, sementara dalam penelitian saya meneliti tentang dampak yang dirasakan pengguna Tiktok terhadap kemampuan kognitifnya. |

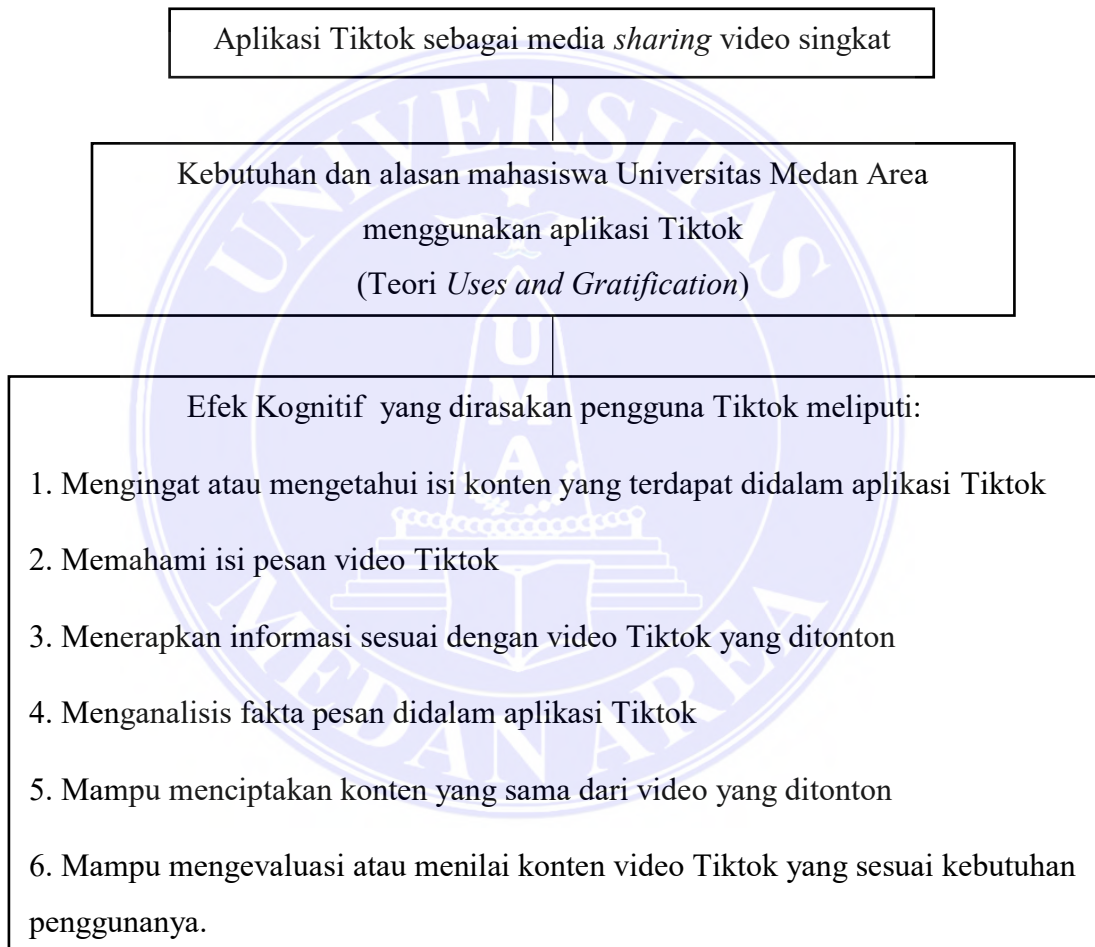
2.7. Kerangka Konseptual

Dua variabel penelitian ini adalah:

- a. Variabel Bebas (X) adalah Aplikasi Tiktok
- b. Variabel Terikat (Y) adalah Kemampuan Kognitif

2.8. Kerangka Pemikiran

Adapun skema kerangka berpikir pada studi ini:



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area. Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan meliputi pengambilan data, pengolahan dan penulisan hasil penelitian.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Peneliti membagikan kuesioner untuk mendapatkan data. Di dalam kuisisioner tersebut terdapat pertanyaan meliputi indikator sampel penelitian. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *google forms*.

3.3. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian ini melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan menggunakan alat ukur dengan analisa bersifat statistik. Untuk menguji hipotesis, peneliti menganalisis data melalui regresi sederhana dengan uji korelasi *pearson product moment*. Pengolahan data penelitian dilakukan melalui aplikasi SPSS (Machali, 2015: 104). Dengan demikian dapat diketahui kekuatan hubungan antara penggunaan Aplikasi Tiktok (variabel X) dengan kemampuan kognitif yang dirasakan (variabel Y).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Sugiono mengatakan, karakteristik subjek dan objek penelitian terlihat pada wilayah populasi. Populasi ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan

kebutuhan penelitian (Hikmat, 2011: 60). Dalam penelitian ini karakteristik subjek penelitian adalah mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Medan Area.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sejumlah bagian yang dimiliki dari populasi dan berdasarkan pertimbangan penelitian. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel. Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk tujuan tertentu. Teknik ini bertujuan memilih sampel yang sesuai dengan kebutuhan peneliti (Sugiyono, 2011: 81).

Adapun kriteria sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. Pengguna Tiktok baik laki-laki atau perempuan
2. Pengguna berusia 16 - 24 tahun
3. Merupakan seorang mahasiswa tercatat aktif dalam universitas lokasi penelitian
4. Aktif menggunakan aplikasi Tiktok

Setelah didapatkan karakteristik populasi dan sampel, peneliti menentukan ukuran sampel penelitian. Menurut Hikmat (2011: 62), ukuran sampel adalah jumlah sampel yang diambil dari populasi yang dijadikan bahan penelitian. Dikarenakan keterbatasan peneliti mendapatkan data populasi, maka peneliti menggunakan formula Lemeshow. Adapun rumus formula Lemeshow yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut (Nurdin, 2019: 106) :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = skor pada kepercayaan 95% = 1.96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Karena jumlah populasi tidak diketahui, peneliti menentukan besar sampel penelitian dengan tingkat kepercayaan yang dapat digunakan sebesar 95%. Dengan menggunakan rumus lemeshow dapat ditentukan jumlah sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari rumus tersebut didapatkan hasil sampel sebesar 96,04. Dari hasil tersebut sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Guna memudahkan pengukuran kedua variabel dalam penelitian ini, maka kedua variabel diturunkan dalam bentuk indikator melalui operasi variabel. Variabel pada penelitian ini memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

Tabel 2. Indikator Variabel Penelitian

| No. | Variabel | Defenisi Operasional | Indikator |
|-----|---|--|---|
| 1. | Aplikasi Tiktok (X) | Aplikasi Tiktok adalah salah satu media komunikasi yang tergolong dalam media sosial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Konten Tiktok sebagai pesan dan informasi dalam aplikasi Tiktok 2. Fitur Tiktok yang memudahkan penggunaanya menemukan informasi yang dibutuhkan 3. Faktor yang mendukung pengguna menggunakan aplikasi Tiktok |
| 2. | Kemampuan Kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area (Y) | Proses menerima pesan sehingga menjadi informasi bagi penerimanya. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memikirkan 2. Menguasai 3. Mengaplikasikan 4. Mengkaji 5. Membuat 6. Menilai |

3.6. Hipotesis Penelitian

Adapun rumusan masalah hipotesis pada studi yang dilakukan dijabarkan di bawah ini:

- a. Hipotesis Alternatif (H_a) : Adanya dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area.
- b. Hipotesis Nol (H_0) : Tidak adanya dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa dampak aplikasi Tiktok terhadap kemampuan kognitif mahasiswa Universitas Medan Area adalah sebesar 55,9%. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat dampak atau pengaruh Tiktok terhadap kemampuan kognitif. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan kognitif pengguna dipengaruhi oleh konten-konten edukasi yang terdapat didalam aplikasi Tiktok. Dari konten aplikasi Tiktok tersebut dapat menggambarkan kemampuan kognitif individu yang terdiri dari beberapa proses seperti pemahaman, mengolah informasi, mengingat, dan analisis hingga mengevaluasi. Dengan adanya aplikasi Tiktok menjadi wadah untuk para pengguna khususnya mahasiswa Universitas Medan Area, mereka akan mencari tontonan atau konten sesuai dengan kebutuhan.

Sesuai dengan fungsi Tiktok yaitu sebagai media *sharing* yang menyediakan berbagai jenis konten yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Dengan adanya aplikasi Tiktok menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreatifitas mereka untuk mengimplementasikan ide-ide kreatifnya. Berdasarkan nilai koefisien menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan aplikasi Tiktok dengan kemampuan kognitif pengguna Tiktok.

5.2. Saran

Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya dapat memperluas objek dan tempat penelitian agar diperoleh keragaman data yang lebih kompleks. Selain itu juga dapat menambahkan variasi indikator dan variabel dengan spesifik melalui pertanyaan yang lebih efektif agar data yang diperoleh lebih lengkap dan optimal.

Juga pada penelitian selanjutnya dapat meneliti lanjutan efek media massa lainnya yaitu efek afektif dan efek perilaku atau *behavior*. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat lebih spesifik memperhatikan dampak dari penggunaan media massa para penggunanya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafid. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Machali, Imam. 2015. *Statistik Itu Mudah Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik*. Yogyakarta : Lembaga Ladang Kata
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Teknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukendar, Markus Utomo. 2017. *Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalitik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Garsindo

Jurnal :

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. 2020. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Aprilian, Devi, Yessy Elitta, Vira Afriyati. 2019. Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Onsilia*, 2(3), 220-228.
- B. Omar dan W.Dequan. 2020. Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on Tiktok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile*, 14(4), 121-136.
- Fahira, Trisya, Agustinus C. Februadi, Fatya Alty Amalia. 2021. Proyek Perancangan Konten Video Tiktok Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek Vendorin Indonesia. *Irwns*, 1115-1120.
- Gunawan, Imam dan Anggarini Retno Palupi. 2012. Taksonomi Bloom – Revisi Ranah Kognitif: Kerangka Landasan Untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Penilaian. *Premiere Educandum*, 2(2), 98-117.
- Hasiholan, Togi Prima, Rezki Pratami, Umaimah Wahid. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Core*, 5(2), 70-80.
- Kusuma, Dian Novita Sari Chandra, Roswita Oktaviani. 2020. Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372-379.
- Makrifatul Madhani, Luluk, Indah Nur Bella Sari, M. Nurul Ikhsan Shaleh. 2021. Dampak Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab Jurnal*, 3(1), 604-624
- Pamungkas, R.T., dan Djulaeka. 2019. Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu yang Diunggah pada Aplikasi Tiktok. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394-423.

Skripsi :

Anjani, Vionita. 2019. *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tiktok*. Skripsi. Fisip. Departemen Ilmu Komunikasi. Universitas Sumatera Utara, Medan

Fauzan, Ahmad. 2021. *Dampak Aplikasi Tiktok Pada Interaksi Sosial Remaja “Studi Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar”*. ePrints UNISKA, Kalimantan.

Prianbodo, Bagus. 2018. *Pengaruh Tiktok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi. Almamater Wartawan Surabaya, Surabaya.

Valiana, Lia. 2020. *Dampak Pengguna Aplikasi Tiktok Terhadap Perkembangan Siswa Kelas VI Min 1 Aceh Utara*. FTIK-PGMI: IAIN Lhokseumawe, Aceh.

Sumber lain :

Databook.data.co.id. (26 Februari 2020). “Orang Indonesia Habiskan Hampir 8 Jam untuk Berinternet”. Diakses pada 1 Desember 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet>.

Kompas.com. (1 Juli 2020). “2020 Aplikasi Tiktok Asal China Kini Digemari Orang Barat.Mengapa?”. Diakses pada 1 Desember 2020 dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/01/192700365/aplikasi-Tiktok-asal-china-kini-banyak-digemari-orang-barat-mengapa?page=all>.

Kompas.com. (17 September 2020). “Tiga Tahun Tiktok di Indonesia, Konten Edukasi Salah Satu yang Populer”. Diakses pada 28 Mei 2020 dari <https://edukasi.kompas.com/read/2020/09/17/162739471/tiga-tahun-Tiktok-di-indonesia-konten-edukasi-salah-satu-yang-populer>.

Trikinet.com. (8 Juni 2021). “Apa itu Tiktok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?”. Diakses pada 22 September 2021 dari <https://trikinet.com/post/apa-itu-tiktok/>.

Wired.com. (18 Juni 2020). "Tiktok Finally Explains How the 'For You' Algorithm Works." Diakses pada 4 Desember 2020 dari <https://www.wired.com/story/Tiktok-finally-explains-for-you-algorithm-works/>.

www.Tiktok.com

www.uma.ac.id





KUESIONER

DAMPAK APLIKASI TERHADAP KEMAMPUAN KOGNITIF MAHASISWA UNIVERSITAS MEDAN AREA

Responden yang terhormat,

Saya Sarah Rafina, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area, berharapketersediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner penelitian yang telah saya berikan. Kegiatan ini saya lakukan untuk pembuatan skripsi saya.

Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Terimakasih atas partisipasi Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini.

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Seluruh pertanyaan berikut berhubungan dengan Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Kemampuan Kognitif Mahasiswa Medan Area.
2. Kuesioner ini berlaku untuk Mahasiswa Universitas Medan Area yang menggunakan aplikasi Tiktok.
3. Bacalah setiap pertanyaan terlebih dahulu dan pahami dengan seksama.
4. Jawablah pertanyaan secara teliti tanpa ada yang terlewatkan

Karakter Responden

(Isilah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan data pribadi Anda)

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-Laki (pilih salah satu)
4. Prodi : Administrasi Publik/Ilmu Pemerintahan/Ilmu Komunikasi (pilih salah satu)
5. Angkatan : 2017/2018/2019/2020/2021 (pilih salah satu)
6. Email :
7. Sejak kapan menggunakan Tiktok? (2017/2018/2019/2020/2021)
8. Intensitas menggunakan Aplikasi Tiktok dalam sehari (1-2 jam, 3-4 jam, >5jam)
9. Jenis konten yang paling disukai
10. Jenis konten yang muncul di beranda/ FYP (For You Page)

Pada setiap pertanyaan, Anda akan memberikan penilaian dengan skor antara 1-4 dengan keterangan:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) bernilai 4
2. Jawaban Setuju (S) bernilai 3
3. Jawaban Tidak Setuju (TS) bernilai 2
4. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1

Aplikasi Tiktok (Variabel X)

| No. | Pertanyaan | Jawaban | | | |
|-----|--|---------------|--------|---------------|--------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju |
| 1. | Pilihan musik di dalam aplikasi Tiktok sangat beragam | | | | |
| 2. | Filter di dalam aplikasi Tiktok menambah daya tarik bagi pengguna Tiktok | | | | |
| 3. | Komentar pada aplikasi Tiktok membantu pengguna memahami Konten Tiktok | | | | |
| 4. | Konten yang muncul di beranda unik dan menarik | | | | |
| 5. | Konten Tiktok yang diinginkan akan muncul di beranda jika mengikuti pengguna Tiktok yang membuat konten tersebut | | | | |
| 6. | Dengan mengikuti pengguna Tiktok menambah variasi konten yang ditonton dan diinginkan | | | | |
| 7. | Konten yang muncul di beranda tidak monoton atau terfokus pada satu jenis konten saja | | | | |
| 8. | Konten Tiktok bersifat informatif dan bermanfaat | | | | |
| 9. | Saya hanya menonton konten yang viral/tren saat ini | | | | |
| 10. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok karena aplikasi ini sedang tren | | | | |
| 11. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok karena videonya sederhana dan mudah ditonton | | | | |
| 12. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok karena orang disekitar saya juga menggunakannya | | | | |
| 13. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok atas kemauan saya sendiri | | | | |
| 14. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok karena banyak informasi yang saya butuhkan didalam aplikasi tersebut | | | | |
| 15. | Saya menggunakan aplikasi Tiktok hanya untuk hiburan dan mengisi waktu luang | | | | |

Kemampuan Kognitif (Variabel Y)

| No. | Pertanyaan | Jawaban | | | |
|-----|--|---------------|--------|---------------|--------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju |
| 1. | Berbagai jenis konten didalam aplikasi Tiktok seperti konten memasak, <i>fashion</i> , kecantikan, tips, edukasi dan lainnya mudah untuk diingat | | | | |
| 2. | Konten didalam aplikasi Tiktok mudah diingat karena cara penyampaiannya yang menarik | | | | |
| 3. | Saya mengetahui seputar fenomena terkini karena aplikasi Tiktok | | | | |
| 4. | Saya mengetahui beberapa hal karena konten didalam aplikasi Tiktok | | | | |
| 5. | Saya mengingat beberapa konten yang sesuai dengan kebutuhan/diri saya | | | | |
| 6. | Saya memahami isi/pesan konten didalam aplikasi Tiktok | | | | |
| 7. | Konten didalam aplikasi Tiktok mudah dipahami | | | | |
| 8. | Saya memahami konten Tiktok karena didukung oleh fitur yang terdapat didalam aplikasi Tiktok | | | | |
| 9. | Beberapa konten seperti tips dan edukasi didalam aplikasi Tiktok mudah diterapkan dalam sehari-hari | | | | |
| 10. | Saya menerapkan pesan yang disampaikan didalam aplikasi Tiktok setelah memahami isi pesan konten tersebut | | | | |
| 11. | Seringkali konten didalam aplikasi Tiktok sesuai dengan fenomena yang terjadi | | | | |
| 12. | Seringkali konten didalam aplikasi Tiktok sesuai dengan fenomena yang saya alami | | | | |
| 13. | Saya mengikuti perkembangan konten/fenomena tertentu didalam Tiktok untuk mendapatkan informasi yang valid | | | | |
| 14. | Setelah menonton konten Tiktok memiliki keinginan membuat | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|
| | konten yang serupa | | | | |
| 15. | Saya hanya menonton konten yang sesuai dengan kebutuhan saya | | | | |
| 16 | Saya memiliki keinginan mengikuti trend terbaru di Tiktok setelah menonton trend tersebut | | | | |



Data Responden

| No. | Email | Nama | Usia (Tahun) | Jenis Kelamin | Prodi | Angkatan | Intensitas Menggunakan Tiktok | Jenis Konten yang paling disukai | Jenis Konten yang muncul di FYP |
|-----|-------------------------------|---------------------|--------------|---------------|-------------------|----------|-------------------------------|---|--|
| 1 | catrinchintiaxid@gmail.com | Catharine Cintia | 23 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 3-4 jam | Edukasi, informasi | Informasi |
| 2 | iqbalrizkymaulana99@gmail.com | Iqbal rizky maulana | 22 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | Edukasi, inspiratif, hiburan, random vidio | Edukasi kesehatan, self improvement, kata kata sedih yang relate, konten masakan |
| 3 | riyandiputra0@gmail.com | Riyandi Putra | 21 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Funny Konten | Funny konten |
| 4 | sbila6733@gmail.com | Salsabila Iskandar | 22 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | > 5 jam | Kuliner, fashion, comedy, DIY, musik, cooking, film | Kuliner, comedy, fashion |
| 5 | lgimage25@gmail.com | Lameki Gohae | 23 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2017 | 3-4 jam | Kesehatan, Skincare, Fashion, dll | Kesehatan, Skincare, Fashion, Dance, Film, Drama |
| 6 | putiandini654@gmail.com | Puti | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Kpop | Kpop |
| 7 | reffendi309@gmail.com | Rido Efendi | 19 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2021 | 1-2 jam | qoutes | qoutes |
| 8 | anggiksss.09@gmail.com | Reka Anggia | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Travelling, Tips and trick, quotes | Travelling, Tips and trick, quotes |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------|------------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|--|---|
| 9 | putriselpia171998@gmail.com | Putri selpia Wulandari | 23 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Konten galau 😊 kaya konten quotes | Quotes galau 😊 |
| 10 | suciamalia774@gmail.com | Suci Amalia | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Tutorial, musik | Musik |
| 11 | aryfebrian@gmail.com | Ary Febrian | 22 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Komedi | Komedi |
| 12 | aini42431@gmail.com | Nurul Aini | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Konten islami | Konten islami |
| 13 | Ffabrianary@gmail.com | Ary Fabrian | 22 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Gameplay | Gameplay |
| 14 | rahmatrizki8058@gmail.com | Rizki | 23 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Edukasi | Komedi |
| 15 | rowlandohoutsma | Rowlando Houtsma | 21 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Hiburan | Hiburan |
| 16 | Ihdapermata123@gmail.com | Ihda Permatahati | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Funny | Aesthetic video |
| 17 | dikiwahyudi011299@gmail.com | Diki Wahyudi | 20 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Konten dakwah | Konten dakwah, psikologi, dan belajar bisnis. |
| 18 | nrahmaditya@gmail.com | Nadila Rahmaditya | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 3-4 jam | Edukasi | Berita |
| 19 | dewisaprilla474@gmail.com | Dewi Saprilla | 20 | Perempuan | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Free fire, pubg, Tahfiz, Ceramah ustadz muda | Tahfiz, free fire |

| | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------|----------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|--------------------------|-------------------------|
| 20 | Trysnawatihulu@gmail.com | Trysna Wati Hulu | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2019 | 3-4 jam | Konten prank | Prank |
| 21 | marinasianturi45@gmail.com | Marina Sianturi | 21 | Perempuan | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Konten kulineran makanan | Kuliner makanan |
| 22 | dwiaprilli18@gmail.com | Dwi Aprilli | 20 | Perempuan | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Quotes | Quotes |
| 23 | Adindabirink@ymail.com | Adinda Br Sembiring | 22 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Komedi | Komedi |
| 24 | manurungharry27@gmail.com | Harry Manurung | 22 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Olahraga, Musik | Olahraga Sepakbola |
| 25 | maqifhadiyallah@gmail.com | M Aqif Hadiyallah | 20 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Potongan film | Anime |
| 26 | Liaanasution123@gmail.com | Aulia Agustina | 21 | Perempuan | Administrasi Publik | 2018 | 1-2 jam | Comedy | Dance |
| 27 | silviapangaribuan89@gmail.com | Silvia Pangaribuan | 22 | Perempuan | Administrasi Publik | 2018 | 3-4 jam | Konten drama | Konten drama |
| 28 | yesimaringga1@gmail.com | Yessi Maringga | 21 | Perempuan | Administrasi Publik | 2018 | 3-4 jam | Komedi | Dance |
| 29 | audessinaga228@gmail.com | Johanes Audes Sinaga | 21 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Anime | Anime |
| 30 | pranata.8231@gmail.com | Pranata | 20 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2018 | > 5 jam | Komedi, musik, drama | Komedi, kata-kata galau |

| | | | | | | | | | |
|----|---------------------------|---------------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|---------------------------------------|---|
| 31 | anuardin2101@gmail.com | Anuardin Halawa | 21 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2018 | 1-2 jam | Musik, tutorial | Prank |
| 32 | lisagustiana69@gmail.com | Lisa Gustiana | 22 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Hal-hal penting mengenai skripsi | Tentang skripsi, berita vanesa angel dan tentang islam, |
| 33 | Gitasafira1498@gmail.com | Gita safira | 23 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Makanan dan hiburan | Hiburan |
| 34 | Windaafriputri@gmail.com | Winda Afrina Putri | 22 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Mukbang | Make over,dan makanan |
| 35 | adeirmax3@gmail.com | Ade Irma Suriyani | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Konten make up | Konten make up |
| 36 | destiarios123@gmail.com | Desti Ompusunggu | 22 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Tentang Idol K-Pop | Dance |
| 37 | rekhanonisari01@gmail.com | Rekha Noni Sari | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Konten pengetahuan, konten hiburan | Konten pengetahuan, hiburan, ceramah, dan konten yg lagi hits |
| 38 | hnnyptry@gmail.com | Ambarika Hany Putri | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Edukasi untuk mahasiswa, hiburan, dll | Hiburan,edukasi, video galau |
| 39 | rumiatidilla7@gmail.com | Rumiati Dilla | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Edukasi | Quotes |
| 40 | mariflubis99@gmail.com | Muhammad Arif Anwar Lubis | 22 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Food and beverages | Food and beverages |
| 41 | Veroyovitasl@gmail.com | Vero | 23 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Kuliner/ masak | Kuliner |

| | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------|----------------------------|----|-----------|-------------------|------|---------|----------------------|----------------------------------|
| 42 | Mayasanjay907@gmail.com | Mayya Sanjaya | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Kontek funny | Joget2 gajelas |
| 43 | anandaaisyah833@gmail.com | Ananda aisyah | 18 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2021 | 1-2 jam | Dance | Dance |
| 44 | natasyasafрила12@gmail.com | Natasya Safriلا | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 3-4 jam | hiburan dan edukatif | hiburan,edukatif,terkini |
| 45 | cendyoke109@gmail.com | Cendy Putri Sari Br Sitepu | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2021 | 1-2 jam | Pendidikan | Dance dan kata-kata motivasi |
| 46 | trilova11@gmail.com | Nava Tri Lopa Br Keliat | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Dakwah dan quotes | Dakwah,quotes,pargoy, jedagjedug |
| 47 | miduksilaban2708@gmail.com | Miduksilaban | 19 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Anime | Bucin:(|
| 48 | devisuanti600@gmail.com | Devi Susanti | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | > 5 jam | Diy | Diy |
| 49 | Fauzanramadhan23804@gmail.com | Fauzan Ramadhan | 21 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2019 | 3-4 jam | Pargoy, Mama Ee | Motor dan Data diri |
| 50 | mitrahindepenya@gmail.com | Mitra Hindepeya | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | Konten dancer | Konten joget pargoy |
| 51 | dewikartika0600@gmail.com | Dewi Kartika | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | > 5 jam | Random | Cogan |
| 52 | nafasadila0102@gmail.com | Nafa sadila | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | > 5 jam | Cerita fiksi | Dance Tiktok, cerita fiksi |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------------|---------------------------|----|-----------|-----------------|------|---------|--|--|
| 53 | valentinarosari98@gmail.com | Valentina Rosari Simamora | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | > 5 jam | OOTD / Fashion | Fashion |
| 54 | sylvizahwa043@gmail.com | Sylvi Zahwa | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Skincare/bodycare quote, tips dan trik, konten memasak | Produk skincare/bodycare yg sedang viral |
| 55 | nadiaputrilubis@gmail.com | Nadia | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Kpop | Kpop |
| 56 | Naabilalubis@gmail.com | Mansyaroh Nabila Lubis | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Konten video quotes | Konten video quotes , masak-masak dll. |
| 57 | dikiardiansyah1309@gmail.com | Diki Ardiansyah | 21 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Jokes | Quotes |
| 58 | lenyherlina999@gmail.com | Leni Herlina | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 3-4 jam | Dance musik, katakata motivasi | Motivasi hidup |
| 59 | neysatiara61@gmail.com | Neysa Tiara | 18 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Tips and trik | Dance |
| 60 | karindeswita8800@gmail.com | Karin Deswita Addini | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | > 5 jam | Edukati, motivasi, masak" | Quotes, edukatif, konten dosen" |
| 61 | azizzbisa | Ahmad Novian aziz | 20 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Moto gp | Moto gp |
| 62 | sinditarigantarigan@gmail.com | Sindi | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Cerita | Cerita |
| 63 | yenielisabethsinaga1121@gmail.com | Yeni Elisabeth | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Komedi | berbagi sedekah |

| | | | | | | | | | |
|----|------------------------------|--------------------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|--|---|
| 64 | lindaasnitalinda@gmail.com | Linda asnita panjaitan | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | > 5 jam | Quotes | Quotes |
| 65 | dwidweek.15@gmail.com | Dwi Dianggri Yani | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 3-4 jam | Kpop | Kpop |
| 66 | kennymelenia17@gmail.com | Kenny Melenia Br Surbakti | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | > 5 jam | Komedi | Komedi |
| 67 | amelcaroline08@gmail.com | Amelia Caroline | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 3-4 jam | kpop | kpop,comedy |
| 68 | agatasyafitri@gmail.com | Agatha Syafitri | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Pengetahuan | Dance |
| 69 | mrezekisaputratjg@gmail.com | M.Rezeki Saputra Tanjung | 21 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2018 | 1-2 jam | Komedi, anime | Anime |
| 70 | mithayuliasari902@gmail.com | Mitha Yulia Sari | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Yang Berkaitan dengan tips dan tutorial, baik itu tentang kuliner, pendidikan, ataupun fashion | Sejauh ini yang sering muncul adalah konten yang berkaitan dengan kehidupan perkuliahan |
| 71 | Rahminiati00@gmail.com | Rahminiati | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Kuliner | Kuliner dan katakata tentang kehidupan |
| 72 | jasferhutabarat@gmail.com | Jasper Hutabarat | 24 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2017 | 1-2 jam | Edukasi | Life hack |
| 73 | anggahutagalung122@gmail.com | Angga Pradana Aulia Hutagalung | 21 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2018 | 1-2 jam | Komedi | Guyonan receh |

| | | | | | | | | | |
|----|------------------------------|--------------------------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|-------------------------|--|
| 74 | dinianggraini2409@gmail.com | Dini Anggraini | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2017 | > 5 jam | Tutorial | Korea |
| 75 | Nazirahaziz84@gmail.com | Nazirah Aziz | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Dance | Dance,quotes,lifestyle |
| 76 | januarnypurba@gmail.com | Januarny Purba | 22 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Edukasi | Quotes |
| 77 | faizalanwar038@gmail.com | Faizal Anwar Siregar | 20 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2019 | 1-2 jam | Motivasi | Motivasi, meme lucu |
| 78 | trihardinaibaho007@gmail.com | Trihardi Naibaho | 20 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Konten komika | Berita |
| 79 | harryssimonnababan@gmail.com | Harrys Simon Nababan | 21 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Olahraga | Cuplikan pertandingan sepak Bola, kadang berita viral dan quotes ² anak Muda jaman sekarang |
| 80 | roulinabutbut.123@gmail.com | Roulina Hoppeny Butar Butar | 20 | Perempuan | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Motivasi | Motivasi |
| 81 | Ryantambunam787@gmail.com | Ryan Juan Tinambunan | 21 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Otomotif | Otomotif, kulimer, qutes, dll |
| 82 | simonpetrs.h.s@gmail.com | Simon Petrus Hamonangan Siringoringo | 20 | Laki-Laki | Administrasi Publik | 2019 | 1-2 jam | Quote tentang kehidupan | Komedi |
| 83 | silviasamosir19@gmail.com | Silvia | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | Racun Tiktok | Random |

| | | | | | | | | | |
|----|------------------------------|--------------------------------|----|-----------|-----------------|------|---------|---|--|
| 84 | Firman00245@gmail.com | Firman | 22 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | Edukasi | Tentang skripsi |
| 85 | maria.angelbarat21@gmail.com | Maria Hotna Enjelina Hutabarat | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | Quotes dan memasak | Dance, memasak, Quotes, musik |
| 86 | nikenanggitasari05@gmail.com | Niken Anggita Sari | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2021 | 1-2 jam | Yang berhubungan dengan pendidikan.Kpop. anime dan sejarah dunia | Kpop dan anime |
| 87 | dafagto99@gmail.com | Daffa | 19 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | prank | pargoy |
| 88 | Fikritasa03@gmail.com | Nurfikri Tasa | 21 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Tentang pelajaran | Tentang permobilan |
| 89 | alfitriayus@gmail.com | Al Fitri Ayu Seruni | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Dakwah Islam (ceramah tentang agama) | Ceramah, yang lagi viral, dan rekomendasi drama dan Film |
| 90 | aliefiaksnd@gmail.com | Aliefia Kusnanda | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | Tips and trik , mini vlog | Mini vlog, dance challenge |
| 91 | dindagtn@gmail.com | Dinda Agustin | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2020 | 1-2 jam | biasanya saya menyukai konten yang mengandung hiburan dan edukasi | berita / peristiwa , komedi , produk produk |
| 92 | friskaulfareza@gmail.com | Priska Ulfa Reza | 19 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Beauty content | Semua content |
| 93 | muhammadkurnia063@gmail.com | Muhammad Kurnia Habib | 20 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2019 | 1-2 jam | Konten game | Game |

| | | | | | | | | | |
|-----|-------------------------------|--------------------------------|----|-----------|---------------------|------|---------|---|--|
| 94 | miduksilaban2708@gmail.com | Miduk Pandapotan Silaban | 19 | Laki-Laki | Ilmu Komunikasi | 2020 | 3-4 jam | Funny | Berita |
| 95 | indahsarisiregar581@gmail.com | Indah Sari Siregar | 20 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2019 | 3-4 jam | konten edukasi, quotes, motivasi, dakwah, dan konten komedi | quotes, perbucinan, video trending yang viral di hari tersebut, konten komedi, dance |
| 96 | annamiraa49@gmail.com | Afifah Annamira Lubis | 21 | Perempuan | Ilmu Komunikasi | 2018 | 3-4 jam | a day in my life | makanan |
| 97 | Nitalestarihutapea@gmail.com | Niya lestari hutapea | 21 | Perempuan | Administrasi Publik | 2021 | 3-4 jam | Konten zodiak | Berita, musik, tentang binatang, kata kata yang bermotifasi |
| 98 | yosuafebrian39@gmail.com | Yosua Stefanus Febrian Naibaho | 21 | Laki-Laki | Ilmu Pemerintahan | 2020 | 1-2 jam | Bola | Bola |
| 99 | Ihdapermata123@gmail.com | Ihda Permatahati | 21 | Perempuan | Ilmu Pemerintahan | 2018 | 1-2 jam | Aesthetic and funny content | Funny content |
| 100 | adefebriani112@gmail.com | Ade Aebriani | 19 | Perempuan | Administrasi Publik | 2020 | 1-2 jam | Motivasi | Lawak |

Data Variabel X

Ket :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

| Responden | Pertanyaan | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 |
| 1 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 2 | SS | SS | S | S | TS | S | S | S | TS | S | S | TS | S | S | SS |
| 3 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | STS | STS | SS | STS | SS | SS | SS |
| 4 | SS | S | S | S | S | S | S | SS | SS | SS | SS | S | SS | S | SS |
| 5 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | TS | TS | S | S | SS | SS | S |
| 6 | S | SS | SS | SS | SS | SS | TS | S | TS | TS | SS | TS | S | TS | SS |
| 7 | S | SS | S | S | S | SS | S | S | TS | S | SS | TS | S | TS | TS |
| 8 | SS | SS | SS | S | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 9 | S | S | S | S | S | S | S | SS | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 10 | S | S | S | S | S | TS | SS | S | STS | TS | SS | STS | S | S | S |
| 11 | S | S | S | S | S | S | TS | TS | TS | TS | S | TS | S | TS | S |
| 12 | SS | S | SS | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | SS | S |
| 13 | SS | SS | SS | S | SS | SS | TS | S | S | TS | SS | STS | SS | STS | SS |
| 14 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | S |
| 15 | SS | S | S | SS | SS | SS | S | S | SS | S | S | S | SS | SS | SS |
| 16 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 17 | SS | S | S | S | SS | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 18 | SS | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 19 | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | S | S | TS | S | S | S |
| 20 | S | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S |
| 21 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | S |
| 22 | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 23 | SS | SS | S | SS | SS | S | S | SS | S | S | SS | TS | S | S | S |
| 24 | S | S | TS | S | S | TS | TS | S | S | TS | TS | TS | TS | S | S |
| 25 | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | S | TS | S | TS | S |
| 26 | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | S | S | SS |
| 27 | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | S | TS | SS | S | SS |
| 28 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | STS | S | TS | SS | S | TS |
| 29 | SS | SS | SS | SS | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | SS |
| 30 | SS | SS | S | SS | SS | S | SS | TS | S | SS | S | S | SS | S | SS |
| 31 | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 32 | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | SS | S |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|----|----|----|----|----|
| 33 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | S | SS | S | SS | TS | SS |
| 34 | SS | SS | S | S | S | SS | S | S | TS | TS | S | S | S | S | S |
| 35 | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 36 | S | S | TS | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | TS | S |
| 37 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 38 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 39 | SS | SS | SS | S | TS | TS | S | S | TS | TS | TS | TS | S | S | S |
| 40 | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | TS | S | S |
| 41 | S | S | S | S | S | SS | TS | S | S | S | S | S | TS | TS | S |
| 42 | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | S | TS | S |
| 43 | SS | S | S | SS | SS | SS | S | S | S | S | SS | S | SS | SS | SS |
| 44 | SS | SS | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S |
| 45 | SS | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | TS | S | S | S |
| 46 | SS | SS | S | S | TS | S | SS | SS | S | TS | S | TS | SS | S | SS |
| 47 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS |
| 48 | S | SS | S | SS | S | S | S | S | TS | TS | S | S | S | SS | S |
| 49 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | S | SS | SS |
| 50 | S | S | S | SS | S | SS | S | TS | S | S | S | S | S | S | S |
| 51 | SS | TS | S | SS | SS | SS | S | S | TS | SS | SS | TS | SS | S | SS |
| 52 | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | S | TS | S | SS | TS | SS | S | SS |
| 53 | SS | SS | SS | SS | S | S | SS | S | S | S | SS | S | S | S | SS |
| 54 | S | S | S | SS | TS | SS | SS | SS | S | S | S | TS | SS | SS | SS |
| 55 | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 56 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | SS | S | SS |
| 57 | S | SS | SS | SS | SS | S | TS | S | SS | S | SS | TS | S | S | SS |
| 58 | SS | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | SS | S | S | S | SS |
| 59 | S | S | S | TS | SS | SS | SS | TS | TS | STS | S | TS | S | S | SS |
| 60 | SS | S | SS | S | S | S | TS | S | TS | TS | S | TS | S | SS | S |
| 61 | SS | S | S | S | S | SS | S | S | SS | S | S | S | S | S | S |
| 62 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 63 | S | S | SS | SS | S | S | S | SS | TS | S | S | TS | S | SS | S |
| 64 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | TS | S | SS | S | S | TS | S |
| 65 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | SS | TS | S | TS | S |
| 66 | S | SS | TS | S | S | S | SS | S | STS | TS | S | TS | S | TS | S |
| 67 | S | S | S | S | S | SS | S | S | TS | S | S | TS | SS | S | S |
| 68 | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | S | TS | S | S | TS | SS | TS | S |
| 69 | SS | S | S | S | S | S | SS | SS | TS | TS | S | TS | SS | SS | S |
| 70 | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | TS | S | S | S | S | S |
| 71 | S | S | SS | S | S | S | S | SS | TS | TS | S | S | S | S | S |
| 72 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | SS | SS | TS |
| 73 | SS | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | SS | S | SS | TS | SS |
| 74 | SS | S | SS | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 75 | SS | S | SS | S | TS | TS | S | S | TS | TS | S | TS | S | TS | S |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|----|-----|----|----|----|----|----|-----|----|----|-----|----|----|----|
| 76 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 77 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 78 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 79 | SS | SS | S | S | SS | SS | TS | S | TS | S | SS | S | S | TS | SS |
| 80 | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | S | S | TS | S | TS | SS | SS | SS |
| 81 | SS | SS | S | SS | S | SS | SS | S | S | TS | S | S | S | S | S |
| 82 | SS | SS | STS | S | TS | S | SS | S | STS | TS | SS | STS | SS | S | SS |
| 83 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | TS | S | S | S | SS |
| 84 | SS | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | TS | S | SS | STS | SS | SS | S |
| 85 | SS | S | SS | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | SS | S | S |
| 86 | SS | S | SS | S | S | S | TS | S | S | S | S | TS | S | SS | S |
| 87 | SS | S | S | SS | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 88 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 89 | S | TS | S | SS | S | TS | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 90 | SS | S | SS | S | S | S | SS | S | TS | S | SS | SS | S | S | S |
| 91 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | S | S | S | S |
| 92 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 93 | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | S | S |
| 94 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 95 | SS | SS | S | SS | S | S | TS | S | TS | S | SS | TS | SS | S | S |
| 96 | SS | S | S | TS | S | S | SS | S | TS | S | TS | S | S | S | S |
| 97 | S | S | S | SS | SS | S | S | S | TS | TS | S | S | S | S | SS |
| 98 | SS | S | SS | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | SS |
| 99 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 100 | SS | S | TS | SS | S | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | S |

Data Variabel Y

Ket :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

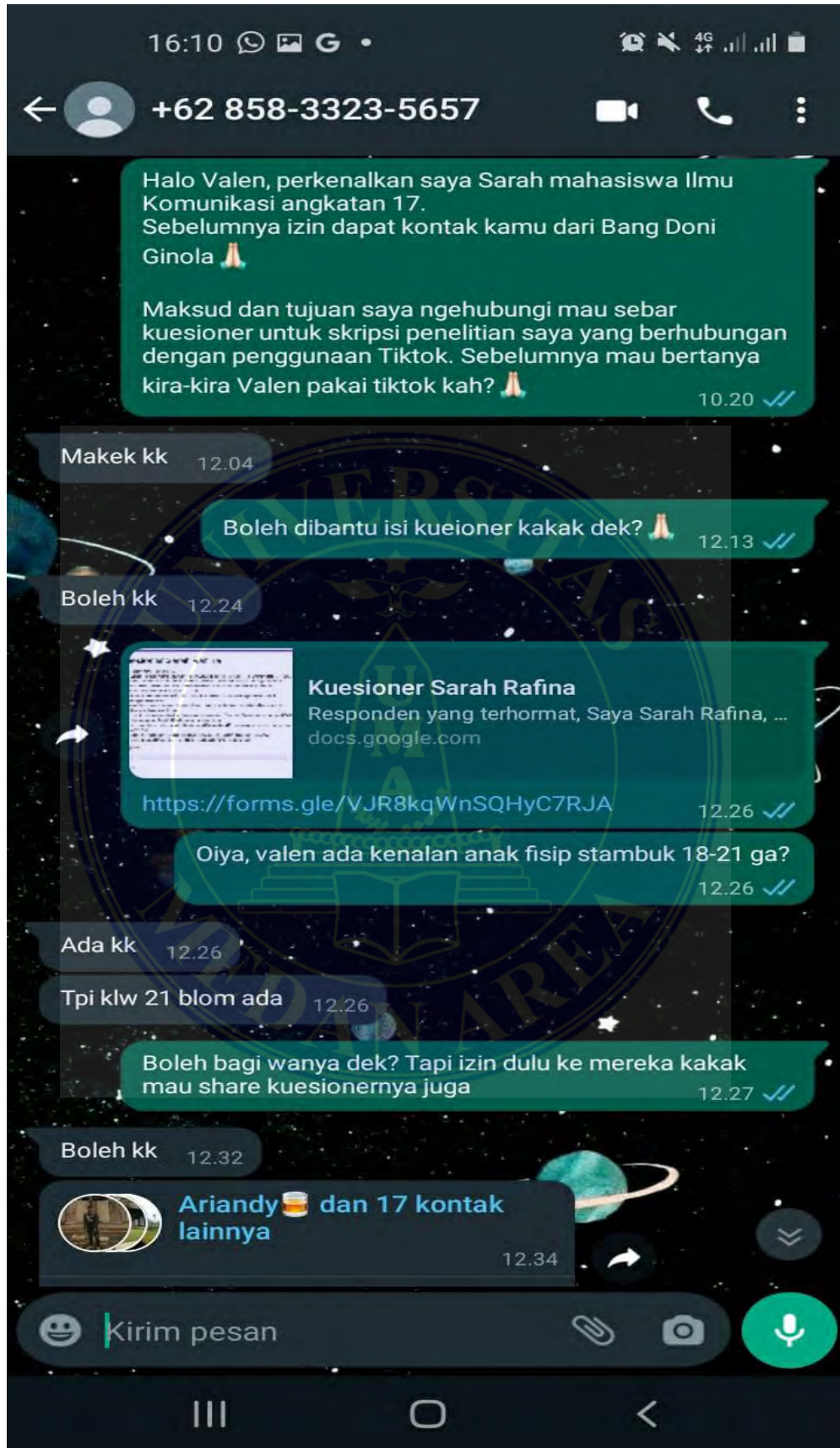
TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

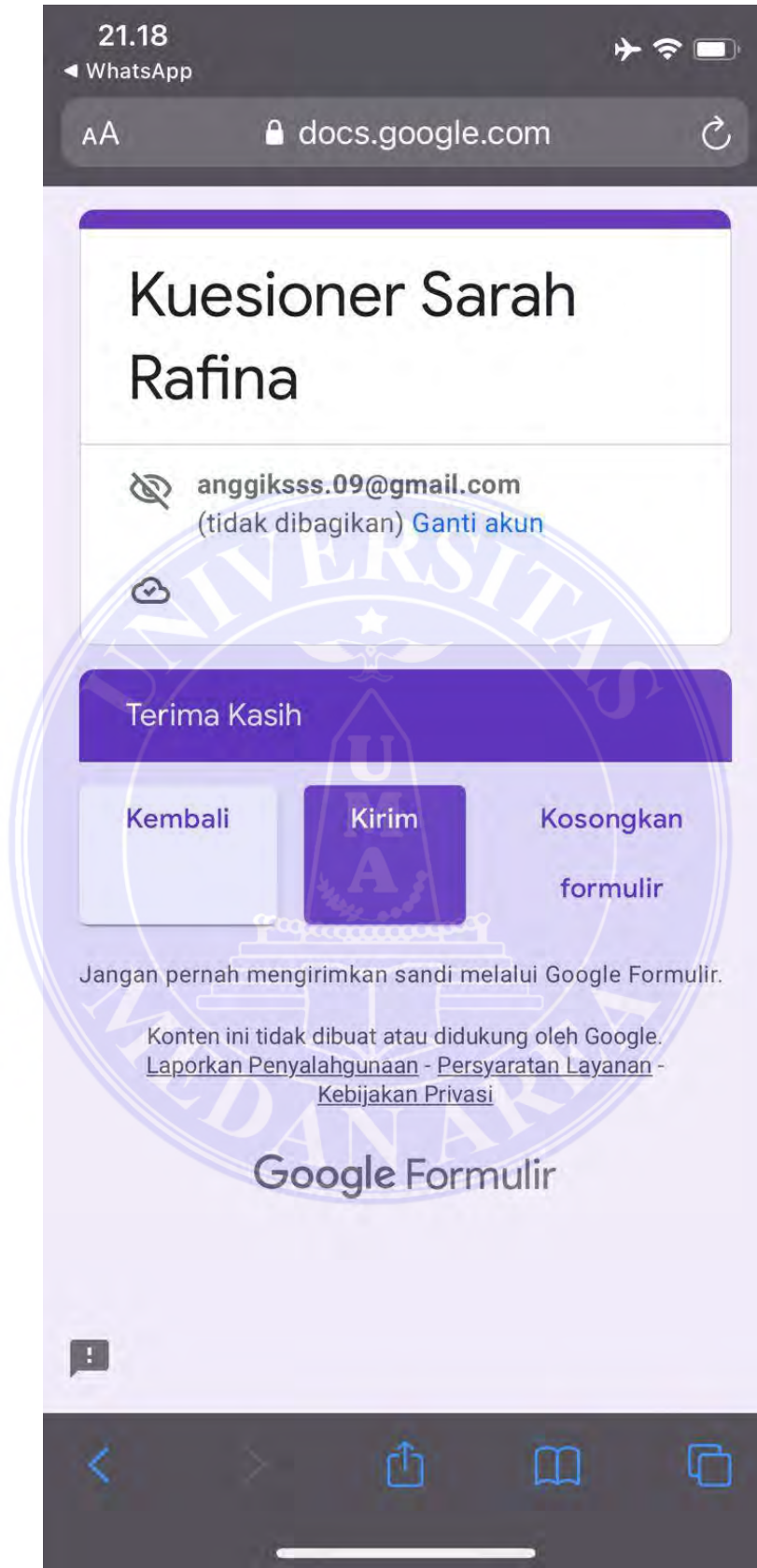
| Responden | Pertanyaan | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 | Y11 | Y12 | Y13 | Y14 | Y15 | Y16 |
| 1 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | SS | S | S | TS | TS | TS |
| 2 | S | S | S | S | S | S | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S |
| 3 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | STS |
| 4 | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | SS | SS | SS | SS | SS | S | TS | S |
| 5 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | SS | S | SS | S | TS | S |
| 6 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | S | SS | SS | SS | TS | SS | S |
| 7 | S | S | S | TS | TS | S | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 8 | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 9 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 10 | S | S | SS | S | S | S | S | TS | S | S | SS | TS | S | TS | SS | STS |
| 11 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S |
| 12 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 13 | SS | SS | S | TS | TS | S | S | SS | S | S | TS | TS | S | TS | S | TS |
| 14 | S | TS | TS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | STS |
| 15 | SS | SS | S | S | S | S | S | S | SS | SS | SS | SS | SS | S | S | SS |
| 16 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 17 | S | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | TS | TS | S | TS |
| 18 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 19 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 20 | SS | S | S | SS | SS | SS | S | S | S | SS | SS | SS | S | S | S | S |
| 21 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 22 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 23 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 24 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | S | TS |
| 25 | TS | S | TS | S | S | S | S | S | TS | TS | TS | S | TS | TS | S | STS |
| 26 | SS | S | S | S | S | S | SS | S | S | S | SS | S | S | S | S | TS |
| 27 | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 28 | S | SS | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | TS | S | TS | S |
| 29 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 30 | SS | SS | TS | S | TS | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | SS | S |
| 31 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 32 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----|----|-----|
| 33 | SS | SS | TS | S | S | S | S | S | SS | S | S | TS | S | TS | S | TS |
| 34 | SS | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | SS | S | S |
| 35 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 36 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 37 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS |
| 38 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 39 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | TS | TS |
| 40 | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | TS | S | S | S | S | TS | S |
| 41 | S | S | S | S | TS | S | S | S | TS | S | S | TS | TS | TS | S | TS |
| 42 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 43 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | SS | TS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 44 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 45 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 46 | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 47 | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 48 | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 49 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 50 | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 51 | SS | S | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | SS | SS | TS | SS |
| 52 | S | SS | SS | SS | S | SS | SS | S | S | S | SS | SS | SS | S | TS | S |
| 53 | S | S | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 54 | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | TS | TS | S | TS |
| 55 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | TS |
| 56 | SS | SS | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S |
| 57 | SS | SS | S | S | SS | S | SS | S | S | S | SS | S | SS | S | SS | S |
| 58 | SS | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | TS | TS |
| 59 | S | SS | S | SS | SS | S | S | S | SS | TS | SS | TS | TS | S | TS | S |
| 60 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 61 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 62 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 63 | S | SS | SS | SS | S | S | S | TS | S | S | S | S | S | TS | TS | TS |
| 64 | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | S | TS | S |
| 65 | SS | S | STS | TS | TS | S | S | S | SS | S | TS | TS | STS | TS | S | STS |
| 66 | S | S | S | S | TS | S | S | TS | S | S | TS | TS | TS | S | TS | TS |
| 67 | S | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | SS | S | S | S | SS | S |
| 68 | S | SS | SS | SS | S | S | S | SS | S | S | SS | S | SS | TS | TS | S |
| 69 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 70 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | TS |
| 71 | S | S | TS | S | TS | S | S | S | S | TS | S | S | S | TS | S | TS |
| 72 | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 73 | S | S | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | SS | SS | TS |
| 74 | SS | S | TS | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS | S | TS |
| 75 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS | S |

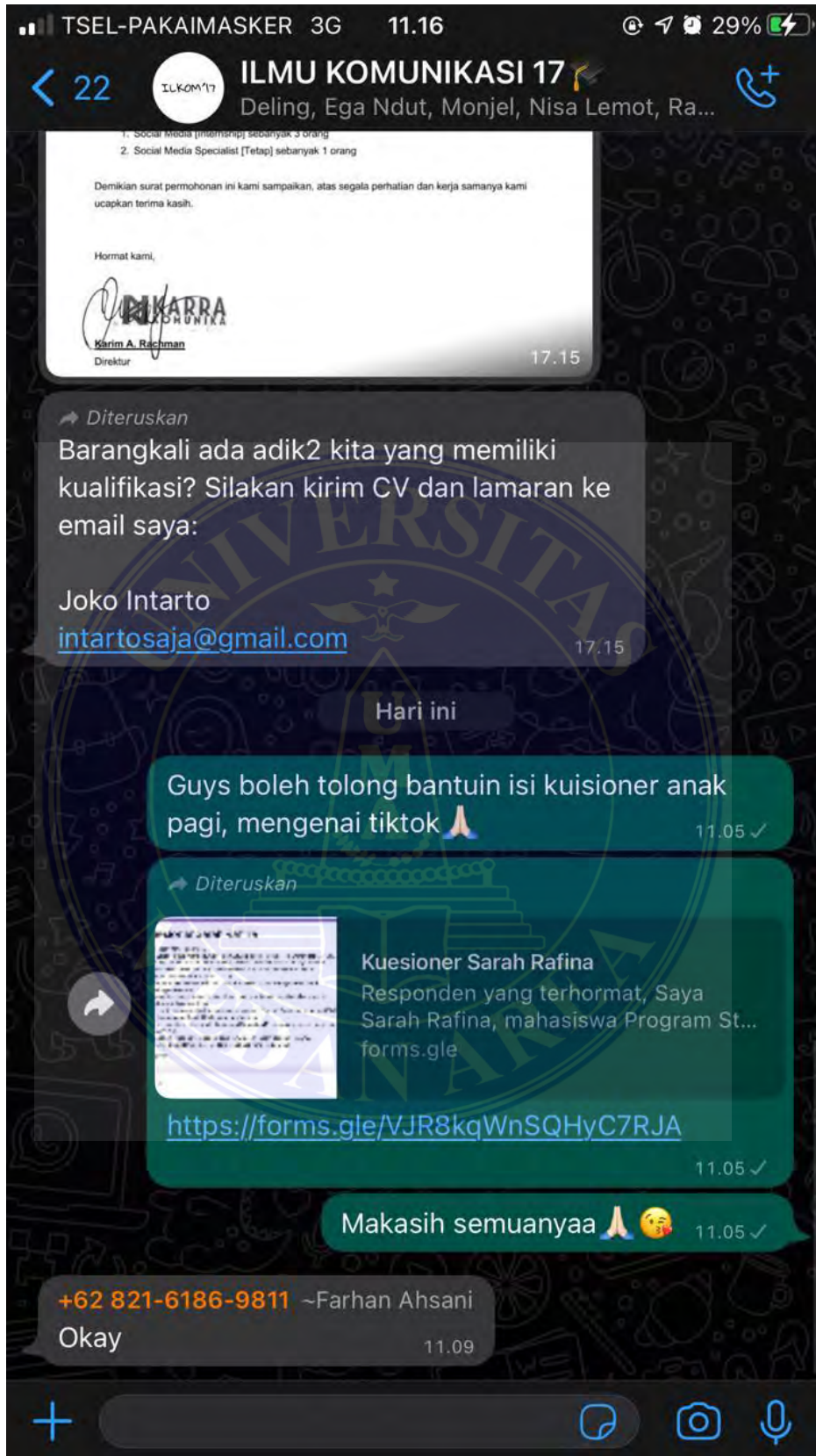
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 76 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | TS | S | TS |
| 77 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 78 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 79 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | TS |
| 80 | SS | SS | SS | S | S | S | S | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S |
| 81 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 82 | SS | SS | STS | SS | SS | S | SS | S | S | TS | S | S | S | STS | SS | STS | |
| 83 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S |
| 84 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | S | SS | SS | SS | SS | SS | TS | SS | TS | |
| 85 | S | S | S | S | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | STS | TS | TS | |
| 86 | SS | S | SS | S | SS | S | S | S | SS | S | SS | S | S | TS | SS | S | |
| 87 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 88 | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS | SS |
| 89 | TS | S | S | TS | S | S | S | TS | TS | TS | TS | TS | TS | TS | STS | S | STS |
| 90 | S | S | SS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 91 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | TS | S | S | S | TS | TS | TS | TS |
| 92 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 93 | S | S | TS | TS | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 94 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 95 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | SS | S | S | TS | S | S |
| 96 | SS | S | SS | TS | TS | S | TS | S | S | S | TS | TS | S | S | S | S | TS |
| 97 | S | S | S | S | S | S | TS | TS | TS | TS | S | TS | S | TS | SS | TS | TS |
| 98 | S | S | S | S | SS | S | S | SS | S | S | S | SS | S | SS | S | S | TS |
| 99 | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S | S |
| 100 | TS | TS | S | S | S | S | TS | S | TS | TS | S | S | S | S | S | S | S |



Gambar 7. Dokumentasi *screenshoot* menyebarkan kuesioner kepada responden



Gambar 8. Dokumentasi *screenshot* kuesioner yang telah diisi oleh responden



Gambar 9. Dokumentasi *screenshoot* menyebarkan kuesioner kepada responden melalui grup mahasiswa Universitas Medan Area