HUJJAH:
Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam

Vol. 8 No. 1 (2024)
Januari-Juni

p.issn: 2580-7811
e.issn: 2775-1775

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI MAHASISWA UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL-GHAZALI

Inayahtul Fadilah[1], Ismah[2]
Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali[1], Dosen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali[2]
inayahfa@gmail.com[1] , ismah@unugha.id[2]

Abstract
Industrial Revolution 4.0 has resulted in new innovations from the development of the internet, as well as the increasing emergence of new media or social networks. This will certainly have an influence on society, especially students. One of the social media that facilitates making things more interesting is the Tiktok application. Tiktok is a social network and video and music platform originating from a technology company from China. One of the impacts of the intensity of using TikTok social media is on communication style. This research aims to find out whether there is an influence from the intensity of use of social media TikTok on the communication style of UNUGHA Cilacap students. This research uses quantitative research methods. The data collection technique in this research was by distributing questionnaires with a sampling technique using a Purposive Sample, namely 101 respondents. Based on the results of the simple linear regression test, the calculated t value is 1.352 and the value is 1.980. Because the significant value is greater than the precision value, namely 0.179 > 0.05 and the calculated t value is smaller than the r table, namely 1.352 < 1.980, it shows that Ha is rejected and Ho is accepted, meaning that there is no significant influence between the intensity of use of TikTok social media on style. UNUGHA Cilacap student communication.

Keywords: Intensity, TikTok social media, Communication style.

Abstrak
Revolusi indusri 4.0 mengakibatkan adanya inovasi-inovasi baru dari perkembangan intenet, serta semakin banyaknya munculnya media atau jaringan sosial baru. Hal tersebut tentunya akan memeberi pengaruh terhadp masyarakat terkhusus mahasiswa. Salah satu media sosial yang mengfasilitasi pembuatan semakin menarik yaitu aplikasi Tiktok. Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video dan musik yang berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok. Salah satu dampak dari intensitas penggunaan media sosial tiktok yaitu terhadap gaya komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahi apakah terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara penyebarkan kuisioner dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sample* yaitu sebanyak 101 responden. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana dapatkan nilai t hitung 1,352 dan nilai 1,980. Karena nilai signifikan lebih besar dari nilai presisi yaitu 0,179 > 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dar r tabel yaitu 1,352 < 1,980 menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Kata kunci: Intensitas, Media sosial tiktok, Gaya komunikasi.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat seperti sekarang ini, menyebabkan perubahan peradaban serta kebudayaan dalam kehidupan masyarakat semakin pesat dan kian bervariasi. Teknonogi telah dikenal manusia sejak ditemukannya "Manusia Modern Awal"*(Early Modern Human)*, yaitu homo sapiens awal yang menghuni kepulauan di Indonesia puluhan ribu yang lalu dan dalam evolusinya menurunkan generasi manusia sekarang. Dari penanggalan radiometri memperlihatkan bahwa mereka telah menghuni Indonesia dan Asia Tenggara, kurang lebih sekitar 45 ribu tahun yang lalu hingga akhir kala Plestoren. Beberapa fenomena perilaku yang menonjol yang membedakan dari perilaku manusia purba jutaan tahun yang lalu, salah satunya adalah kemunculan alat-alat serpih dalam himpunan alat tilik. Hal tersebut merupakan bukti bahwa teknologi sudah dikenal sejak ribuan tahun silam dengan ditemukannya manusia modern pertama, yaitu *Homo sapiens*[1].

Internet sebagai media interaksi sosial telah berkembang pesat di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 ini, mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat 15,5 persen atau 27 jiwa dibandingkan pada januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk indonesia saat ini adalah 274,9 jiwa, artinya presentasi internet di Indonesian pada awal 2021 telah mencapai 73,7 persen[2]. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekertaris jendral APJII Hendri Kasyfi mengenai penggunaan internet di Indonesia 2019-2020. "Saat ini presentasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018,"ujarnya. Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Indonesia pada tahun 2019 berjumlah 266.911 juta, sehingga pengguna internet di Indonesia mencapai sebanyak 196, juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta ditahun 2019 dengan presentasi 73, 7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna internet[3].

Revolusi indusri 4.0 mengakibatkan adanya inovasi-inovasi baru dari perkembangan intenet, serta semakin banyaknya media atau jaringan sosial yang dapat kita gunakan untuk berkomunikasi dengan sesama manusia, tentu saja setiap hal yang baru akan memberikan dampak positif dan negatif dari kecanggihan teknologi, serta banyaknya media sosial yang kian bervariasi. Khususnya mahasiswa pada masa sekarang ini, tidak sedikit dari mereka menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari kepopuleran atau sekedar untuk menarik

[1] Truman Simanjutak, Jurnal Amarta: *Kehidupan Manusia Modern Awal di Indonesia: Sintesa Awal*, vol 29, hlm 2-7
[2] https://tekno.kompas.com (diakses pada tanggal 13 November 2021)
[3] http://www.kominfo.ac.id (diakses pada tanggal 28 Oktober 2021)

perhatian khalayak. Munculnya berbagai *platform* aplikasi membuat kecanggihan teknologi semakin terlihat. Seiring dengan merajanya digital, beberapa *platform* aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang menarik. Salah satu media sosial yang mengfasilitasi pembuatan semakin menarik yaitu aplikasi "Tiktok" yang berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok. Pada awalnya, TikTok dibuat bertujuan untuk memberikan ruang dalam bidang tari atau *dance.* Namun seiring berkembangya teknologi yang semakin pesat, kini kreativitas serta konten-konten yang tersedia dalam aplikasi tiktok semakin bervariasi, sehingga dapat memberikan manfaat sendiri bagi penontonnya[4]. Dari data yang diperoleh, berdasarkan aplikasi yang paling banyak digunakan, tiktok berada di posisi ke empat, yaitu waktu yang dihabiskaan oleh pengguna tiktok mencapai 13,8 jam perbulan[5].

Bagi setiap manusia, komunikasi merupakan suatu kebutuhan pokok yang tidak dapat lepas dari aktifitas sehari-hari. Tentang bagaimana kita berkomunikasi, dapat dilihat dari perspektif agama, bahwa Tuhan-lah yang telah mengajari kita berkomunikasi dengan menggunakan akal serta kemampuan berbahasa yang telah dianugerahkan kepada kita. Seperti yang dikatakan dalam Al-Qur'an, "Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Quran. Dia menciptakan manusia yang mengajarinya pandai berbicara" (QS. Ar-Rahman :1-4) [6]

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa, kita berkomunikasi tujuan utamanya adalah untuk mengungkapkan serta mendukung identitas diri, dalam upaya untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita, juga untuk memepengaruhi orang lain agar merasakan, berfikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Sceidel tujuan dasar kita berkomunikasi adalah agar dapat mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi kita[7].

Ketika seseorang berkomunikasi, tentunya terdapat gaya komunikasi yang mereka tunjukan, baik komunikasi mereka dalam bentuk komunikasi verbal maupun nonverbal. Widjaja mengatakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi bukan dari tipe seseorang melainkan dipengaruhi oleh siatuasi yang sedang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda tergantung situasi yang sedang dihadapi, misalnya ketika marah, gembira, sedih tertarik atau bosan[8]. Tubbs dan Moss menyebutkan tentang macam-macam gaya komunikasi

[4] Krueger Kristanto Tumiwa, Vera Irianti Abdullah, dkk, Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19 (Jilid 2), (Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management, 2021), cetakan ke-1, Jil 2, hal 155

[5] https://tekno.kompas,com (diakses pada 16 November 2021)
[6] Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A.,Ph.D., Ilmu Komunikasi, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2021), Cetakan ke-23, hal 3
[7] Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A.,Ph.D., Ilmu Komunikasi, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2021), Cetakan ke-23, hal 4
[8]

diantaranya adalah *the controling style, the equalitarian style, the srtucturing style, the dinamic style, the relinguishing style,* dan *the withdrawal style*[9].

Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali merupakan lembaga perguruan tinggi berbasis pesantren, sebagian mahasiswa sedang menempuh pendidikan non formalnya di Pondok Pesantren, seperti di Pondok Pesantren Al-Ihya 'Ulumaddi, Assasunnajah, Al-fiel, APIK, Manarul Huda, dan pondok pesantren lain yang berada di Kecamatan Kesugihan.

Proses Komunikasi yang terjadi di pondok pesantren, adalah komunikasi antara kyai, ustadz dan santri. Pesantren sebagai sub budaya yang spesifik mempunyai tata nilai yang berbeda dengan budaya dominan yang berkembang di tengah masyarakat. Komunikasi di pondok pesantren direpresentasikan melalui model komunikasi *klasikal* seperti model komunikasi *sowan*, model komunikasi *sorogan*, model komunikasi *bandungan*, model komunikasi *wetonan*, model komunikasi *musyawarah*, dan komunikasi dengan menggunakan simbol seperti bunyi bel dan panggilan[10].

Dari latar belakang yang telah diuraikan, bahwa dunia memang sedang dalam revolusi 4.0 zero, dimana dalam masa revolusi ini perkembangan teknologi semakin berkembang pesat, dibuktikan dengan banyaknya pengguna internet, serta munculnya media sosial baru seperti Tiktok. Dari data yang telah disebutkan bahwa tiktok merupakan media sosial yang presentasi penggunanya terus menerus meningkat. Kehadiran tiktok juga digunakan untuk mengespresikan diri penggunanya, disinilah media sosial tiktok ini membentuk perilaku komunikasi mahasiswa. Media sosial Tiktok ini ternyata dapat mempengaruhi penggunanya dalam berkomunikasi (Andriyani, Daroe Iswaningsih, dkk 2021; Sandi & Muchsin 2020; Debi Pratama 2020; Alfian 2021; Nora Usrina 2021). Dari beberapa penelitian tersebut yang telah menjelaskan bahwa media sosial Tiktok dapat mempengaruhi penggunanya dalam berkomunikasi, lebih spesifikasi lagi media sosial Tiktok ini dapat mempengaruhi gaya komunikasi terhadap penggunanya (Nora Usrina 2021). Dengan hal tersebut penulis tertarik untuk mengaji bagaimana pengaruh aplikasi Tiktok ini di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, dengan latar belakang Universitas yang berbasis pesantren, yang memiliki metode berkomunikasi yang berbeda dengan masyarakat sekitar.

B. Metode

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali" merupakan jenis penelitian

[9] Isti Novitasari, Studi Deskriptif Gaya Komunikasi , (Fakultas Psikologi UMP, 2016)
[10] Ali Nurdin, Tradisi Komunikasi di Pesantren (KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman, vol 23, 2015)

lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang digunakan berdasarkan fenomena yang dapat dikuantitatifkan, diukur, dan dikemukakan secara angka. Dalam hal tersebut, penulis menggunakan Sekala *Likers* dalam pengukuran kuesioner dengan ketentuan nilai sebagai berikut:

4 = sangat sering

3 = sering

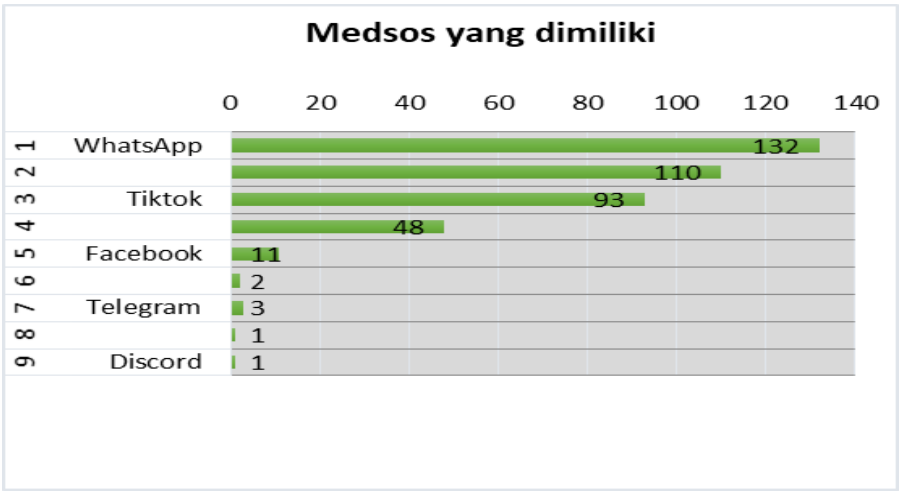
2 = pernah

1 = tidak pernah

C. Pembahasan

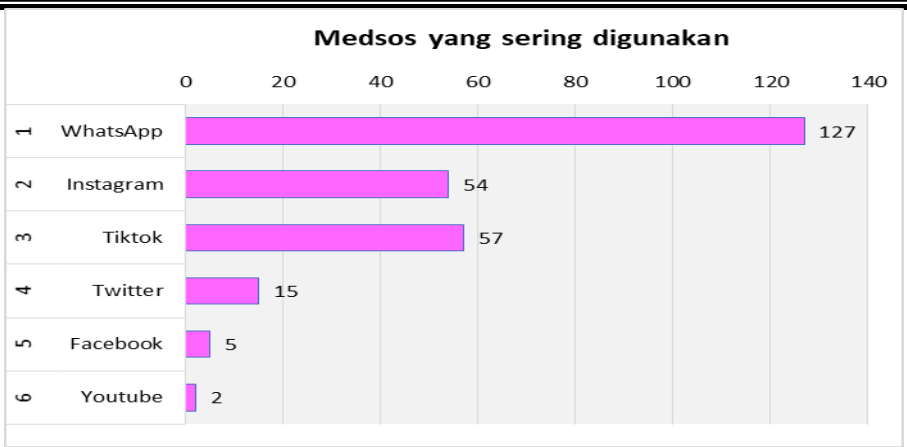
Media Sosial Yang Dimiliki Oleh Mahasiswa UNUGHA Cilacap

Berdasarkan instrumen kuesiner yang telah dibagikan, diketahui bahwa media sosial yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap, terlihat pada grafik di bawah ini:



Grafik 1. Media sosial yang dimiliki oleh mahasiswa UNUGHA Cilacap

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa peringkat tertinggi penggunaan media sosial adalah WhatsApp, sedangkan Tiktok berapa pada posisi ke tiga media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap. Terlihat pada gaambar grafik di bawah ini :



Grafik 2. Media Sosial Yang Sering Digunakan Mahasiswa UNUGHA

Dari hasil penyebaran kuesioner, diketahui bahwa media sosial tiktok menempati rangking ke tiga media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Hasil perhitungan rata-rata gaya komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa UNUGHA.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari variabel gaya komunikasi, maka peneliti kembali menghitung rata-rata data tersebut untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa dengan jumlah responden 102 orang . Berikut hasil perhitungan rata-rata dari data yang diperoleh terkait dengan gaya komunikasi:

Table 1. Hasil Rata-Rata Gaya Komunikasi Yaang Digunakan Oleh Mahasiswa UNUGHA

Gaya komunikasi	N	Rata – rata
The controlling style	101	1,99
The equalitarian syle	101	3,16
The structuring style	101	2,74
The dinamic style	101	2,39
The relinguishing style	101	2,54
The widrawal style	101	2,10

Berdasarkan perhitungan data di atas dapat diketahui bahwa rata rata terbesar terletak pada gaya komunikasi the equalitarian style dengan rata rata 3,16. Dari perhitungan tersebut dapat simpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa UNUGHA yaitu gaya komunikasi the equalitarian style. Gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah *(two way traffic of comuunication).* Artinya mahasiswa UNUGHA merupakan, mahasiswa yang memiliki sifat kepedulian tinggi serta mampu memupuk hubungan yang baik terhadap orang lain, baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkungan lainnya.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui sampel-sampel yang diambil mengikuti asumsi distribusi normal tidaknya suatu distribusi data. Suatu data dapat diketahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak yaitu dendan melihat nilai signifikansi yang diperoleh dari uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Sminrof*. Dalam pengambilan keputusan uji normalitas mempunyai ketentuan sebagai berikut : jika nilai sig > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal, jika nilai sig < 0,05 maka nilai resiidual tidak berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.02896004
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.061
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil output *One Simple Kolmogorov-Smirnov Test* bahwa nilai signifikansi variabel X dan Y adalah 0,098. Karena nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data distribusi normal. Setelah data sudah dinyatakan normal, maka data Kembali di ujikan kembali yaitu uji linieritas.

2. Uji linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Uji linieritas digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi pearson dan regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikan lebih dari 0,05.

Table 3. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
gaya komunikasi * intensitas	Between Groups	(Combined)	298.774	6	49.796	2.056	.066
		Linearity	46.718	1	46.718	1.929	.168
		Deviation from Linearity	252.055	5	50.411	2.081	.075
	Within Groups		2276.989	94	24.223		
	Total		2575.762	100			

Berdasarkan output data di atas diperoleh nilai devistion from linierity adalah dimana t hitung (0,075) lebih besar dari t tabel (0,05). Maka data disimpulkan bahwa ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan variabel gaya komunikasi mahasiswa UNUHGA Cilacap. Setelah data sudah dinyatakan berdistribusi normal dan hubungan keduanya dinyatakan linier, maka proses uji selanjutnya adalah uji koefisien korelasi, untuk melihat seberapa tinggi tingkat hubungan dua variabel tersebut.

3. Uji kolerasi intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Untuk mengetahui hubungan atau korelasi Antara kedua variabel, intensitas penggunaan media social tiktok sebagai variabel bebas (variabel X) dan gaya komunikasi sebagai variabel terkait (variabel Y) dengan program SPSS 23 *Correlations Person Product Moment.*

Table 4. Hubungan Antara Inensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Dengan Gaya Komunikasi

Correlations			
		Intensitas	gaya komunikasi
Intensitas	Pearson Correlation	1	.135
	Sig. (2-tailed)		.179
	N	101	101
gaya komunikasi	Pearson Correlation	.135	1
	Sig. (2-tailed)	.179	
	N	101	101

Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas nilai signifikan dari variabel intensitas

penggunaan media sosial tiktok dengan gaya komunikasi adalah 0,179. Artinya karena nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang sangat rendah antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan gaya komunikasi . kemudian derajat hubungan dari tabel di atas, nilai pearson correlation sebesar 0,135 yang menunjukan korelasi antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan gaya komunikasi bernilai positif dan memiliki hubungan yang sangat rendah. Setelah melakun uji korelasi maka data akan di uji kembali menggunakan uji regresi sederhana untuk melihat adakah pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA.

4. Hasil uji linier sederhana

Uji linier sederhana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap (Y)

Table 5. Hasil Uji Linieritas Regresi Sederhana

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.179	4.167		9.403	.000
	Intensitas	.573	.424	.135	1.352	.179
a. Dependent Variable: gaya komunikasi						

Berdasarkan hasil uji linieritas sederhana di atas, didapatkan nilai constan (a) sebesar 39,179 dan nilai variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok (koefisien regresi) sebesar 0,573, model regresi yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel Y menggunakan variabel X , menggunakan rumus linier regresi sederhana sebagai berikut:

Y = a + bX

Model regresi liniernya adalah

Y = 39,139 + 0,537X

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a) Nilai konstan sebesar 39,139, artinya nilai variabel gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap (Y) sebesar 39, 139.
b) Koefisien regresi variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok (X) sebesar 0,537. Artinya setiap penambahan 1% nilai intensitas penggunaan media sosial tiktok (X), maka nilai

gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap (Y) bertambah sebesar 0,537. Sedangkan arah hubungan antara variabel bernilai positif.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linier regresi sederhana adalah sebagai berikut:

1) Berdasarkan tabel, diketahui nilai signifikan sebesar 0,179 lebih besar dari 0,05 artinya intensitas penngunaan media sosial tiktok (X) tidak berpengaruh terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap (Y) berdasarkan lampiran
2) Berdasarkan tabel diketahui nilai t hitung sebesar 1,352. Untuk mengetahi nilai r tabel dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

t tabel = (a/2 ; n-2)
= (0,05/2 ; 102-2)
= (0,025 ; 99)
= 1,980

Didapatkan nilai r hitung 1,352 < 1980 maka H_o diterima dan H_a ditolak. Atinya intensitas penggunaan media sosial tiktok tidak berpengaruh terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap.

3) Varibel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y dengan arah tidak berpengaruh yang positif

4. Uji koefisien determasi (r^2)

Uji koefisien determasi dilakukan untuk mengetahui konstribusi atau sumbangan yang di berikan oleh variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok (X) terhadap variabel gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap (Y)

Table 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.135[a]	.018	.008	5.054
a. Predictors: (Constant), intensitas				

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai R Square sebesar 0,018. Untuk mengetahui distribusi sumbangan yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y, peneliti akan mengubah nilai R Square ke dalam bentuk persen menggunakn rumus koefisien determasi. Adapun rumus koefisien determasi adalah sebagai berikut:

KD = (r^2) x 100%
= 0,018 x 100%
= 1,8 %

Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap berpengaruh sebesar 1,8 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan variabel gaya komunikasi pada mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 145 mahasiwa dan kami mengambil sebanyak 102 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang peneliti peroleh bahwa sampel sejumlah 102 orang, merupakan mahasiwa yang memiliki media sosial tiktok.

Dari data yang di peroleh peneliti setelah menyebar koesiner penelitian bahwa media sosial yang dimiliki oleh mahasiswa UNUGHA adalah WhatsApp, instagram, tiktok, twitter, facebook, youtube, telegram, dan discord. Berdasarkan data yang didapat bahwa peringkat tertinggi penggunaan media sosial adalah whatsApp, sedangkan media sosial tiktok menempati rengking ke tiga media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Uji instrumen dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan program SPSS 26. Hasil dari uji instrumen tersebut bahwa sebanyak 21 item pertanyaan valid.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertama, uji normalitas, didapatkan nilai signifikan sebesar 0,098 > 0,05 artinya data berdistribusi normal dan layak untuk dijadikan alat ukur. Kedua, uji linieritas didapatkan nilai signifikan sebesar 0,075 > 0,05 artinya hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok (X) dengan gaya komunikasi (Y) mempunyai hubungan yang linier. Ketiga uji koefisien korelasi produc momen sebesar 0,135 artinya bahwa korelasi antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan gaya komunikasi bernilai positif dan bernilai hubungan sangat rendah. Keempat, uji koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,018 diubah dalam bentuk persen menjadi 1,8 %, artinya variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap adalah 1,8 %. Kelima, uji regresi linier sederhana di dapat nilai signifikan sebesar 0,179 > 0,05. Di dapatkan nilai t hitung 1,352 < 1,980 maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap. Kemudian dari perhitungan rata-rata data yang diperoleh, bahwa mahasiswa di UNUGHA Cilacap condong menggunaknan gaya komunikasi the

equalitarian style.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Berdasarkan data yang di peroleh peneliti setelah menyebar koesiner penelitian bahwa media sosial yang dimiliki oleh mahasiswa UNUGHA adalah WhatsApp, instagram, tiktok, twitter, facebook, youtube, telegram, limach dan discord. Sedangkan platform media sosial yang populer di UNUGHA yaitu WhatsApp, Instagram dan Tiktok, dengan jumlah pengguna terbanyak dibandingkan dengan media sosial lainnya.
2) Berdasarkan perhitungan rata-rata data yang diperoleh dari variable gaya komunikasi (Y) dapat diketahui bahwa rata rata terbesar terletak pada gaya komunikasi ke dua yaitu the equalitarian style dengan rata rata 3,16. Dari perhitungan tersebut dapat simpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa UNUGHA yaitu gaya komunikasi the equalitarian style.
3) Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana dapatkan nilai t hitung 1,352 dan nilai 1,980. Karena nilai signifikan lebih besar dari nilai presisi yaitu 0,179 > 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dar r tabel yaitu 1,352 < 1,980 menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA Cilacap.
4) Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R Square sebesar 0,018, maka intensitas penggunaan media soisal tiktok memberikan pengaruh sebesar 1,8 % terhadap gaya komunikasi mahasiswa UNUGHA.

Daftar Pustaka

Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: PT Raja Grafindo.

Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Novitasari, I. (2016). Studi Deskriptif Gaya Komunikasi. *Fakultas Psikologi UMP*.

Nurdin, A. (2015). Tradisi Komunikasi di Pesantren . *KARSA*.

Simanjuntak, T. (n.d.). Kehidupan Manusia Modern Awal di Indonesia. *Jurnal Amarta*, hlm 2-7.

Simanjutak, T. (n.d.). Kehidupan Manusia Modern Awal di Indonesia. *Jurnal Amarta*, hlm 2-7.

Tumiwa, K. K., & Vera Irianti Abdullah. (2021). *Tetap Kreatif dan Inofatif di Tengah Pandemi Covid-19.* Pekalongan: PT.Nasya Expanding Managemet.

Wahyuni, R., & Harmini. (2021). Hubungan Intensitas Menggunakan Facebook dengan Kecenderungan Monophobia pada Remaja. *Jrnal Psikologo,* vol 13.

Survei penetrasi penggunaan internet di indonesia bagian penting dari transformasi digital, tersedia di https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker (diakses pada tanggal 28 Oktober 2021)

berapa lama orang indonesia akses internet dan medsos setiap hari?, tersedia di https://tekno.kompas.com/red/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari (diakses pada tanggal 13 November 2021)

http://kbbi.web.id/pengaruh (diakses pada tanggal 28 Oktober 2021)