

Research Article

Pola Pikir Remaja Dilihat dari Konten Tiktok dan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi

Ahmad Muhtar Syarofi*

Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia

Article history:

Submission February 2025

Revised February 2025

Accepted February 2025

*Corresponding author:

E-mail:

syarofi@alqolam.ac.id

ABSTRACT

This study explores the impact of TikTok content and its usage intensity on adolescents' mindsets, with digital lifestyle serving as a mediating variable. TikTok, as a leading social media platform, offers diverse content that can influence adolescents' perspectives and behaviors. This research employs a quantitative approach using PLS-SEM to analyze the relationships among independent variables (TikTok content and usage intensity), the mediating variable (digital lifestyle), and the dependent variable (adolescents' mindsets). The findings indicate that TikTok content and its usage intensity have direct effects on adolescents' mindsets, both positive and negative, depending on the type of content and usage duration. Additionally, digital lifestyle is shown to be a significant mediating factor. This study emphasizes the importance of digital literacy in enabling adolescents to filter information and use social media wisely, thereby fostering healthy and constructive mindsets.

Keywords: *Tiktok Content Impact, Adolescents' Mindset. Usage Intensity, Digital Lifestyle. Social Media*

Pendahuluan

Jumlah pengguna media sosial di dunia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada Januari 2022, tercatat bahwa terdapat 4,62 miliar pengguna aktif media sosial secara global (wearesocial.com, 2022). Saat ini, platform media sosial berkembang dengan sangat pesat di seluruh dunia, termasuk di negara-negara berkembang. Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang, memiliki jumlah pengguna aktif media sosial yang signifikan, mencapai 68,9% dari total populasi. Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan 3 jam 17 menit setiap harinya untuk mengakses media

sosial. Berdasarkan data tersebut, Indonesia berada di peringkat ke-10 dunia dan peringkat ke-2 di Asia Tenggara setelah Filipina (wearesocial.com, 2022).

TikTok memungkinkan setiap individu menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek berdurasi 15 hingga 10 detik. Popularitas aplikasi ini dibandingkan dengan pesaingnya disebabkan oleh kemudahan dan kesederhanaan akses, yang menjadi alasan utama pengguna menyukai TikTok. Berdasarkan temuan pasar, daya tarik aplikasi yang berfokus pada video pendek ini terletak

How to cite:

Syarofi, A. M. (2024). Pola Pikir Remaja Dilihat dari Konten Tiktok dan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*. 4(3), 121 – 133. doi: 10.11594/jesi.04.03.02

pada penggunaannya yang tidak memakan banyak waktu serta kemampuan pengguna untuk dengan mudah mengidentifikasi konten. (Melly Septia Pardianti & Velantin Valiant, 2022)

Pola pikir remaja adalah tahap perkembangan psikologis yang sangat penting, di mana individu mulai membentuk pemahaman tentang diri mereka sendiri, dunia sekitar, dan hubungan sosial. Pada masa remaja, individu cenderung lebih terbuka terhadap pengaruh luar, termasuk pengaruh dari media sosial. Di era digital yang serba terhubung ini, platform media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi bagian integral dari kehidupan remaja. TikTok menyediakan berbagai jenis konten yang menarik dan dapat diakses dengan mudah, sehingga mempengaruhi cara berpikir dan berperilaku remaja.

Terdapat dua jenis pola pikir. Pertama, Pola Pikir Berkembang (Growth Mindset), yang didasarkan pada keyakinan bahwa sifat alami seseorang dapat dikembangkan melalui upaya tertentu. Meskipun setiap individu memiliki perbedaan dalam bakat, kapasitas, minat, atau kepribadian, perubahan dan perkembangan tetap memungkinkan melalui pengalaman, tindakan, dan keahlian. Kedua, Pola Pikir Tetap (Fixed Mindset), yang berlandaskan pada keyakinan bahwa karakteristik individu bersifat tetap dan tidak dapat diubah. Dalam pola pikir ini, seseorang diyakini memiliki batasan tertentu dalam hal pengetahuan, karakter, maupun moral. (Tesalonika, M. T., 2023)

Konsep growth mindset kerap kali disederhanakan dalam penerapannya, dengan penekanan yang berlebihan pada usaha tanpa memperhitungkan faktor lain, seperti mutu pengajaran atau ketersediaan sumber daya. Kohn berpendapat bahwa meskipun konsep ini memiliki potensi yang menjanjikan, penerapannya sering dilakukan secara berlebihan dan kurang mendapat tinjauan kritis. (Alfie Kohn, 2015)

Remaja dalam melakukan Perbandingan Sosial umumnya melalui beberapa tahap, seperti observasi, imitasi, dan modeling. Hal ini sejalan dengan pandangan Bandura (1977) yang menyatakan bahwa perilaku manusia dipelajari melalui observasi, imitasi, dan modeling. Teori ini menekankan peran penting

lingkungan sosial dalam membentuk perilaku individu. Dalam konteks perbandingan sosial, remaja mungkin mengamati bagaimana pengguna lain mendapatkan pengakuan dan pujian melalui jumlah like, komentar, dan followers, yang mendorong mereka untuk meniru perilaku serupa. Influencer dan pengguna populer di TikTok menjadi model yang kuat bagi remaja. Mereka melihat kesuksesan, popularitas, dan gaya hidup yang ditampilkan oleh model-model ini dan berusaha untuk menirunya.

Konten TikTok, tersedia beragam jenis konten yang dibuat oleh para kreator, mulai dari tarian, tutorial, penyebaran informasi, tantangan, dan banyak tema lainnya, seperti pada akun @sashfir salah satu kreator konten yang aktif membagikan gaya hidup dan fashion di TikTok. Fira Assegaf, yang dikenal dengan nama Sashfir memiliki 422,6 ribu pengikut dan total 11,7 juta suka di TikTok. Gaya Fira yang selalu berpakaian rapi dan sering membagikan outfit-nya bertujuan untuk menginspirasi banyak orang. Sashfir menjadi sosok yang banyak diikuti oleh wanita Indonesia untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan mereka. (Verliyani Arista, 2024)

Tetapi tidak semua remaja menanggapi hal itu dengan positif. Ada pula yang malah merasa *insecure* dikarenakan mereka merasa bahwa nasib orang lebih baik dari dirinya. Konten TikTok pun memiliki beberapa hal negatif karena ini juga bisa menjadi tempat bagi komentar negatif, penghinaan, atau perundungan. Banyak pula video yang mempromosikan standar kecantikan tertentu yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri pengguna terutama remaja.

Aplikasi yang diluncurkan oleh Zhang Yiming pada September 2016 ini terbukti sangat sukses. Menurut laporan riset dari Sensor Tower, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh sepanjang tahun 2020 di Google Play Store dan App Store (Fazrin, 2020). TikTok adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video dengan durasi sekitar 15 detik. Pengguna dapat menggunakan berbagai filter, musik latar, dan template lipsync untuk berinteraksi dengan komunitas penonton secara online (Omar & Dequan, 2020).

Kepopuleran aplikasi TikTok menjadi sarana bagi remaja untuk mengekspresikan diri melalui video setelah menonton konten dari pengguna lain, yang akhirnya mendorong peningkatan jumlah pengguna TikTok. Namun, dampak negatif dari penggunaan media sosial ini adalah munculnya rasa malas untuk belajar di kalangan remaja, yang membuat mereka sering lupa untuk belajar karena kebiasaan menggunakan media sosial. Selain itu, meskipun tidak semua siswa terpengaruh, media sosial dapat mengurangi efektivitas proses pembelajaran (Marini, 2019).

Menurut Hakim & Fatoni (2020) yang menyatakan bahwa perilaku imitasi pada remaja setelah menonton tayangan di media sosial dapat mengarah pada peniruan yang ekstrem, yang akhirnya dapat mengubah jati diri atau membentuk identitas baru pada remaja tersebut. Hal ini terjadi karena masa remaja adalah periode eksperimen yang mendorong kreativitas, sehingga remaja sangat rentan terhadap pengaruh tren yang berkembang di masyarakat (Dewi et al., 2021). Contohnya adalah peniruan terhadap konten tren dan viral di TikTok, di mana TikTok saat ini menjadi aplikasi media sosial dengan jumlah video viral terbanyak dibandingkan aplikasi lainnya (Safitri et al., 2021).

Menurut Ajzen (2005), intensitas merujuk pada seberapa besar upaya yang dilakukan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan. Tingkat kesungguhan seseorang dalam menggunakan sesuatu dapat diukur melalui durasi, frekuensi, perhatian, dan penghayatan. Antusiasme tinggi remaja dalam menggunakan TikTok sering membuat mereka terlena hingga melupakan waktu. Berdasarkan pendapat Juditha (2011) dan Rahayu (2019), penggunaan media sosial dianggap normal jika durasinya kurang dari 3 jam per hari dengan frekuensi tidak lebih dari 4 kali sehari. Jika intensitas penggunaan TikTok di kalangan remaja melampaui batas normal ini, mereka cenderung kesulitan mengontrol diri dan menjadi lebih rentan terhadap informasi atau fitur-fitur yang dapat memengaruhi perilaku mereka.

Dengan mengetahui batas penggunaan yang wajar, seperti yang diungkapkan oleh Juditha (2011) dan Rahayu (2019), remaja dapat belajar mengatur waktu dengan lebih baik dan

membangun kedisiplinan dalam penggunaan media sosial. Hal ini memungkinkan mereka untuk menghindari perilaku berlebihan yang dapat mengganggu aktivitas lainnya. Dalam intensitas yang terkontrol, TikTok dan media sosial serupa dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk mengasah kreativitas, mengekspresikan diri, dan memperluas pengetahuan melalui konten yang edukatif dan informatif.

Walaupun media sosial seperti TikTok mampu meningkatkan kreativitas dan menyalurkan ekspresi diri, sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan yang berlebihan dapat berdampak buruk pada produktivitas dan kesehatan mental remaja. Berdasarkan artikel dari Alma Ata, konten TikTok sering kali berpengaruh terhadap kesehatan mental remaja, terutama jika kontennya tidak relevan atau tidak mendukung pola pikir yang positif. (Alma Ata, 2024)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu, khususnya remaja, berinteraksi dengan informasi dan media. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, menawarkan berbagai konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memengaruhi pola pikir penggunanya. Dalam era digital ini, remaja sering terpapar oleh konten yang dapat membentuk pandangan hidup, perilaku, dan cara mereka memahami dunia di sekitar.

Sebagai agen sosialisasi modern, TikTok memiliki peran besar dalam membentuk pola pikir remaja melalui konten yang mereka konsumsi. Teori *Media Effects* (McQuail, 2010) menjelaskan bagaimana media memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi dan sikap individu. Selain itu, *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) menegaskan bahwa media digunakan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial, seperti hiburan, informasi, dan ekspresi diri, yang relevan dengan penggunaan TikTok oleh remaja.

Namun, intensitas penggunaan TikTok juga memiliki dampak yang beragam. Penggunaan yang melebihi batas normal dapat menyebabkan remaja sulit mengelola waktu dan terpengaruh oleh konten yang kurang mendukung perkembangan pola pikir positif. Di sisi lain, gaya hidup digital yang berkembang akibat

penggunaan media sosial juga menjadi faktor mediasi penting dalam memengaruhi pola pikir remaja. Literasi digital, seperti yang dijelaskan oleh Buckingham (2007), menjadi kunci bagi remaja untuk menyaring informasi dan memanfaatkan media secara bijak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten TikTok dan intensitas penggunaannya terhadap pola pikir remaja, dengan gaya hidup digital sebagai variabel mediasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dampak media sosial terhadap generasi muda serta pentingnya literasi digital dalam membangun pola pikir yang sehat dan positif.

Tinjauan Pustaka

Konten TikTok

Menurut (Aprillia Maharani Yusna, 2024) menunjukkan bahwa media sosial TikTok dapat mendorong perilaku konsumtif pada mahasiswa. Konten promosi di TikTok menimbulkan keinginan kuat untuk memenuhi kepuasan pribadi, yang dapat mempengaruhi pola pikir remaja menjadi lebih materialistik.

Selain itu, elemen seperti penggunaan musik, efek visual, serta tantangan viral menjadi magnet kuat bagi pengguna remaja. Selain itu, format video pendek pada platform ini memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi konten dengan cepat, sesuai dengan kebiasaan generasi muda yang umumnya memiliki rentang perhatian lebih singkat (Nguyen et al., 2023).

Menurut (Sawitri et al, 2024) konten TikTok dapat dibagi menjadi empat dimensi utama. Dalam penelitiannya, mereka menganalisis konten dari akun TikTok @vmuliana yang diobservasi selama satu tahun, yaitu dari 24 Februari 2021 hingga 24 Februari 2022. Dimensi pertama adalah konten informasional, yang ditujukan untuk menyampaikan pengetahuan atau informasi bermanfaat kepada audiens, seperti tutorial, tips, atau berita. Dimensi kedua adalah konten relasional, yang dirancang untuk membangun hubungan atau interaksi dengan audiens melalui pendekatan interaktif atau percakapan. Selanjutnya, terdapat dimensi remunerasi, yang berorientasi pada pemberian keuntungan atau

imbalan kepada audiens, termasuk promosi atau konten bersponsor. Terakhir, dimensi hiburan melibatkan konten yang bertujuan menghibur audiens, sering kali berupa tantangan, video lucu, atau musik.

Chen Ling, Jeremy Blackburn, Emiliano De Cristofaro, dan Gianluca Stringhini (2021) mengkaji berbagai indikator yang mempengaruhi dampak konten TikTok pada remaja. Mereka menyebutkan bahwa jumlah pengikut berperan penting, di mana semakin banyak pengikut yang dimiliki, semakin besar peluang video menjadi viral. Selain itu, jenis pengambilan gambar, seperti close-up dan medium-shot, dianggap mampu meningkatkan daya tarik visual serta interaksi dengan penonton. Durasi video juga menjadi faktor yang signifikan, dengan durasi optimal yang dapat mendorong retensi penonton dan meningkatkan interaksi. Kehadiran teks dalam video disebutkan sebagai cara untuk memperbaiki pemahaman serta keterlibatan audiens. Lebih lanjut, sudut pandang yang unik atau menarik memiliki potensi untuk menambah daya tarik visual dan meningkatkan interaksi. Terakhir, popularitas pembuat konten menjadi faktor penting lainnya, karena kreator yang sudah populer memiliki peluang lebih besar untuk membuat video mereka viral.

H1: Konten TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir remaja.

Intensitas Penggunaan

Pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap kecenderungan melakukan perbandingan sosial pada remaja. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin besar kecenderungan remaja membandingkan diri mereka dengan orang lain, yang dapat mempengaruhi pola pikir dan harga diri mereka. (Syahrani Yasyfi, 2023).

Agis Dwi Prakoso (2022) mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja Islam. Intensitas penggunaan yang tinggi dapat menggeser prioritas remaja dari aktivitas keagamaan ke aktivitas di media sosial, sehingga mempengaruhi pola pikir dan perilaku mereka.

Menurut Sri Wahyuning Astuti dan Dyah Sri Subandiah (2021), intensitas penggunaan TikTok mengacu pada tingkat keterlibatan atau interaksi pengguna dengan aplikasi tersebut. Intensitas ini dipengaruhi oleh berbagai dimensi yang mencerminkan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan platform. Pengguna seringkali menggunakan TikTok untuk hiburan dan kepuasan pribadi, mengisi waktu luang, mencari informasi atau pengetahuan, mengekspresikan diri, serta membangun citra pribadi. Selain itu, TikTok menjadi media yang memungkinkan pengguna merasa terhubung dengan orang lain melalui interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Dalam mengukur intensitas penggunaan TikTok, beberapa indikator berdasarkan teori *Uses and Gratification* digunakan. Indikator tersebut mencakup tingkat perhatian pengguna terhadap konten, pemahaman terhadap informasi yang disajikan, dan kepuasan yang diperoleh. Keterlibatan aktif dalam interaksi sosial, seperti memberikan komentar, menyukai, atau membagikan konten, juga menjadi bagian penting dari intensitas penggunaan. Frekuensi dan durasi akses pengguna, yaitu seberapa sering dan berapa lama waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi, turut menjadi ukuran yang signifikan. Selain itu, kedekatan emosional dan keterikatan pengguna terhadap TikTok berkontribusi pada pola penggunaan mereka, yang pada akhirnya memengaruhi frekuensi dan durasi interaksi mereka dengan platform tersebut.

H2: Intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir remaja.

Pola Pikir

(Fajriah et al. 2022) mengungkapkan bahwa interaksi dengan iklan digital di TikTok dapat mempengaruhi preferensi dan pilihan remaja terkait produk atau merek tertentu. Hal ini menunjukkan bagaimana TikTok tidak hanya mempengaruhi pola pikir dalam aspek sosial, tetapi juga dalam hal konsumsi budaya dan materialisme.

Dalam mempengaruhi pola pikir remaja di TikTok. (Aeni, 2023) menjelaskan bahwa interaksi sosial melalui fitur komentar, pesan, dan kolaborasi memungkinkan remaja untuk

berbagi pandangan dan berdiskusi mengenai berbagai isu. Ini memperkaya perspektif mereka dan membantu mengembangkan pola pikir yang lebih kritis dan sosial, karena mereka dapat terlibat dalam diskusi terbuka dengan pengguna lainnya.

Menurut Siti Nur Aeni (2023), pola pikir yang berkaitan dengan penggunaan TikTok mengacu pada cara berpikir yang berkembang pada remaja sebagai hasil dari interaksi mereka dengan konten di platform tersebut. Pola pikir ini dipengaruhi oleh berbagai dimensi, termasuk paparan konten, interaksi sosial, motivasi penggunaan, keterlibatan pengguna, dan keberagaman konten. Paparan terhadap jenis dan variasi konten yang dikonsumsi, seperti konten hiburan, informasi, atau pendidikan, memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang dan pola pikir pengguna, mendorong mereka menjadi lebih terbuka dan kreatif. Selain itu, kualitas interaksi sosial yang terjadi melalui komentar, kolaborasi, atau pesan langsung di TikTok dapat memperkaya pengalaman berpikir pengguna, memengaruhi kemampuan mereka dalam berkomunikasi serta mengembangkan pola pikir sosial.

Motivasi pengguna untuk menggunakan TikTok, baik untuk hiburan, pembelajaran, interaksi sosial, maupun ekspresi diri, turut memengaruhi cara mereka mengolah dan menginternalisasi informasi. Motivasi yang kuat dapat mendorong munculnya pola pikir yang lebih kreatif dan kritis. Tingkat keterlibatan dalam pembuatan dan berbagi konten juga berkontribusi pada perkembangan pola pikir, di mana keterlibatan yang lebih tinggi memberikan peluang bagi pengguna untuk mengembangkan kreativitas dan kepercayaan diri. Keberagaman konten yang diakses pengguna, terutama yang mencerminkan berbagai budaya, latar belakang, atau perspektif, memainkan peran penting dalam memperluas pola pikir mereka. Melalui konten yang beragam, pengguna dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang dunia di sekitar mereka, memperkaya wawasan, dan mendorong rasa toleransi terhadap perbedaan.

Indikator yang mempengaruhi pola pikir remaja pengguna TikTok, menurut (Sawitri et al. 2024), adalah faktor-faktor yang dapat

memengaruhi bagaimana remaja berpikir, berperilaku, dan membentuk pandangannya. Salah satu indikator tersebut adalah paparan konten yang dikonsumsi. Konten yang beragam, seperti hiburan, pendidikan, atau informasi, berperan dalam membentuk cara pandang remaja terhadap tren, isu sosial, maupun dunia secara umum. Interaksi sosial juga menjadi faktor penting, di mana frekuensi dan kualitas komunikasi dengan pengguna lain, seperti melalui komentar, pesan, atau kolaborasi, memengaruhi pola pikir remaja dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Selain itu, motivasi di balik penggunaan TikTok, baik untuk hiburan, pembelajaran, atau ekspresi diri, turut membentuk cara mereka mengolah informasi serta mengembangkan pola pikir yang lebih kreatif. Keterlibatan aktif dalam pembuatan dan pembagian konten di TikTok memperkuat pola pikir kreatif sekaligus meningkatkan rasa percaya diri remaja. Tren dan tantangan yang populer di platform ini juga memberikan pengaruh, di mana partisipasi dalam kegiatan tersebut dapat memengaruhi sikap, kreativitas, dan perilaku sosial mereka. Paparan terhadap konten positif, seperti yang bersifat mendidik atau inspiratif, dapat mendorong perkembangan pola pikir yang konstruktif. Sebaliknya, konten negatif, seperti body shaming atau yang tidak sesuai dengan usia remaja, dapat berdampak buruk pada pola pikir serta kesehatan mental mereka. Selain itu, interaksi dengan iklan dan promosi yang ada di TikTok mempengaruhi preferensi, keputusan, dan pola pikir remaja terhadap produk atau gaya hidup tertentu.

H3: Interaksi sosial melalui TikTok berpengaruh signifikan terhadap pola pikir remaja.

H4: Keberagaman konten yang dikonsumsi melalui TikTok berpengaruh terhadap pola pikir remaja.

Gaya Hidup Digital

Gaya hidup digital mengacu pada pola perilaku dan kebiasaan yang terbentuk melalui interaksi dengan teknologi digital dan media sosial. Menurut Duffett (2017), remaja adalah kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh media sosial, karena masa remaja adalah periode eksplorasi identitas dan pencarian

pengakuan sosial. Kehadiran platform seperti TikTok mempercepat proses ini dengan menyediakan ruang untuk kreativitas, validasi sosial, dan eksposur global.

Menurut Zhang et al. (2021) menunjukkan bahwa TikTok memfasilitasi pembentukan komunitas daring berdasarkan minat yang sama. Hal ini membantu remaja merasa diterima dan mendapatkan dukungan sosial dari komunitas global.

Omar dan Dequan (2020) mengidentifikasi beberapa dimensi utama yang menggambarkan gaya hidup digital remaja di TikTok. Salah satu dimensi tersebut adalah ekspresi kreativitas, di mana TikTok memberikan ruang bagi remaja untuk mengeksplorasi dan menampilkan kreativitas mereka melalui video pendek. Fitur-fitur seperti efek visual, musik, dan filter mendukung proses ini, memungkinkan mereka menciptakan konten yang unik dan menarik. Selain itu, platform ini menjadi sarana untuk mendapatkan validasi sosial. Melalui interaksi seperti jumlah "likes," komentar, dan pengikut, remaja merasa dihargai dan termotivasi untuk tetap aktif di TikTok. TikTok juga menjadi tempat bagi remaja untuk mengeksplorasi identitas mereka. Mereka dapat bereksperimen dengan berbagai aspek, seperti gaya berpakaian, jenis konten yang mereka buat, atau komunitas yang mereka ikuti, sehingga membantu mereka menemukan dan mengembangkan jati diri. Keterlibatan dalam tren atau tantangan yang sedang populer juga menjadi bagian penting dari gaya hidup digital ini. Partisipasi dalam aktivitas semacam itu menciptakan rasa kebersamaan di kalangan remaja dan memperkuat hubungan mereka dengan budaya populer yang berkembang di platform tersebut.

Menurut Adil Dimas Andrian, Jandy Edipson Luik, dan Judy Djowo W. Tjahjo (2021), terdapat enam indikator utama yang mempengaruhi gaya hidup digital pengguna TikTok. Salah satunya adalah interaksi sosial, di mana pengguna memanfaatkan platform ini untuk berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan membangun komunitas secara daring. TikTok juga berfungsi sebagai media untuk mendokumentasikan berbagai aktivitas dan momen penting dalam kehidupan pengguna, sehingga menjadi semacam arsip digital. Selain

itu, TikTok sering digunakan sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang dan mengurangi rasa bosan, yang mencerminkan fungsinya sebagai bentuk diversifikasi aktivitas sehari-hari. Platform ini juga menawarkan peluang untuk promosi diri, baik dalam konteks personal maupun profesional, memungkinkan pengguna memperluas jangkauan dan meningkatkan citra mereka.

H5: Konten TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup digital.

H6: Intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis berbasis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang diimplementasikan melalui aplikasi SmartPLS. Pendekatan ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antara variabel laten serta mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung melalui variabel mediasi. PLS-SEM sangat cocok untuk model penelitian yang kompleks dan untuk data dengan distribusi yang tidak normal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konten TikTok dan intensitas penggunaannya terhadap pola pikir remaja di Kota Bandung, dengan gaya hidup digital sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian adalah remaja berusia 15–24 tahun yang tinggal di Kota Bandung dan aktif menggunakan TikTok. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden yang telah menggunakan TikTok secara aktif selama minimal tiga bulan terakhir dan memiliki durasi penggunaan rata-rata minimal satu jam per hari. Sampel penelitian terdiri dari 30 responden, sesuai dengan rekomendasi jumlah sampel minimum untuk analisis PLS-SEM, yaitu 10 kali jumlah jalur hubungan yang ada dalam model.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang terdiri dari beberapa bagian. Pertama, indikator untuk mengukur variabel konten TikTok mencakup kualitas konten, relevansi terhadap minat pengguna, dan daya tarik visual. Kedua, indikator intensitas

penggunaan TikTok mencakup frekuensi penggunaan harian, durasi waktu per sesi, dan tingkat keterlibatan dalam fitur TikTok. Ketiga, pola pikir remaja diukur melalui perubahan cara pandang, preferensi gaya hidup, dan sikap terhadap isu sosial yang dipengaruhi oleh penggunaan TikTok. Terakhir, gaya hidup digital diukur melalui perilaku responden dalam memanfaatkan teknologi, adopsi trend digital, serta cara mereka mengintegrasikan aktivitas digital dalam kehidupan sehari-hari. Setiap item kuesioner diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 3, dengan rentang sebagai berikut:

1 = Setuju

2 = Netral

3 = Tidak Setuju

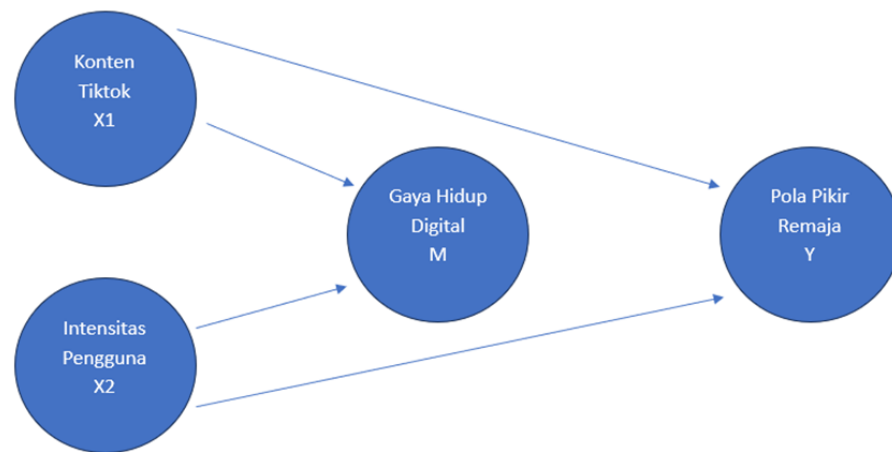
Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap menggunakan aplikasi SmartPLS. Langkah pertama adalah memodelkan hubungan antara variabel independen, mediasi, dan dependen. Model penelitian ini terdiri dari hubungan langsung antara konten TikTok dan intensitas penggunaan terhadap pola pikir remaja, serta hubungan tidak langsung yang dimediasi oleh gaya hidup digital. Setelah model ditentukan, dilakukan evaluasi model pengukuran (outer model) untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Validitas konvergen diuji menggunakan Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai cut-off minimal 0,5, sementara reliabilitas diuji melalui Composite Reliability dengan nilai minimal 0,7.

Setelah model pengukuran memenuhi kriteria, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural (inner model). Analisis ini melibatkan pengujian hubungan antar variabel laten menggunakan path coefficient dan nilai signifikansi berdasarkan t-statistic yang diperoleh dari proses bootstrapping. Nilai R^2 digunakan untuk menilai kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sementara nilai Q^2 digunakan untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model. Selain itu, peran gaya hidup digital sebagai mediator diuji melalui indirect effect untuk menentukan sejauh mana variabel ini memediasi pengaruh konten dan intensitas penggunaan TikTok terhadap pola pikir remaja.

Hasil analisis menggunakan SmartPLS memberikan gambaran tentang pengaruh masing-masing variabel serta kekuatan hubungan antar variabel dalam model penelitian. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan hubungan langsung tetapi juga

memberikan pemahaman tentang peran gaya hidup digital sebagai mediator, sehingga mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait pengaruh penggunaan TikTok terhadap pola pikir remaja di Kota Bandung.

KERANGKA BERPIKIR



Kerangka Berpikir adalah dasar konseptual yang menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian. Berikut adalah kerangka dalam penelitian ini:

1. Konten Tiktok (Variabel Independen X1)

Merujuk pada jenis konten yang dikonsumsi oleh remaja, seperti konten hiburan, edukasi, inspiratif, atau tren viral. Setiap jenis konten memiliki potensi untuk memengaruhi cara remaja memandang dunia dan membentuk persepsi mereka terhadap realitas. Elemen yang dianalisis meliputi kualitas konten (informatif atau tidak), relevansi dengan kehidupan remaja, dan nilai-nilai yang terkandung dalam konten tersebut.

2. Intensitas Pengguna (Variabel Independen X2)

Mengacu pada durasi dan frekuensi penggunaan TikTok oleh remaja. Semakin tinggi intensitas penggunaan, semakin besar kemungkinan mereka terpapar berbagai jenis

konten. Intensitas ini juga mencakup keterlibatan pengguna, seperti memberikan "like," berkomentar, atau membuat konten sendiri.

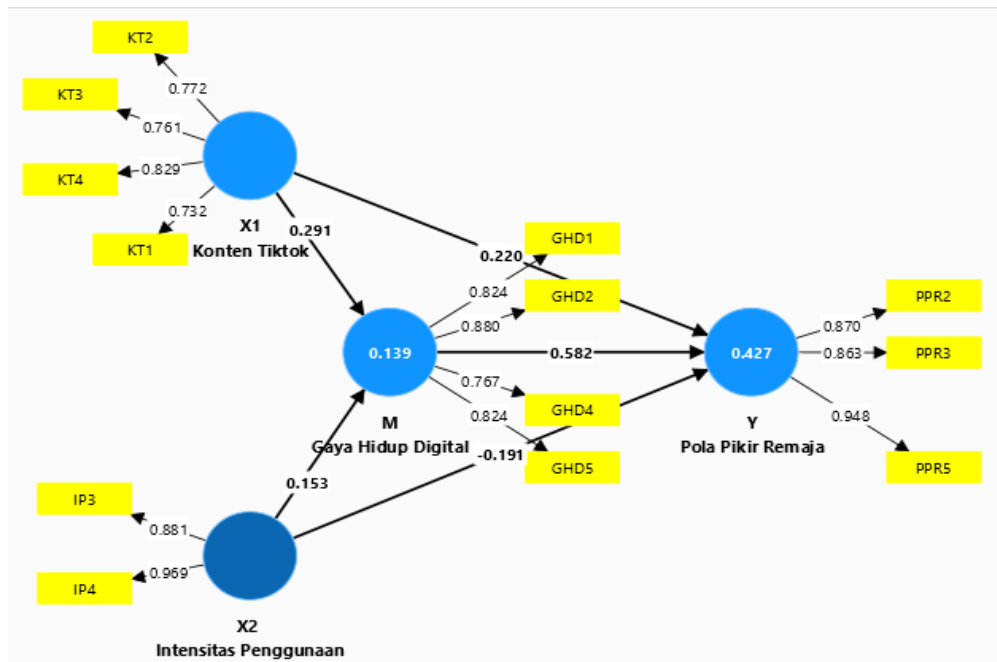
3. Gaya Hidup Digital (Variabel Mediasi M)

Mengacu pada pola hidup yang mencerminkan adaptasi remaja terhadap perkembangan teknologi, khususnya dalam cara mereka berinteraksi, belajar, dan bersosialisasi melalui media digital. Gaya hidup digital mencakup aspek konsumsi teknologi, preferensi terhadap media sosial, dan integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari remaja.

4. Pola Pikir Remaja (Variabel Dependen Y)

Mengacu pada cara remaja memandang, menilai, dan merespons berbagai aspek kehidupan, termasuk nilai-nilai sosial, pandangan terhadap diri sendiri, dan aspirasi masa depan. Pola pikir ini dapat mengacu aspek kognitif (cara berpikir), afektif (emosi dan perasaan), dan konatif (niat atau kecenderungan bertindak).

Pembahasan



Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

1. Validitas Konvergen

	M_Gaya Hidup Digital	X1_Konten Tiktok	X2_Intensitas Penggunaan	Y_Pola Pikir Remaja
GHD1	0,824			
GHD2	0,880			
GHD4	0,767			
GHD5	0,824			
IP3			0,881	
IP4			0,969	
KT2		0,772		
KT3		0,761		
KT4		0,829		
PPR2				0,870
PPR3				0,863
PPR5				0,948
KT1		0,732		

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* semua item pernyataan > 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid konvergen.

2. Validitas Diskriminan

	M_Gaya Hidup Digital	X1_Konten Tiktok	X2_Intensitas Penggunaan	Y_Pola Pikir Remaja
GHD	0,825			
KT	0,344	0,774		
IP	0,253	0,344	0,926	
PPR	0,610	0,355	0,032	0,895

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai akar AVE tiap-tiap variabel > korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid diskriminan.

3. Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
GHD	0,842	0,895
KT	0,779	0,857
IP	0,848	0,923
PPR	0,875	0,923

Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability semua variabel > 0,70, maka semua variabel sudah reliabel.

Hasil Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

1. R Square

	-square	R-square Adjusted
GHD	0,139	0,075
PPR	0,427	0,361

Nilai R-square adjusted variabel Gaya Hidup Digital sebesar 0,075, hal itu menandakan bahwa variabel Konten Tiktok dan Intensitas Penggunaan mampu menjelaskan variabel Gaya Hidup Digital sebesar 0,75%. Maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap lemah. Sedangkan nilai R-square adjusted

variabel Pola Pikir Remaja sebesar 0,361, hal tersebut menandakan bahwa variabel Konten Tiktok, Intensitas Penggunaan, dan Gaya Hidup Digital mampu menjelaskan variabel Pola Pikir Remaja sebesar 36,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap moderate.

2. Effect Size

	- M_Gaya Hidup Digital	Y_Pola Pikir Remaja
GHD		0,509
KT	0,087	0,069
IP	0,024	0,055

Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- Pengaruh Gaya Hidup Digital terhadap Pola Pikir Remaja sebesar 0,509, maka pengaruh Gaya Hidup Digital terhadap Pola Pikir Remaja dianggap kuat.
- Pengaruh Konten Tiktok terhadap Gaya Hidup Digital sebesar 0,087, maka Pengaruh Konten Tiktok terhadap Gaya Hidup Digital dianggap lemah.
- Pengaruh Konten Tiktok terhadap Pola Pikir Remaja sebesar 0,069, maka

Pengaruh Konten Tiktok terhadap Pola Pikir Remaja dianggap lemah.

- Pengaruh Intensitas Penggunaan terhadap Gaya Hidup Digital sebesar 0,024, maka Pengaruh Intensitas Penggunaan terhadap Gaya Hidup Digital dianggap lemah.
- Pengaruh Intensitas Penggunaan terhadap Pola Pikir Remaja sebesar 0,055, maka Pengaruh Intensitas Penggunaan terhadap Pola Pikir Remaja dianggap lemah

3. Uji Hipotesis

Jalur	Path Koefisien	T statistics	P values
GHD -> PPR	0,582	2,602	0,009
KT -> GHD	0,291	1,688	0,091
KT -> PPR	0,220	1,212	0,225
IP -> GHD	0,153	0,674	0,501
IP -> PPR	-0,191	1,097	0,273
KT -> GHD -> PPR	0,170	1,323	0,186
IP -> GHD -> PPR	0,089	0,685	0,493

Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- Jalur Gaya Hidup Digital -> Pola Pikir Remaja diperoleh nilai p values $0,009 < 0,05$, maka H1 diterima yaitu gaya hidup digital berpengaruh terhadap pola pikir remaja.
- Jalur Konten Tiktok -> Gaya Hidup Digital diperoleh nilai p values $0,091 > 0,05$, maka H2 ditolak yaitu konten tiktok tidak berpengaruh terhadap gaya hidup digital.
- Jalur Konten Tiktok -> Pola Pikir Remaja diperoleh nilai p values $0,225 > 0,05$, maka H3 ditolak yaitu konten tiktok tidak berpengaruh terhadap pola pikir remaja.
- Jalur Intensitas Penggunaan -> Gaya Hidup Digital diperoleh nilai p values $0,501 > 0,05$, maka H4 ditolak yaitu intensitas penggunaan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup digital.
- Jalur Intensitas Penggunaan -> Pola Pikir Remaja diperoleh nilai p values $0,273 > 0,05$, maka H5 ditolak yaitu intensitas penggunaan tidak berpengaruh terhadap pola pikir remaja.
- Jalur Konten Tiktok -> Gaya Hidup Digital -> Pola Pikir Remaja diperoleh nilai p values $0,186 > 0,05$, maka H6 ditolak yaitu konten tiktok tidak berpengaruh terhadap pola pikir remaja melalui gaya hidup digital.
- Jalur Intensitas Penggunaan -> Gaya Hidup Digital -> Pola Pikir Remaja diperoleh nilai p values $0,493 > 0,05$, maka H7 ditolak yaitu intensitas penggunaan tidak berpengaruh terhadap pola pikir remaja melalui gaya hidup digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir remaja. Jenis konten yang

dikonsumsi, baik yang bersifat hiburan, edukasi, inspiratif, maupun tren viral, dapat membentuk cara pandang remaja terhadap dunia, tren, dan isu-isu sosial. Selain itu, intensitas penggunaan TikTok, seperti durasi, frekuensi, dan keterlibatan dalam fitur interaktif, turut berkontribusi pada perubahan pola pikir remaja. Intensitas yang tinggi meningkatkan paparan terhadap berbagai jenis konten, baik yang membawa dampak positif maupun negatif.

Gaya hidup digital ditemukan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara konten dan intensitas penggunaan TikTok terhadap pola pikir remaja. Interaksi dengan teknologi dan media sosial ini memengaruhi cara remaja memahami dunia, bersosialisasi, dan beradaptasi dengan perkembangan digital. TikTok dapat memberikan dampak positif, seperti meningkatkan kreativitas, ekspresi diri, dan keterhubungan sosial, jika digunakan secara bijak dan dalam batas yang wajar. Namun, penggunaan yang berlebihan dapat mengganggu produktivitas, kesehatan mental, dan memicu perbandingan sosial yang tidak sehat.

Penelitian ini juga menegaskan pentingnya literasi digital bagi remaja agar mereka mampu menyaring informasi, memanfaatkan media sosial secara bijak, dan membangun pola pikir yang sehat serta konstruktif. TikTok memiliki potensi besar untuk memengaruhi perkembangan pola pikir remaja, tergantung pada bagaimana penggunaannya diatur dan dipahami.

Daftar Pustaka

Adil, D. A., Handy, E. L., & Judy, D. W. (2021). Motif Masyarakat Indonesia Menggunakan Aplikasi Tiktok Selama

- Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Apriyanti, R., & Suswanto, B. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Pola Pikir Kreatif Remaja (Studi Pada SMK Negeri 3 Kota Bekasi Jurusan Teknik Komputer Dan Jaringan). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi*, 4(1).
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Gratifikasi (Kepuasan) Penggunaanya.
- Damar, A. P., Muthmainna, Lulu, N. Z., Nuril, K. S., Tirza, A. M., & Septia, N. H. (2023). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Perubahan Etika Remaja. *Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik, dan Budaya*, 1, 1-6.
- Dewa, A. A., Ni, M. R., & I, G. A. (2024). Analisis Konten Tiktok @vmuliana Selama Periode Satu Tahun (24 Februari 2021 - 24 Februari 2022).
- Duffett, R. (2017). Influence of Social Media Marketing on Teenagers. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 4(2).
- Fajriah, I., Nikmah, A., & Nurhadi, M. (2022). Pemanfaatan Media TikTok untuk Pembelajaran Materi Iklan di Madrasah Tsanawiyah Kudus. *Proceedings of the International Conference on Education, Teaching, and Learning Innovation (ICETLI)*. Retrieved from <https://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/ICETLI/article/view/776>
- Khafidhoturrofia, & Moch, N. M. (2023). Pengaruh Media Tiktok Terhadap Pola Pikir Berbisnis Gen Z Di Mojokerto. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 04(01).
- Ling, C., Blackburn, J., De, C. E., & Stringhini, G. (2021). Understanding indicators of virality in TikTok short videos. *In Proceedings of the 14th ACM Web Science Conference 2022*.
- Nguyen, T., Lee, S., & Park, J. (2023). The Role of TikTok in Shaping Body Image and Self-Esteem Among Asian and Asian-American Women. *International Journal of Feminist Media Research*.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Exploring TikTok as a Platform for Self-Expression Among Teenagers.
- Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*. Retrieved from <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id>.
- Rosline, H., Indah, S. L., & Reny, K. N. (2024). Pengaruh Kecanduan Media Sosial dan Pola Pikir Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa.
- Sakti, M. A., & Mesra, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Digital Terhadap Kesehatan Mental dan Sosial Remaja. 1(5), 348-355.
- Sinaga, S. C., & Mailin. (2023). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*.
- Siti, N. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Pola Pikir Kreatif Remaja. *Interpretasi Jurnal*, 3(1), 45-60. Retrieved from <https://ojs.ibm.ac.id/index.php/interpretasi/article/download/148/245/883>
- Syahrani, Y. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Kecenderungan Melakukan Perbandingan Sosial Pada Remaja Di Kota Bogor.
- Syauqii, R. A. (2023). . Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Di SMA Negeri 1 Sirampog Brebes.
- Yusna, A. M. (2024). Pengaruh penggunaan TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. *Universitas Pakuan*. Retrieved from <https://eprints.unpak.ac.id/8001/>
- Zhang, X., Wang, Y., & Yu, L. (2021). Online Communities and Social Interactions on TikTok: A Case Study. *Journal of Media Research*, 14(2), 34-50.