

INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA MAHASISWA JURUSAN SOSIOLOGI AGAMA SEMESTER 5 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

Alya Darojatul Aliyah¹, Rifqy Alfaa'iz Azis², Vio Naturohmat³, Anggi Yus Susilowati⁴

daalya5123@gmail.com¹, azisalfaz05@gmail.com², vionatu147@mail.uinssc.ac.id³, anggiyuss@gmail.com⁴

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

ABSTRAK

Pengembangan media sosial digital telah mengubah cara siswa berkomunikasi dan mengonsumsi informasi, termasuk penggunaan platform TikTok yang meningkat. Mahasiswa semester 5 Jurusan Sosiologi Agama Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon menggunakan TikTok secara intens. Penelitian ini berfokus pada intensitas penggunaan media sosial TikTok, faktor yang mempengaruhi penggunaan, dan dampak media sosial. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan metode survei untuk mengumpulkan data. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan pola, intensitas, komponen, dan dampak penggunaan TikTok dalam kehidupan akademik dan sosial siswa. Studi menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sebagai platform hiburan; itu juga digunakan sebagai media untuk mendapatkan informasi, memberi tahu orang, dan mengekspresi diri. Namun, intensitas penggunaan yang tinggi dapat memengaruhi bagaimana siswa mengelola waktu mereka dan berkonsentrasi dalam belajar. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami hubungan antara media sosial digital dan perilaku mahasiswa, khususnya dalam bidang sosiologi agama.

Kata Kunci: Media Sosial Digital, Tiktok, Intensitas Penggunaan, Dampak Media Sosial, Mahasiswa Sosiologi Agama.

ABSTRACT

The expansion of digital social media has significantly transformed the ways students communicate and access information, particularly through the increasing popularity of TikTok. Fifth-semester students of the Sociology of Religion Department at the State Islamic University of Syekh Nurjati Cirebon demonstrate a high level of engagement with this platform. This study focuses on the intensity of TikTok usage, the factors influencing its use, and the impacts generated by social media consumption. A quantitative approach was applied by employing a survey method to collect data from respondents. The collected data were analyzed descriptively to illustrate usage patterns, levels of intensity, key components, and the effects of TikTok use on students' academic and social lives. The findings reveal that TikTok functions not only as a source of entertainment but also as a medium for information acquisition, communication, and self-expression. However, excessive use may influence students' ability to manage time effectively and maintain learning concentration. Therefore, this research is expected to contribute scholarly insights into the relationship between digital social media and student behavior, particularly within the field of sociology of religion.

Keywords: Digital Social Media, Tiktok, Usage Intensity, Social Media Impact, Sociology Of Religion Students.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara individu, khususnya generasi muda, berinteraksi, mengakses informasi, dan mengekspresikan diri. Di Indonesia, penetrasi internet terus meningkat, berdasarkan data BPS, persentase penduduk yang mengakses

internet mencapai 66,48% pada tahun 2022 berdasarkan Survei Susenas (Gunawan, 2025; Rahayu et al., 2022). Badan Pusat Statistik Indonesia. Selain itu, survei APJII menunjukkan bahwa hingga 2024, terdapat lebih dari 221 juta pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 79,5% dari populasi, di mana kelompok usia Gen Z (lahir 1997–2012) menyumbang mayoritas pengguna baru (Riansyah, 2021; Subaki, 2023).

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat di kalangan generasi muda atau Gen Z yaitu platform media sosial TikTok (Putri et al., 2025). Platform ini berbasis video pendek dengan sistem algoritma yang mampu menyesuaikan konten sesuai minat pengguna. Menurut Ulfiana et al., 2024; Weriframayeni & Kurnia, (2024) menyatakan bahwa databoks menunjukkan bahwa kelompok usia 18 sampai 24 tahun, yang sebagian besar merupakan mahasiswa, menjadi pengguna terbesar TikTok. TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi, mengikuti tren sosial, serta membangun interaksi digital. Kondisi seperti ini menunjukan bahwa media sosial TikTok menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari – hari mahasiswa.

Sangat penting bagi mahasiswa untuk memahami tingkat penggunaan media sosial, terutama Tiktok. Sebagai kelompok sosial yang aktif dalam aktivitas akademik dan sosial, mahasiswa rentan terhadap penggunaan media sosial yang berlebihan. Intensitas penggunaan TikTok pada mahasiswa tidak muncul secara tunggal, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Secara umum, faktor tersebut dapat berasal dari lingkungan sosial seperti pengaruh teman sebaya, faktor personal berupa kebutuhan hiburan dan pencarian informasi, serta faktor teknologi yang berkaitan dengan kemudahan akses dan fitur aplikasi (Anjani et al., 2022; Luddiana, 2024). Faktor faktor ini secara bersama sama mendorong mahasiswa untuk mengakses TikTok secara berulang dalam kehidupan sehari – hari.

Selain faktor pendorong, penggunaan TikTok juga berpotensi menimbulkan berbagai dampak, baik itu dampak bersifat positif maupun negatif. Secara positif, Tiktok dapat menjadi sarana hiburan, media relaksasi, serta sumber informasi yang mudah diakses, termasuk konten edukatif dan isu sosial keagamaan (Permana et al., 2025). Namun di sisi lain, intensitas penggunaan yang tinggi juga dapat menimbulkan dampak sosial dan akademik seperti berkurangnya fokus belajar, distraksi akademik, serta kecenderungan penggunaan waktu yang berlebihan di ruang digital (Rahmawati et al., 2025). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana intensitas penggunaan TikTok terjadi dan bagaimana pola penggunaannya di kalangan mahasiswa.

Namun, sebagian besar penelitian bersifat umum (Gen Z secara keseluruhan), dan tidak banyak yang secara khusus menyelidiki penggunaan Tiktok oleh mahasiswa dengan latar belakang keagamaan atau program studi tertentu, seperti Sosiologi Agama di UIN Syekh Nurjati Cirebon. Karena, pola pemikiran mahasiswa Sosiologi Agama mungkin berbeda dengan mahasiswa dari fakultas lain. Oleh karena itu, intensitas penggunaan media sosial, faktor dan dampak juga mungkin berbeda.

Dengan latar belakang ini, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa sering (intensitas) mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama UIN Syekh Nurjati Cirebon menggunakan Tiktok. Dengan mengukur intensitas ini, penelitian berharap dapat memahami konsekuensi sosial, akademik, dan keagamaan dari kecenderungan siswa untuk menggunakan Tiktok. Karena intensitas yang tinggi dapat berkorelasi dengan efek tertentu (seperti kecemasan, gangguan fokus akademik, atau pola perilaku sosial), penting bagi kampus dan pembimbing untuk memikirkan kebijakan pembinaan digital atau literasi media yang lebih relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang terukur mengenai intensitas penggunaan media sosial Tiktok oleh mahasiswa. Pendekatan kuantitatif digunakan karena seluruh data yang diperoleh berbentuk angka dan dapat dianalisis secara statistik dengan jelas. Sementara sifat deskriptif berarti penelitian ini berfokus pada pemaparan fakta secara sistematis, fakta atau faktual, dan akurat tanpa mencari hubungan sebab akibat antara variabel penelitian (Makwana Dhaval et al., 2023).

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama Semester 5 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Syekh Nurjati Cirebon yang berjumlah 25 orang (mahasiswa/i). Karena jumlah populasi relatif kecil, kami telah menggunakan teknik total sampling yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian. Dengan teknik ini, data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan (Taherdoost, 2018). Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kami telah menggunakan kuesioner dalam bentuk digital yang dibuat melalui Google Forms agar mempermudah proses pengisian oleh responden dan mempermudah pengumpulan data. Kuesioner tersebut, kami sebar melalui tautan digital yang dikirimkan langsung ke grup WhatsApp kelas dan pesan pribadi kepada seluruh responden. Strategi penyebaran ini dipilih agar setiap mahasiswa dapat mengakses kuesioner kapan saja secara fleksibel. Selain itu, pendekatan penyebaran melalui media digital sangat membantu dalam meningkatkan tingkat respons karena responden dapat mengisi tanpa harus bertemu secara langsung melalui tautan digital yang kami sediakan: <https://forms.gle/CNZeVDb5SR7dpjFy6>.

Kuesioner penelitian ini berisi pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah jenis pertanyaan yang sudah memiliki pilihan jawaban sehingga responden hanya memilih pilihan yang paling sesuai dengan kondisi mereka. Dalam penelitian ini, kami telah menggunakan skala likert tiga pilihan yaitu sering, kadang kadang, dan jarang. Penggunaan pertanyaan tertutup dipilih karena memudahkan responden dalam menjawab dan memudahkan kami melakukan pengolahan data statistik. Selain pertanyaan tertutup, kami juga menambahkan satu pertanyaan terbuka pada bagian akhir sebagai ruang bagi responden untuk menjelaskan pengalaman atau alasan pribadi mengenai penggunaan Tiktok apabila mereka ingin memberi pendapat tambahan. Pertanyaan terbuka ini berfungsi untuk melengkapi data kuantitatif dengan informasi yang lebih mendalam.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pada tahap pertama kami melakukan editing yaitu memeriksa kembali seluruh data yang masuk untuk memastikan bahwa tidak ada data yang kosong atau tidak sesuai. Tahap kedua adalah coding yaitu memberikan kode numerik pada setiap jawaban responden agar memudahkan proses pengolahan dalam perangkat lunak statistik. Selanjutnya kami melakukan tabulasi yaitu memindahkan semua data yang telah diberi kode ke dalam Microsoft Excel dan SPSS untuk dihitung secara sistematis. Kami telah menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menghasilkan rata rata, frekuensi jawaban, serta persentase dalam menggambarkan intensitas penggunaan Tiktok pada mahasiswa. Analisis statistik deskriptif digunakan karena berfungsi untuk memaparkan data secara jelas dan memberikan gambaran mengenai pola penggunaan media sosial dalam populasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok

Berbagai kelompok usia, termasuk mahasiswa, sekarang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari – hari. Media sosial bukan hanya alat untuk berkomunikasi;

mereka juga dapat digunakan untuk berinteraksi, menikmati hiburan, menemukan informasi, dan membangun identitas digital. Menurut beberapa penelitian, intensitas penggunaan media sosial berkorelasi dengan frekuensi, waktu, perhatian, dan keterlibatan emosional seseorang saat menggunakan platform online tertentu. Dalam studi Alkatiri & Aprianty, (2024), mereka mengatakan bahwa karena platform digital memungkinkan aktivitas berulang, penggunaan media sosial memengaruhi psikologi pengguna. Ini terutama berlaku untuk remaja.

Umumnya, media sosial itu guna mempermudah oleh pengguna untuk dapat mengakses berbagai informasi digital dan membentuk suatu pola interaksi yang baru, yang lebih cepat dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam artian ini sangat fleksibel untuk mewadahi pembentukan pola interaksi yang baru dalam dunia digital. Namun, negatifnya adalah seseorang sangat rentan terhadap waktunya sendiri sehingga waktu yang dimiliki seseorang yang aktif di dunia digital banyak menghabiskan waktunya di dunia digitalnya. Dalam studi Alkatiri & Aprianty (2024), menemukan dan menyatakan bahwa mayoritas masyarakat pengguna media sosial mengakses platform lebih daripada 1 sampai 4 jam per hari, sehingga intensitas ini menunjukkan bahwa masyarakat kebanyakan dalam kategori sedang sampai tertinggi.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis deskriptif terhadap mahasiswa jurusan sosiologi agama semester 5, dapat diketahui bahwa tingkat intensitas daripada mahasiswa mengakses tiktok adalah pada tingkat tinggi. Hal ini ditunjukkan jelas oleh hasil nilai rata-rata pada hampir seluruh indikator yang ada pada angka 2.20. Artinya mayoritas responden memilih kategori berdasarkan kesesuaian intensitas masing-masing diri dengan memilih likert “sering”, sebagai berikut:

Tabel 1 data Intensitas Penggunaan media sosial tiktok



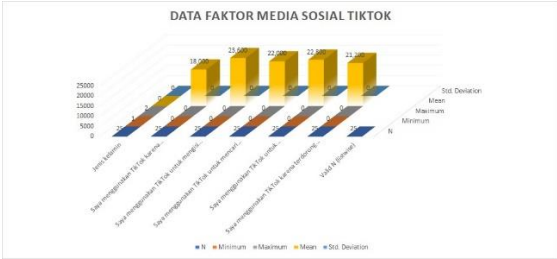
Dalam data yang sudah diolah dan dihitung terhasil angka yang menunjukkan jumlah waktu penggunaan dari pertanyaan 1-5 yaitu termasuk skala “kadang-kadang” sampai skala “sering”. Dari angka rata-ratanya pun menunjukkan hasil yang signifikan di atas 2.20, perolehan untuk jumlah waktu penggunaan cukup sudah diketahui. Data selanjutnya dengan pertanyaan nomor 6-10 dengan kategori jenis isi media juga menunjukkan skala “kadang-kadang” sampai skala “sering”, namun dalam kategori ini menunjukkan adanya nilai rata-rata 1,9600 yang artinya ada beberapa jawaban responden yang menunjukkan dalam hal ini tidak terlalu “sering”. Kategori yang terakhir dalam intensitas ini adalah tujuan penggunaan media sosial tiktok. Kategori ini menunjukkan hasil yang tergolong lebih tinggi skala “sering” dengan tujuan mengetahui informasi baru, menambah wawasan dan meneguhkan motivasi hidup yang disuguhkan lewat media sosial tiktok para responden.

2. Aspek faktor – faktor Penggunaan Media Sosial Tiktok

Ada beberapa faktor yang memengaruhi penggunaan media Sosial TikTok terhadap mahasiswa. Beberapa pengaruh tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam kategori – kategori utama berdasarkan teori *Uses and Gratifications* dan karakteristik platform digital. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi tiga aspek utama: Faktor Sosial (Eksternal), Faktor

Personal (Motif Pemuasan Kebutuhan), dan Faktor Teknologi (Karakteristik Platform). Dengan table sebagai berikut:

Tabel 2 data faktor media sosial tiktok



1. Faktor Sosial (Eksternal)

Yaitu dorongan yang berasal dari lingkungan sosial pengguna. Faktor ini juga bisa disebut sebagai faktor Eksternal. Hal tersebutlah yang memotivasi mereka untuk mulai dan terus menerus menggunakan tiktok.

Bukan hanya itu, dorongan dari teman sebaya (*peer influence*) dan kebutuhan untuk diterima (*social belonging*) adalah prediktor kuat dalam adopsi media sosial. Konsep ini terkait erat dengan Teori *Social Influence* dan fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*). Mahasiswa menggunakan TikTok bukan hanya karena keinginan pribadi, tetapi karena adanya norma sosial di kelompok pergaulan mereka. Mengikuti rekomendasi teman memastikan mereka tetap terintegrasi dalam percakapan dan aktivitas sosial (Fitri et al., 2024).

2. Faktor Personal (Motif Pemuasan Kebutuhan)

Faktor ini merupakan motif internal yang berasal dari kebutuhan pribadi pengguna. Penggunaan TikTok adalah tindakan aktif yang bertujuan untuk mencari pemuasan (*gratification*) spesifik, sesuai kerangka Teori *Uses and Gratifications* (U&G).

- a. Pemuasan Hedonik (Hiburan): Kebutuhan utama ini tercermin dalam pernyataan: "Saya menggunakan TikTok untuk mengisi waktu luang di sela-sela kegiatan akademik (kuliah, mengerjakan tugas, dll.)." Literatur ilmiah, seperti studi Hidayatun Nafiah, (2021) dalam Penggunaan Media Sosial Dalam Kehidupan Sosial Oleh Santriwati Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia Dalam Perspektif Uses James Lull, secara konsisten menetapkan hiburan (*entertainment*) dan pengisi waktu luang sebagai motif utama yang mendorong penggunaan media sosial TikTok. Motif ini berkaitan dengan pencarian kesenangan instan dan relaksasi dari rutinitas akademik.
- b. Pemuasan Integratif (Sosial dan Tren): Pemuasan ini berhubungan dengan kebutuhan sosial dan keinginan untuk tetap relevan dalam lingkungan pergaulan. Hal ini terlihat pada poin: "Saya menggunakan TikTok untuk mencari atau mengikuti tren (musik, tarian, *challenge*) yang sedang populer di kalangan anak muda." Mengikuti tren di TikTok adalah mekanisme untuk membangun dan menjaga *social capital* serta relevansi sosial, sebagaimana dieksplorasi dalam penelitian Nabila et al., (2023) yang membahas Pemanfaatan Media Sosial Melalui TikTok sebagai Upaya Generasi Muda dalam Pelestarian Budaya Nasional di Era Digital.
- c. Pemuasan Kognitif (Informasi): Meskipun TikTok didominasi konten hiburan, pemuasan kognitif tetap menjadi motif yang relevan. Ini tercermin dari pernyataan: "Saya menggunakan TikTok untuk memperoleh informasi atau wawasan yang berkaitan dengan materi perkuliahan atau isu-isu sosial keagamaan." Motif ini menunjukkan bahwa pengguna, termasuk mahasiswa Sosiologi Agama, secara selektif memanfaatkan platform untuk tujuan informasional yang spesifik. Literatur

umum tentang *Information Seeking on Social Media* mengakui bahwa individu, terutama mahasiswa, menggunakan media sosial sebagai sumber belajar informal yang cepat dan mudah diakses, sebagaimana penelitian yang dikaji oleh (Almunawar, n.d.) yang membahas tentang *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, bahkan untuk isu-isu akademik atau sosial keagamaan.

3. Faktor Teknologi (Karakteristik Platform)

Faktor ini berkaitan dengan fitur dan kemudahan akses yang melekat pada aplikasi itu sendiri, yang memengaruhi kenyamanan dan kontinuitas penggunaan. Penggunaan TikTok oleh mahasiswa sangat didorong oleh karakteristik desain internal dan kemudahan penggunaannya (*Usability*) yang canggih. Bukan hanya kontennya, tetapi cara aplikasi ini dirancang agar menarik pengguna untuk menghabiskan waktu lebih lama. Secara teknis, TikTok dilengkapi dengan fitur-fitur menarik seperti berbagai *filter*, efek visual, dan *editing tool* yang mudah diakses, yang secara efektif mendorong pengguna untuk berinteraksi dan berkreasi tanpa perlu keahlian teknis tinggi. Lebih jauh lagi, kemudahan akses aplikasi ini terutama didukung oleh Algoritma *For You Page* (FYP) yang sangat personal dan *interface* yang ramah pengguna. Faktor teknis inilah yang menjadi pendorong utama intensitas penggunaan karena aplikasi menghilangkan upaya yang diperlukan untuk mencari konten. Pengguna seolah disajikan hiburan tanpa batas, memicu fenomena tanpa akhir (*endless scrolling*) yang membuat waktu berlalu tanpa disadari (van der Zee et al., 2021). Secara tidak langsung, desain ini digunakan untuk membuat pengguna terikat pada platform.

Berdasarkan hasil pengolahan data deskriptif pada sampel sebanyak 25 responden, terlihat bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa memiliki pola yang cukup beragam. Komposisi jenis kelamin menunjukkan nilai mean 1,84 dengan rentang 1 hingga 2, yang mengindikasikan mayoritas responden merupakan perempuan. Temuan ini sejalan dengan studi terbaru yang menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam penggunaan media sosial berbasis video pendek (Karatsoli, 2020). Berdasarkan hasil pengolahan data deskriptif pada sampel sebanyak 25 responden, terlihat bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa memiliki pola yang cukup beragam. Komposisi jenis kelamin menunjukkan nilai mean 1,84 dengan rentang 1 hingga 2, yang mengindikasikan mayoritas responden merupakan perempuan. Temuan ini sejalan dengan studi terbaru yang menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam penggunaan media sosial berbasis video pendek (Karatsoli, 2020).

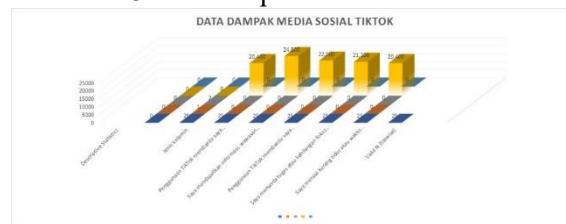
Motivasi penggunaan TikTok paling dominan terlihat pada indikator “mengisi waktu luang”, dengan nilai mean 2,36. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai media hiburan yang mudah diakses di tengah padatnya aktivitas akademik. Fenomena ini konsisten dengan temuan Dimas Fajar, et. al (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa memanfaatkan konten cepat sebagai bentuk relaksasi kognitif. Selain itu, aspek pencarian tren juga memiliki nilai rata-rata tinggi (mean 2,20). Hal ini menguatkan bahwa TikTok berperan sebagai ruang sosial budaya di mana mahasiswa mengikuti perkembangan tren populer. Penggunaan TikTok untuk memperoleh informasi akademik dan isu sosial-keagamaan (mean 2,28) juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa platform ini bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga medium edukatif. Studi oleh Syifa Aulia Rahmadhani et al., (2024) menemukan bahwa konten edukatif berbasis video pendek mampu meningkatkan engagement mahasiswa terhadap materi pembelajaran. Fitur aplikasi TikTok yang mudah digunakan dan menarik turut menjadi faktor pendorong dengan mean 2,12. Ini menunjukkan adanya peran desain platform dalam meningkatkan pengalaman

pengguna, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Uses and Gratifications* yang menekankan bahwa media dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan individu.

4. Aspek Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok

Penggunaan media sosial TikTok pada mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas dan faktor pendorong tertentu, tetapi juga menimbulkan berbagai dampak dalam kehidupan akademik dan sosial mahasiswa. Dampak tersebut muncul sebagai konsekuensi dari pola penggunaan yang berulang dan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil pengolahan data statistik deskriptif, dampak penggunaan TikTok pada mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama Semester 5 dapat dilihat dari aspek positif dan negatif yang berkaitan dengan akademik, pengelolaan waktu, dan kondisi psikologis secara umum, sebagai berikut:

Tabel 3 data dampak media sosial tiktok



Berdasarkan data deskriptif pada gambar Data Dampak Media Sosial TikTok, indikator dampak positif terlihat pada pernyataan penggunaan TikTok dalam membantu mendapatkan informasi dan wawasan baru. Nilai rata-rata pada indikator ini berada pada angka sekitar 2,40 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sering. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi informal yang mendukung pengetahuan mahasiswa, termasuk informasi sosial dan isu keagamaan. Hal ini menunjukkan adanya fungsi kognitif yaitu pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial (Sitompul et al., 2021).

Selain itu, penggunaan TikTok juga dinilai membantu mahasiswa dalam mengisi waktu luang dan mengurangi kejenuhan setelah aktivitas akademik. Nilai mean pada indikator penggunaan TikTok sebagai hiburan menunjukkan angka yang relatif tinggi, yakni di atas 2,20. Temuan ini memperkuat hasil pada aspek intensitas dan faktor personal bahwa TikTok berperan sebagai media relaksasi kognitif, yaitu sarana pelepas ketegangan mental akibat rutinitas perkuliahan yang padat.

Namun demikian, data juga menunjukkan adanya dampak negatif yang perlu diperhatikan. Pada indikator yang berkaitan dengan penundaan tugas dan gangguan pengelolaan waktu, nilai rata-rata berada pada kisaran 2,20 hingga 2,30. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian responden cukup sering mengalami penundaan tugas atau kesulitan mengatur waktu akibat penggunaan TikTok. Kondisi ini mengindikasikan adanya distraksi akademik yaitu terganggunya fokus belajar karena perhatian mahasiswa terbagi pada konsumsi konten media sosial.

Dampak negatif lainnya terlihat pada indikator yang berkaitan dengan berkurangnya waktu istirahat, seperti tidur larut malam akibat penggunaan TikTok. Nilai mean pada indikator ini berada di atas 2,00 yang menunjukkan bahwa penggunaan TikTok cukup sering memengaruhi pola istirahat mahasiswa. Hal ini berkaitan dengan karakteristik TikTok sebagai platform dengan sistem *endless scrolling*, yang mendorong pengguna untuk terus mengakses konten tanpa disadari (Ramadhina et al., 2025).

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil statistik deskriptif dan visualisasi data pada grafik, dapat disimpulkan bahwa dampak penggunaan media sosial TikTok pada mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama bersifat ambivalen atau dua sisi. Di satu sisi, TikTok

memberikan manfaat dalam bentuk hiburan dan akses informasi yang cepat dan mudah. Di sisi lain, intensitas penggunaan yang relatif tinggi juga berpotensi menimbulkan dampak negatif berupa gangguan fokus akademik, penundaan tugas, dan pengelolaan waktu yang kurang optimal. Oleh karena itu, penggunaan TikTok memerlukan kesadaran dan kontrol diri agar manfaat yang diperoleh tidak berbalik menjadi hambatan dalam kehidupan akademik mahasiswa.

KESIMPULAN

Intensitas penggunaan media sosial Tiktok di kalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama UIN Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan tingkat adopsi yang tinggi, melampaui sekadar platform hiburan. Fenomena ini mencerminkan bagaimana mahasiswa menghabiskan sebagian besar waktu luang mereka untuk mengakses konten Tiktok, mayoritas mahasiswa menggunakan Tiktok dengan durasi yang signifikan setiap hari, baik untuk tujuan rekreatif, mencari informasi ringan, maupun mengikuti tren budaya populer.

Intensitas ini memiliki efek ganda. Tiktok memiliki potensi untuk menjadi platform baru yang memanfaatkan format video pendek yang menarik untuk membuat konten dakwah atau kajian sosiologi agama lebih populer dan mudah dicerna. Sebaliknya, terlalu banyak penggunaan dapat menyebabkan distraksi akademik dan pergeseran fokus sosial dari interaksi tatap muka ke interaksi virtual. Oleh karena itu, siswa harus sadar diri dan mengontrol diri mereka agar intensitas penggunaan Tiktok tidak mengganggu tanggung jawab mereka sebagai siswa dan dapat digunakan untuk mendukung wawasan akademik dan keagamaan mereka.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama semester V Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon atas partisipasi dan kerja samanya. Apresiasi juga disampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif serta seluruh stakeholder yang terlibat dalam mendukung kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, H., & Aprianty, R. A. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Quarter Life Crisis pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i2.2269>
- Almunawar, A. H. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Anjani, F. D., Raharjo, S. T., & Fedryansyah, M. (2022). Faktor Individu Dan Lingkungan Sosial Sebagai Penyebab Perilaku Sexting Di Kalangan Remaja. *Share: Social Work Journal*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.24198/share.v12i1.33684>
- DIMAS FAJAR RAMADHAN, I KOMANG DELON JANARWIGUNA, ZIAUL HAQ AL KARIM, N. A. R. (2024). ANALISIS HASIL ASESMEN PRIBADI RENTANG PERHATIAN MAHASISWA SISTEM. 1–9.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. 4, 1–21.
- Gunawan, K. N. (2025). Eksplorasi Dinamika antara Internet dan Kemiskinan Multidimensional di Indonesia: Pendekatan Kuasi-Eksperimental. *Jurnal Ekonomi Kependudukan dan Keluarga*, 2(1). <https://doi.org/10.7454/jekk.v2i1.1067>
- Hidayatun Nafiah. (2021). Penggunaan Media Sosial Dalam Kehidupan Sosial Oleh Santriwati

- Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia Dalam Perspektif Uses James Lull. Skripsi Universitas Islam Indonesia, 79.
- Karatsoli, M. (2020). Examining gender differences of social media use for activity planning and travel choices. 4.
- LESTARI, R. P. (2025). HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KEMANDIRIAN BELAJAR SISWA KELAS VIII DI SMP GUNUNGJATI 1 PURWOKERTO.
- Luddiana, Z. (2024). PERILAKU KONSUMSI REMAJA PONOROGO DI ERA DIGITAL SEBAGAI DAMPAK DARI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL. In Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo (Vol. 15, Nomor 1). INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Makwana Dhaval, Engineer Priti, Dabhi Amisha, & Chudasama Hardik. (2023). Sampling Method in Research-A Review. *Ijtsrd*, 7(3), 762–768.
- Nabila, R. Z., Naura Galuh Pramesti, & Deanita Putri Imelda A.N.I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Melalui TikTok sebagai Upaya Generasi Muda dalam Pelestarian Budaya Nasional di Era Digital. *Pilar: Jurnal Inovasi dan Terapan*, 2(1), 1–10.
- Pan, Y. (2023). Study on the Influence of Personalized Algorithm of Social Media TikTok upon College Students. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 4(1), 1185–1196. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/2022860>
- Parhan, M., Khaerunnisa, A., Umar, M. S., & Hanifa, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(1), 13.
- Permana, G. A. P., Kosasih, A., & Sari, I. (2025). ETIKA MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA TIKTOK DALAM AJARAN ISLAM. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Teknologi Informasi (JIPTI)*, 6(1), 110–127. <https://doi.org/10.52060/jipti.v6i1.2646>
- Putri, N. Q., Fauzia, P., Pu'asturi, W. A., & Permana, E. (2025). ANALISIS BISNIS KONTEN KREATOR SEBAGAI ALTERNATIVE KARIR DI ERA DIGITAL PADA GEN Z DI PLATFORM TIKTOK. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(6), 2441–2451.
- Rahayu, A. W., AMS, B. R., Sufiawan, N. A., & Ayu, P. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Kredit Berlebihan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2), 228. <https://doi.org/10.35906/jep.v8i2.1231>
- Rahmawati, Y., Nafa Lutfiah, Y., Muzharifah, A., Pahlawan Km, J., & Kajen Kab Pekalongan, R. (2025). Persepsi Siswa Generasi Z terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Perilaku Akademik dan Konsentrasi Belajar Siswa di Jenjang Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(4), 226–240.
- Ramadhina, A. P., Salsabila, J., & Emanuella, M. (2025). TikTok dan Mediamorphosis: Peran TikTok Sebagai Mesin Pencari Baru untuk Generasi Z. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(2), 183–196. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i2.1598>
- Riansyah, B. (2021). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO), BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI RELIGIUSITAS DAN KESADARAN HALAL SEBAGAI PEMODERASI (STUDI GEN Z MUSLIM DI KOTA PANGKALPINANG).
- Simpson, E., Hamann, A., & Semaan, B. (2022). How to Tame “Your” Algorithm: LGBTQ+ Users’ Domestication of TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(GROUP), 1–27. <https://doi.org/10.1145/3492841>
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 203. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Subaki, A. (2023). Program Studi Hukum Keluarga Islam Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Subijanto, A. A., Fitriya, A., Muhaimin, A., & Khan, A. (n.d.). Prospects of Communication for Development in The Digital Era.

- Suparmi, S., Virliana, A. I., & Yogi, R. A. W. (2024). Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Perkembangan Psikologis Remaja: Menurut Prespektif Teori Kroh. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 4(2), 213–222. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v4i2.587>
- Syifa Aulia Rahmadhani, Dhamar Indra Pratama, Rifada Nur Az Zahra Putri, Ziana Nur Rochimah, & Ahmad Rahman Ludiansyah. (2024). Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 3(2), 222–227. <https://doi.org/10.58192/sidu.v3i2.2184>
- Taherdoost, H. (2018). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *SSRN Electronic Journal*, 5(2), 18–27. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205035>
- Ulfiana, H., Safrina, D. P., Alfaini, N. S., & Mubarok, M. S. (2024). Respon Mahasiswa Sebagai Generasi Z Terhadap Penutupan Tiktok Shop. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 327–336. <https://doi.org/10.32500/jebe.v5i2.6134>
- van der Zee, E. N., Noordhuis, L. M., Epker, J. L., van Leeuwen, N., Wijnhoven, B. P. L., Benoit, D. D., Bakker, J., & Kompanje, E. J. O. (2021). Assessment of mortality and performance status in critically ill cancer patients: A retrospective cohort study. *PLoS ONE*, 16(6 June 2021), 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252771>
- Weriframayeni, A., & Kurnia, Y. (2024). Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Berbelanja Dikalangan Mahasiswa. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7230–7246.