

PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI ASERTIF DALAM RUMAH TANGGA (Survey Pada Followers Akun @Our.Anhouse)

Delviana Putri¹, Ari Suseno², Alamsyah³
delvianaptr321@gmail.com¹, arisen23@unis.ac.id², alamsyah@unis.ac.id³
Universitas Islam Syekh-Yusuf

ABSTRAK

Di era digital yang semakin pesat menjadikan TikTok sebagai salah satu platform hiburan dengan pengguna terbanyak, Konten yang ditampilkan pada platform tersebut sangat beragam, mulai dari informasi, edukasi, hiburan, berniaga, dan masih banyak lagi. Misalnya pada akun TikTok @our.anhouse, karakteristik yang dimiliki pada setiap kontennya banyak menampilkan dan memperagakan ciri-ciri dari gaya komunikasi asertif yang dibuat oleh kreatornya. Sehingga menjadikan akun TikTok @our.anhouse sebagai salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi dan juga edukasi terkait terbentuknya rumah tangga yang ideal dan harmonis. Penelitian berfokus hanya pada menjelaskan pengaruh konten TikTok terhadap gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga followersnya. Adapun teori yang akan diuji pada penelitian ini adalah, teori uses and gratification dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif inferensial. Objek yang diambil adalah followers dari akun TikTok @our.anhouse, menggunakan Teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling yang berjumlah 100 responden, serta positivisme sebagai paradigma penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Konten TikTok @our.anhouse berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga followersnya sebesar 15.5%.

Kata Kunci: Konten Tiktok, Gaya Komunikasi Asertif, Rumah Tangga.

PENDAHULUAN

Eksistensi media digital saat ini ditandai dengan majunya cara berpikir manusia dalam memperoleh, mengakses, serta memenuhi kebutuhan informasinya dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat menjadi sinyal, bahwa pada abad ini kemajuan teknologi semakin pesat baik di bidang teknologi informasi maupun komunikasi, yang berakibat banyak mempengaruhi manusia dalam berpikir, berinteraksi, dan bertindak laku. Dari banyaknya perkembangan teknologi ini, sehingga memudahkan manusia saat beraktivitas sehari-hari dalam memenuhi dan menyampaikan informasi dengan real time.

Kemunculan media digital banyak mendorong perubahan serta terobosan-terobosan baru bagi pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan secara menyeluruh. Dengan pertumbuhan media digital yang pesat, merepresentasikan bahwa penggunaan internet pun akan terus mengalami peningkatan karena keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat modern. Sebab, media digital hanya dapat diakses melalui internet. Berdasarkan hasil survey penetrasi internet Indonesia 2024 yang dinyatakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka terdapat peningkatan sebanyak 1,4%.

Media sosial merupakan wadah bagi orang-orang saling berbagi informasi, pengetahuan, pengalaman serta pikiran tanpa harus bertatap muka. Fenomena media sosial ini telah banyak mengubah berbagai aspek, termasuk pada tatanan komunikasi secara menyeluruh, TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling sering dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, terutama pada generasi Milenial, generasi Z, dan juga generasi Alpha. Aplikasi asal China ini dimiliki oleh seorang pengusaha muda bernama Zhang Yi Ming pada September 2016.

TikTok hadir dengan banyak memberikan pengalaman baru, serta fitur-fitur canggih yang media sosial lain belum tentu memiliki. Hal tersebutlah yang semakin menarik perhatian pengguna dari berbagai dunia, dan lapisan usia. Berdasarkan data yang diperoleh per-Juli 2024, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta, melampaui Amerika Serikat yang memiliki 120,5 juta pengguna. Hal ini dapat menjadi bukti, bahwa Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia.

Seiring dengan berkembangnya media sosial yang juga dapat terus mempengaruhi tatanan komunikasi, aplikasi TikTok bisa berpengaruh dalam membentuk gaya komunikasi individu terhadap lingkungannya. Pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Komunikasi merupakan dasar dari semua kegiatan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memenuhi segala kebutuhannya, manusia melakukan komunikasi sebagai media dalam menyampaikan terkait apa yang dirasakan, diinginkan, serta apa yang dipikirkan kepada orang lain, dengan tetap menghargai hak-hak serta perasaan orang lain adalah salah satu tujuan komunikasi (Qonita 2022).

Media sosial kini dapat menjadi sumber informasi paling cepat, dan dekat bagi setiap individu dalam menyoroti isu-isu kritis yang terjadi baik di dunia maya, maupun di sekitar. Kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) bukan hal yang baru, namun permasalahan ini tetap menjadi isu serius yang mengkhawatirkan, terlebih di era saat ini di mana generasi muda jauh lebih sadar akan pentingnya keluarga yang harmonis, penerapan gaya komunikasi yang efektif dan efisien pada setiap interaksinya, serta kesehatan mental dalam lingkup rumah tangga. Berdasarkan studi pada tahun 2014 oleh Oyekale, kekerasan dalam rumah tangga sudah mendapat perhatian dari masyarakat Indonesia dan juga Internasional, KDRT dapat meliputi berbagai bentuk kekerasan, mulai dari fisik, psikologis, dan seksual, sesuai dengan UU No. 23 Tahun 2004 (Dharmasetya, Bronson, and Mubarok 2024).

Hal inilah yang membuat akun TikTok @our.anhouse memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi sejak 2021, konten yang berfokus pada kehidupan sehari-hari, dan interaksi yang terjadi pada rumah tangga. Akun @our.anhouse saat ini memiliki jumlah followers 786,7 ribu dengan konten yang ditampilkan banyak memperlihatkan pola gaya komunikasi asertif pada setiap interaksinya. Dalam artian, gaya komunikasi asertif ini melibatkan kemampuan untuk menyampaikan pikiran dan perasaan dengan tepat dan jujur, gaya komunikasi asertif ini merupakan keterampilan penting dalam membentuk rumah tangga yang ideal ataupun menciptakan suasana yang harmonis. Konten TikTok @our.anhouse yang menampilkan keseimbangan peran dalam rumah tangga, serta komunikasi terbuka dapat menjadi contoh langsung bagaimana gaya komunikasi asertif dapat dipraktikkan dan dipelajari oleh pengguna TikTok, terkhusus pada pengikutnya.

Menurut Irsyad menjadi asertif bukanlah sesuatu hal yang mudah, seseorang dituntut untuk jujur terhadap diri sendiri serta dalam mengekspresikan perasaan, pendapat dan kebutuhan secara proporsional, tanpa ada maksud untuk memanipulasi, memanfaatkan ataupun merugikan orang lain. Saat ini, menjaga sikap positif dalam berkomunikasi merupakan faktor penting yang menjadi perhatian bagi siapapun yang ingin terjadinya komunikasi yang efektif, efisien, dan tentunya mendapat feedback yang sesuai dengan ekspektasi masing-masing tanpa ada miskomunikasi.

Dalam konteks ini, Tiktok memiliki peran sebagai media sosial yang paling mudah dalam mengakses dan menyebarkan informasi, untuk meningkatkan kesadaran dan mencegah tindakan-tindakan yang berkaitan dengan KDRT kepada masyarakat. Tiktok dapat menjadi kunci dalam mengurangi kasus KDRT dan mengedukasi masyarakat berkaitan dengan pembentukan kehidupan rumah tangga yang ideal dan harmonis. Dalam kehidupan berumah tangga, konflik dan masalah merupakan hal yang dapat dimengerti

mengingat terdapat perbedaan kepribadian, kebiasaan, cara berpikir, dan juga ekspektasi di antara pasangan suami, istri ataupun anak. Jika konflik dan masalah tersebut tidak diatasi dengan kecerdasan emosional yang baik, komunikasi yang jujur serta terbuka, konflik dan masalah akan semakin membesar dan mengakibatkan dampak pada hubungan. Penerapan gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga menjadi penting untuk mengatasi masalah-masalah ini, dimana pada implementasinya diperlukan kesabaran, keterbukaan, dan komitmen untuk menyelesaikan masalah dan konflik tersebut, sehingga dapat dapat menjaga hubungan keluarga yang harmonis dan terciptanya interaksi yang ideal dalam setiap komunikasinya.

Dengan media sosial TikTok, informasi terkait menciptakan suasana keluarga harmonis dan rumah tangga ideal dapat disampaikan melalui berbagai konten yang kreatif, sehingga masyarakat atau creator content dapat berpartisipasi secara aktif dalam memanfaatkan TikTok untuk mengedukasi serta memberikan informasi kepada masyarakat atau pengguna TikTok, dalam membangun kesadaran akan pentingnya penerapan komunikasi asertif dalam membentuk rumah tangga yang ideal.

Dengan adanya pengaruh media sosial, khususnya konten TikTok pada akun @our.anhouse, fenomena komunikasi asertif di Indonesia semakin mencuat, terutama di kalangan generasi muda yang mulai lebih terbuka dalam mengekspresikan pendapat, kebutuhan, dan batasan pribadi secara tegas, namun tetap dengan menghargai orang lain. Latar belakang ini menjadi penting untuk memahami bagaimana konten TikTok dapat berkontribusi dalam membentuk pola komunikasi rumah tangga yang lebih efektif. Melalui pendekatan konten yang dibuat @our.anhouse, gaya komunikasi asertif dapat menjadi alternatif dalam membentuk keluarga yang lebih harmonis, positif, dan produktif.

Dalam penelitian ini, tingkat pengaruh konten TikTok terhadap gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga yang akan diteliti, peneliti merasa tertarik meneliti ini karena berdasarkan hasil observasi dari fenomena yang terjadi, terdapat urgensi yang mestinya dibangun dan dibentuk yakni terkait kesadaran pada penerapan gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan tujuan untuk menggambarkan suatu keadaan sebagaimana adanya dan menafsirkan objek sesuai dengan fenomena yang terjadi, atau terkait variabel-variabel yang dapat dijabarkan dengan angka maupun kata-kata (Zellatiffanny and Mudjiyanto 2018). Penelitian ini dalam mengumpulkan datanya menggunakan kuesioner dan observasi. Dalam menentukan instrumen penelitian digunakannya Teknik purposive sampling dengan jumlah instrumen yang didapat adalah 100 responden yang berasal dari followers akun TikTok @our.anhouse. Adapun paradigma pada penelitian ini menggunakan positivisme karena berfokus pada observasi dan motivasi dalam memahami perilaku manusia. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan SPSS 27, dengan menguji Validitas, Reliabilitas, Normalitas, Heteroskedastisitas, Regresi Linear Sederhana, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden followers akun TikTok @our.anhouse, diperoleh data analisis untuk mengetahui hasil uji penelitian dengan menguji Validitas, Reliabilitas, Normalitas, Heteroskedastisitas, Regresi Linear Sederhana, Uji T, dan Koefisien Determinasi sebagai berikut:

Uji Validitas

Dalam menguji validitas menurut Pane (2017), dipergunakan untuk menaksir kesesuaian dari masing-masing pernyataan yang ada pada kuesioner, dan dari pernyataan tersebut dapat menjelaskan setiap variabel yang ada. Dari hasil pernyataan yang telah diuji (r hitung) selanjutnya akan dibandingkan dengan (r tabel) product moment tingkat signifikansi 5%. Jika r hitung > r tabel maka dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
Konten Tiktok (X)	KT 1	0.380	0.195	valid
	KT 2	0.585	0.195	valid
	KT 3	0.584	0.195	valid
	KT 4	0.599	0.195	valid
	KT 5	0.455	0.195	valid
	KT 6	0.389	0.195	valid
	KT 7	0.451	0.195	valid
	KT 8	0.486	0.195	valid
	KT 9	0.355	0.195	valid
	KT 10	0.442	0.195	valid
	KT 11	0.512	0.195	valid
	KT 12	0.558	0.195	valid
	KT 13	0.495	0.195	valid
	KT 14	0.511	0.195	valid
	KT 15	0.539	0.195	valid
	KT 16	0.547	0.195	valid
	KT 17	0.554	0.195	valid
Gaya Komunikasi Asertif (Y)	GKA1	0.545	0.195	valid
	GKA2	0.539	0.195	valid
	GKA3	0.464	0.195	valid
	GKA4	0.558	0.195	valid
	GKA5	0.559	0.195	valid
	GKA6	0.535	0.195	valid
	GKA7	0.427	0.195	valid
	GKA8	0.460	0.195	valid
	GKA9	0.354	0.195	valid
	GKA10	0.326	0.195	valid
	GKA11	0.500	0.195	valid
	GKA12	0.533	0.195	valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa 29 item/butir pernyataan yang mengukur variabel X dan Y penelitian jika dibandingkan dengan nilai r-tabel dinyatakan valid. Dengan diketahui bahwa nilai r-hitung terendah pada variabel Konten TikTok (X) adalah $0.355 > 0.195$ dari nilai r-tabel, dan r-hitung dari variabel Gaya Komunikasi Asertif (Y) adalah $0.326 > 0.195$ dari nilai r-tabel.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa 29 item/butir pernyataan yang mengukur variabel X dan Y penelitian jika dibandingkan dengan nilai r-tabel dinyatakan valid. Dengan diketahui bahwa nilai r-hitung terendah pada variabel Konten TikTok (X) adalah $0.810 > 0.195$ dari nilai r-tabel, dan r-hitung dari variabel Gaya Komunikasi Asertif (Y) adalah $0.700 > 0.195$ dari nilai r-tabel.

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Ket
Konten Tiktok	0.810	0.6	Reliabel
Gaya Komunikasi Asertif	0.700	0.6	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel yang mengukur item pernyataan dari variabel Konten TikTok (X) dengan 17 pernyataan, dan Gaya Komunikasi Asertif (Y) dengan 12 pernyataan, lebih besar dari 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Konten TikTok (X) dan Gaya Komunikasi Asertif (Y) dapat dipercaya (reliabel).

Uji Normalitas

Pada uji normalitas, peneliti menggunakan Teknik one-sample kolmogrov–smirnov test dengan ketentuan dalam mengambil keputusan pada uji ini adalah; jika hasil uji menunjukkan nilai signifikansi (sig.) > 0.05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika hasil signifikansi (sig.) menunjukkan nilai < 0.05 maka data berdistribusi tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.13427065
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.063
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai signifikansi pada kolom Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.200, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai pada Asymp. Sig > 0,05 hal ini berarti $0.200 > 0.05$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat bias atau tidak dalam sebuah analisis regresi. Adapun ketentuan untuk mengetahui adanya gejala heteroskedastisitas pada uji ini, peneliti memilih menggunakan cara uji Glejser dengan metode Weighted Least Square (Kuadrat Terkecil Tertimbang) untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas pada model regresi atau tidak, maka dari itu didapati hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.318	2.111		2.519	.013
	KT	-.052	.038	-.137	-1.368	.175

a. Dependent Variable: ABS_RES

Pada uji Glejser memiliki syarat signifikansi lebih dari 0.05 yang berarti bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji Glejser pada penelitian ini menunjukkan signifikansi dari variabel Konten TikTok (X) bernilai $0.175 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Pada analisis ini akan menjabarkan variabel masukan dan metode yang digunakan. Konten TikTok merupakan variabel masukan dari variabel independent dan pada variabel dependent yaitu gaya komunikasi asertif, adapun metode yang digunakan adalah metode entered. Selanjutnya, peneliti perlu untuk menelusuri nilai konstan (a) dan koefisien (b) dengan hasil sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.319	3.428		7.677	<.001
KT	.260	.061	.394	4.245	<.001

a. Dependent Variable: GKA

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil regresi bahwa konstan a bernilai 26.319, sedangkan nilai dari konten TikTok atau koefisien regresi yaitu 0.260. Berikut ini merupakan rumus yang digunakan dalam melakukan analisis regresi linear:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 26.319 + 0.260X$$

Dari nilai di atas, analisis regresi linear sederhana dapat diinterpretasikan, bahwa:

- Konstanta a bernilai positif dengan jumlah 26.319, berarti memperlihatkan pengaruh positif pada variabel Konten TikTok (X). Jika variabel Konten TikTok berpengaruh atau naik, maka variabel Gaya Komunikasi Asertif (Y) akan ikut naik.
- Koefisien regresi Konten TikTok (X) bernilai 0.260, dapat ditarik kesimpulan jika konten TikTok dinyatakan mengalami kenaikan setiap 1%, maka pada variabel gaya komunikasi asertif akan mengalami peningkatan sebesar 0.260 artinya memberikan pengaruh terhadap variabel Y.

Jika disimpulkan, nilai pada variabel konten TikTok (X) dapat dikatakan memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel gaya komunikasi asertif (Y). Selain itu, dapat dilihat pada bagian kolom Sig. variabel Konten TikTok memiliki nilai signifikansi sebesar 0.00. Dimana dalam pengambilan keputusan pada regresi linear sederhana apabila signifikansi < 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji T

Uji hipotesis atau uji T menjadi penting dalam penelitian ini guna mengetahui pengaruh yang dihasilkan oleh variabel konten TikTok (X) terhadap variabel gaya komunikasi asertif (Y).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.319	3.428		7.677	<.001
KT	.260	.061	.394	4.245	<.001

a. Dependent Variable: GKA

Pada tabel di atas menunjukkan hasil dari uji hipotesis atau uji t dengan nilai t-hitung pada konten TikTok sebesar 4.245 dan signifikansi dengan nilai 0.001. Adapun derajat kebebasan dengan rumus ($df = n - 2$) diperoleh hasil $df = 100 - 2 = 98$, yakni nilai t-tabel sebesar 0.1661. Jika disimpulkan t-hitung $4.245 > 0.1661$ t-tabel dengan nilai pada signifikansi yang diperoleh $0.001 < 0.05$, sehingga menghasilkan H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini berarti bahwa konten TikTok @our.anhouse mempengaruhi gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga followersnya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini bertujuan untuk mengukur besar pengaruh konten TikTok (X) terhadap gaya komunikasi asertif (Y). Adapun cara untuk mengetahui nilai koefisien determinansi dapat dilakukan dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang sudah ditentukan, kemudian dikalikan 100%. Diketahui:

$$R = r^2 \times 100\%$$

$$R = 394^2 \times 100\%$$

$$R = 0.155$$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 ^a	.155	.147	3.15022

a. Predictors: (Constant), KT

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, uji koefisien determinasi menunjukkan adanya korelasi atau hubungan (R) sebesar 0.394. Dari hasil tersebut kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.155 atau 15.5%, hal tersebut berarti bahwa pengaruh variabel bebas (konten TikTok) terhadap variabel terikat (gaya komunikasi asertif) bernilai 15.5%. Artinya, konten TikTok mempunyai pengaruh hanya sebesar 15.5% dalam mempengaruhi gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga followers akun @our.anhouse. Pembahasan

Penelitian ini berlandaskan pada teori uses and gratification dengan asumsi dasar bagaimana audiens berperan aktif dalam memilih, menentukan, dan menggunakan media dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Peneliti menguji 4 indikator pada variabel X dengan mengadopsi indikator dari konten TikTok yang dikemukakan oleh Rakhmat dalam penelitian Herliani Yuliarti (2024), di antaranya Frekuensi, Durasi, Isi Konten, dan Daya Tarik Kreator. Selain itu, pada indikator variabel gaya komunikasi asertif (Y), peneliti mengadopsi enam Teknik dalam komunikasi asertif yang dikemukakan oleh Doris Hulbert guna mengukur informasi pada konten TikTok @our.anhouse berkenaan dengan gaya komunikasi asertif, di antaranya; kemampuan mendengar, menyatakan harapan dengan jelas, memperhatikan, kompromi dan negosiasi, bersikap gigih dan sabar, serta kemampuan dalam memberikan kritik yang efektif dan membangun.

Setiap indikator variabel konten TikTok memiliki kontribusi yang berbeda dalam memberikan informasi berkaitan dengan gaya komunikasi asertif pada followers akun TikTok @our.anhouse. Misalnya, pada indikator frekuensi menunjukkan bahwa semakin sering followers akun @our.anhouse mengakses konten TikTok @our.anhouse, maka akan semakin tinggi pula pemahaman mereka terhadap penerapan komunikasi asertif dalam menciptakan suasana rumah tangga yang ideal. Adapun pada durasi konten, dinilai efektif dalam menyampaikan pesan yang secara ringkas sehingga mudah dipahami. Sementara itu, pada indikator isi konten dan daya Tarik creator memiliki peranan penting dalam menjaga fokus followers dalam menonton konten, serta memastikan pesan yang telah digambarkan dapat diterima secara emosional dan kognitif.

Pada penelitian ini, konten TikTok @our.anhouse sebagai objek penelitian dengan jumlah followers 786.7 ribu (diakses pada 28 Februari 2025, pukul 15:20), merupakan content creator yang memiliki konsep konten yang dibuat bertemakan kehidupan rumah tangga yang ideal, dengan interaksi yang terjadi di setiap kontennya mencerminkan gaya komunikasi asertif. Konten milik @our.anhouse mulai banyak dikenal oleh pengguna TikTok pada akhir tahun 2023, bersamaan dengan naiknya angka kasus kekerasan dalam rumah tangga, perselingkuhan, dan persoalan lainnya yang berkaitan dengan kehidupan rumah tangga di media sosial terkhusus TikTok.

Dengan meningkatnya kasus tersebut hingga terus menjadi perbincangan pengguna TikTok setiap harinya, mengakibatkan munculnya sebuah tagar Married is Scary di platform TikTok, sebagai bentuk ketakutan pengguna TikTok terhadap informasi yang beredar berkaitan dengan konflik dalam kehidupan rumah tangga. Hal ini dapat menjadi tanda, bahwa saat ini kebanyakan pengguna TikTok mulai menyadari pentingnya informasi terkait edukasi dalam membangun rumah tangga yang ideal dan juga terciptanya suasana yang harmonis, salah satunya melalui konten-konten yang sudah akun @our.anhouse buat di

platform tersebut.

Melalui hasil analisis data yang telah dilakukan, didapati bahwasanya mayoritas followers akun @our.anhouse memilih sangat setuju dan setuju, bahwa konten yang diunggah oleh @our.anhouse memberikan gambaran informasi yang relevan dengan kebutuhan pengguna, dapat dilihat dari seberapa sering pengguna menonton dan juga pernah memberikan like serta komentar pada konten yang sebelumnya telah diunggah. Hal tersebut sejalan dengan asumsi dasar teori uses and gratification, bahwa pengguna media secara aktif memilih media mana yang digunakan untuk memenuhi motif ataupun kebutuhannya. Dalam penelitian ini yang menjadi sebuah permasalahan adalah bagaimana konten TikTok @our.anhouse bisa mempengaruhi followersnya dalam menerapkan gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga.

Dari masing-masing indikator variabel yang telah diuji, selanjutnya diinterpretasikan dengan uji koefisien determinasi bernilai 0.155. Dengan demikian konten TikTok berpengaruh terhadap gaya komunikasi asertif sebesar 15.5%, dan sisanya 84.5% dapat diindikasikan dipengaruhi faktor dan variabel lain yang tidak termasuk ke dalam variabel penelitian ini. Faktor ataupun variabel tersebut yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini, dapat mencakup pengalaman hidup, tingkat Pendidikan, lingkungan sosial, dan motif lainnya yang dapat mempengaruhi.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang berlandaskan pada item pernyataan dari masing-masing indikator pada variabel penelitian, serta kaitannya dengan teori uses and gratification, menunjukkan bahwa variabel konten TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap gaya komunikasi asertif. Adanya pengaruh yang signifikan ini menandakan bahwa daya Tarik creator pada konten TikTok yang dibuat oleh akun @our.anhouse terkonsep dengan menarik. Baik pesan maupun interaksi yang divisualisasikan pada isi konten @our.anhouse dapat tersampaikan dengan baik, dan manfaat dari konten TikTok terhadap gaya komunikasi asertif yang ditunjukkan memiliki potensi besar untuk dapat diterapkan oleh followersnya. Artinya, audiens dalam hal ini adalah followers menggunakan media sosial TikTok untuk menonton konten @our.anhouse karena memiliki motif tertentu, guna memenuhi kebutuhan informasi berkaitan dengan penerapan komunikasi asertif dalam rumah tangga, hal tersebut selaras dengan asumsi dari uses and gratification theory.

Dalam konteks ini berkaitan dengan indikator variabel yang diadopsi dari enam Teknik komunikasi asertif untuk menguatkan hasil penelitian yang, konten TikTok berperan penting sebagai media sosial yang paling mudah diakses, dan digunakan untuk menyebarkan informasi berkaitan dengan edukasi PraNikah, serta meningkatkan kesadaran baik individu maupun pasangan dalam mencegah tindakan-tindakan yang berkaitan dengan KDRT, miss communication dan konflik lainnya. Followers pada akun TikTok @our.anhouse mulai menyadari pentingnya penerapan gaya komunikasi asertif meliputi keterbukaan, empati, dukungan, kesetaraan dan rasa positif yang seharusnya tertanam dalam diri setiap individu, dimana aspek tersebut dapat dipengaruhi oleh adanya motif dan juga kebutuhan.

Hal tersebut menjadi tanda bahwa followers akun @our.anhouse secara sadar memilih dan menggunakan media TikTok untuk mengikuti serta menyaksikan konten yang diunggah @our.anhouse, karena pada kontennya dinilai mampu memberikan jawaban atas motif dan kebutuhan personal mereka dalam membentuk komunikasi yang efektif, dan interaksi yang ideal dalam kehidupan rumah tangga. Meskipun nilai pengaruh konten TikTok terhadap gaya komunikasi asertif secara statistik hanya 15.5%, konten TikTok tetap menjadi penting karena berkontribusi terhadap gaya komunikasi asertif.

Maka, hipotesis yang diusulkan yakni “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan konten TikTok @our.anhouse terhadap gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga pada

followersnya.” dapat diterima. Selanjutnya hasil dari penelitian ini sesuai dan mendukung dengan hasil penelitian yang telah diperoleh Herlina Yuliarti, “Pengaruh Konten Positif Media Sosial Tiktok Terhadap Peningkatan Self Healing (Survei akun @aldila.ap)”, tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dalam akun TikTok @aldila.aap terhadap peningkatan self healing. Dari pemaparan pada pembahasan di atas, dapat sebagai petunjuk bahwa konten yang informatif, edukatif dan komunikatif layaknya konten @our.anhouse memiliki potensi yang besar dalam membentuk pemahaman terkait gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah diuraikan di atas terkait dengan “Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Asertif Dalam Rumah Tangga (Survey pada Akun @our.anhouse)” menghasilkan, bahwa konten Tiktok @our.anhouse memiliki pengaruh namun rendah terhadap gaya komunikasi asertif dalam rumah tangga, survey pada followers akun @our.anhouse. Meskipun nilai pengaruh konten Tiktok terhadap gaya komunikasi asertif secara statistik hanya 15.5%, konten Tiktok tetap berperan penting karena telah berkontribusi terhadap gaya komunikasi asertif. Meskipun media bukan merupakan satu-satunya faktor penentu, akan tetapi dapat menjadi salah satu instrument penting dalam memenuhi kebutuhan dan motif lainnya dari pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaresta, Farras. Mohammad Nuh. 2023. “Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Membersihkan Lingkungan.” *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 3(2): 2024–2133.
- April Laksana Et Al. 2024. “Peran Komunikasi Asertif Dalam Hubungan Kerja Yang Positif Dan Produktif.” *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi* 1(6): 60–67.
- Dainton. Marianne, Elaine D. Zelley. 2019. Sage Publications, Inc. *Appllyng Communication Theory For Professional Life (A Practical Introduction)*. Fourth Edi. Ed. Erik Helton. Los Angeles.
- Damayanti, Alfira, Isniyunisafna Diah Delima, And Ari Suseno. 2023. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Rumahkimkotatangerang).” *Jurnal Pikma : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 6(1): 173–90.
- Dewi, Yuli Angga Putu. 2019. “Hubungan Gaya Komunikasi Guru Terhadap Tingkat Keefektifan Proses Pembelajaran.” *Purwadita: Jurnal Agama Dan Budaya* 3(2): 71–78. [Http://Jurnal.Stahmpukuturan.Ac.Id/Index.Php/Purwadita](http://Jurnal.Stahmpukuturan.Ac.Id/Index.Php/Purwadita).
- Dharmasetya, Lani, Charles Bronson, And Ibnu Mubarak. 2024. “Analisis Fungsi Kampanye Daring Sebagai Sarana Pendidikan Dan Gerakan Sosial Dalam Menciptakan Kepekaan Dan Respon Terhadap Kekerasan Dalam Rumah Tangga.” *Jurnal Ilmiah Hukum* 1(1): 28–33. [Https://Jurnallppm.Iblam.Ac.Id/Index.Php/Decisio/Index](https://Jurnallppm.Iblam.Ac.Id/Index.Php/Decisio/Index).
- Eryc, Eryc, And Universitas Internasional Batam. 2022. “The Impact Of Tik-Tok Use On Self-Expression By Generation-Z Users The Impact Of Tik-Tok Use On Self-Expression By Generation-Z Users.” (November).
- Fenansa, Sinatrya Reyhan, And Nurhadi. 2020. “Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi Asertif Pimpinan Terhadap Konflik Peran Di Cv. Soledad And The Sisters Company Surabaya.” *Jurnal Bisnis Indonesia* 11(2): 42–55. [Http://Ejournal.Upnjatim.Ac.Id/Index.Php/Jbi/Article/View/2290%0ahttp://Ejournal.Upnjati m.Ac.Id/Index.Php/Jbi/Article/Viewfile/2290/1666](http://Ejournal.Upnjatim.Ac.Id/Index.Php/Jbi/Article/View/2290%0ahttp://Ejournal.Upnjati m.Ac.Id/Index.Php/Jbi/Article/Viewfile/2290/1666).
- Fiddler, Roger. 2003. “Mediamorfosis: Memahami Media Baru.” : 5–8.
- Hermanto, Agus, And Ihda Shofiyatun Nisa’. 2024. “Ekologi Rumah Tangga Harmonis: Konsep Mubadalah Sebagai Kunci Utama.” *The Indonesian Journal Of Islamic Law And Civil Law*

- 5(1): 92–108. <https://Ejournal.Iainutuban.Ac.Id/Index.Php/Jaksya/Article/View/734>.
- Hidayatullah, Anwar. 2023. “Komunikasi Asertif Pengurus Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Santri Pondok Pesantren Darussalam Mekar Agung Kebonsari Madiun.” *Electronis Theses: Institut Agama Islam Ponorogo* 13(1): 104–16.
- Janice, Margaretha Purwanti, And Aireen Rhammy Kinara Aisyah. 2024. “Differences In Assertive Communication Of Young Adults With Four Different Types Of Parenting In Jabodetabek.” *Manasa* 12(2). <https://Ejournal.Atmajaya.Ac.Id/Index.Php/Manasa/Article/View/4744>.
- Jaya, Dadang. 2024. “Problematika Pernikahan Dan Keluarga.” *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 34(1): 62–73. <https://Ejournal.Inkhas.Ac.Id/Index.Php/Attadbir/Article/View/257>.
- Kustiawan, Winda Et Al. 2022. “Komunikasi Massa.” *Journal Analytica Islamica* 11(1): 134.
- Littlejohn, Stephen, W., Karen A.Foss, And John G. Oetzel. 2017. 53 Waveland Press, Inc. *Theories Of Human Communication Eleventh Edition*.
- Luik, Jandy. 2020. *Ilmu Komunikasi Media Baru Sebuah Pengantar*. http://Repository.Petra.Ac.Id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825.
- Mahardhika, Sunggiale Vina, Iqlima Nurjannah, Isnaini Ila Ma’una, And Zahrotun Islamiyah. 2021. “Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.” *Sosearch : Social Science Educational Research* 2(1): 40–53.
- Pratama, Andromeda Gilang, And Mohammad Nuh. 2024. “Pengaruh Konten Tiktok @Backpackertampilan Terhadap Minat Traveling Generasi Milenial.” *Ahkam* 3(1): 401–14.
- Pungky, Purwaningtyastuti, Anna Dian Savitri, And Kimmy Katkar. 2023. “Peningkatan Komunikasi Asertif Sebagai Upaya Mencegah Kesalahpahaman Dalam Komunikasi Bagi Ibu-Ibu Pkk.” *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6(3): 504.
- Purwanza, Sena Wahyu, Et Al. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Qonita, Nyimas Nurjihan. 2022. “Buku Ilustrasi Komunikasi Asertif Sebagai Media Edukasi.” *06(01): 1–10*.
- Raka, Muhammad, Koesworo Setiawan, And Sukarelawati. 2023. “Pengaruh Gaya Komunikasi Asertif Direktur Perumda Tirta Pakuan Bogor Terhadap Kinerja Kayawan.” *Karimah Tauhid* 2(6): 2738–46. <https://Ojs.Unida.Ac.Id/Karimahtauhid/Article/View/10878>.
- Settle, Quisto. 2018. *102 Journal Of Applied Communications Introducing Communication Theory: Analysis And Application*.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sutopo, Yeri. Achmad Slamet. 2017. *Statistika Inferensial*. 1st Ed. Ed. Giovanny. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Trianita. Yanti, Ahmad Nasher, Marina. 2022. “Pengaruh Konten Tiktok Dr. Yessica Tania (@Dr.Ziee) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 12: 54–65*.
- Turnip, Ezra Yora, And Chontina Siahaan. 2021. “Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital.” *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 3(4): 1–8. <https://Www.Jurnalintelektiva.Com/Index.Php/Jurnal/Article/View/659>.
- Vira, Aulia, Tayo Yanti, And Nayiroh Luluatu. 2022. “Pengaruh Konten Video Tiktok @Aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa.” *Media Bina Ilmiah* 16(11): 7823. <https://Binapatria.Id/Index.Php/Mbi>.
- Widyastuti, Tri. 2017. “Pengaruh Komunikasi Asertif Terhadap Pengelolaan Konflik.” *Widya Cipta Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 1(1): 1–7.
- Yuliarti, Herlina, Lina Wati, And Sri Murdilah Fornawati. 2024. “Pengaruh Konten Positif Media Sosial Tiktok Terhadap Peningkatan Self Healing (Survei Pada Akun @Aldila.Aap).” *Da’watuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting* 4(6): 2048–57.
- Zellatifanny, Cut Medika, And Bambang Mudjiyanto. 2018. “Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi.” *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1(2): 83–90.