

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA ANGKATAN 2020**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

OLEH:

Jihan Hana Nasution

NIM: 0101202053



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**

2025

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA
UTARA ANGKATAN 2020**

Oleh:

Jihan Hana Nasution

NIM: 0101202053

Dapat disetujui dan disahkan untuk diujikan pada sidang Munaqosyah Skripsi
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada prodi Komunikasi dan
Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan

Medan, 27 September 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hasrat efendi Samosir, MA

NIDN: 2012117303

Andini Nur Bahri, M.Kom.I

NIDN: 2013068703



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jalan Willem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371 Telepon 6615683-6622925 Faximile 6615683
Situs: www.fdk.uinsu.ac.id, Email: fdk@uinsu.ac.id

SURAT PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Angkatan 2020, A.n Jihan Hana Nasution, NIM 0101202053, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah diujikan dalam sidang Munaqasyah skripsi program Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 16 Januari 2025, dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Medan, 16 Januari 2025
Panitia Sidang Munaqasah Skripsi
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sumatera Utara Medan

Ketua

Dr. Irma Yusriani Simamora, MA
NIDN. 2004127501

Sekretaris

Dika Sahputra, M.Pd
NIDN. 0108049001

Anggota Penguji

1. **Dr. Nurhanifah, M.A**
NIDN. 2022077501
2. **Tengku Walisyah, M.A**
NIDN.2001068403
3. **Dr. Hasrat Efendi Samosir, M.A**
NIDN. 2012117303
4. **Andini Nur Bahri, M.Kom.I**
NIDN. 2013068703

Tanda Tangan

1.
2.
3.
4.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sumatera Utara

Prof. Dr. Hasan Sazali, M.Ag
NIDN. 2022027604

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Hana Nasution

NIM : 0101202053

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam universitas Islam Negeri Sumatera Utara Angkatan 2020

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang semuanya sudah saya jelaskan sumbernya, apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Medan, 10 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Jihan Hana Nasution

Nim. 0101202053

ABSTRAK

Nama : Jihan Hana Nasution
Nim : 0101202053
Fak/Program Studi : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pembimbing I : Dr. Hasrat Efendi Samosir, MA
Pembimbing II : Andini Nur Bahri, M.Kom.I
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Angkatan 2020

TikTok merupakan sebuah media audio visual yang dapat menyebar luaskan berbagai kreatifitas dan keunikan dari penggunanya. Aplikasi TikTok memiliki dampak yang positif dan negatif bagi perilaku penggunanya khususnya terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan gaya hidup atau perilaku individu yang senang dalam hal membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa KPI UIN Sumatera Utara angkatan 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan tipe penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa KPI UIN Sumatera Utara angkatan 2020 yang berjumlah 108 orang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 responden dengan tingkat kesalahannya 5%. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji Normalitas, uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi dan uji korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa KPI UIN SU dengan tingkat hubungan korelasi bersifat cukup kuat dan searah di taraf 0,561 sehingga terdapat hubungan yang cukup kuat dan positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $6,172 >$ dari t tabel sebesar 1,663 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ maka terdapat hubungan yang signifikan.

Kata Kunci: Media Sosial, TikTok, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, karena berkat rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan sebagaimana yang diharapkan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah memberi petunjuk jalan kebenaran.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Angkatan 2020”. Diajukan sebagai tugas akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis sangat menyadari banyak kendala yang dihadapi, namun berkat kerja yang maksimal dan bantuan serta doa dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat juga diselesaikan. Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus dan mendalam pertama sekali kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Alm. Syamaruddin Syah Nasution dan ibunda Almh. Wiwid Purwanti Tiar Ningsih S.pd. Yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan kasih sayang, selalu mendokan dan memberikan dukungan baik moril ataupun materil, semoga ini menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahalanya untuk ayah dan bunda. Juga kepada Kakak-kakak tersayang Dinda Luthfiah Nabila Nasution, S.KM Dan Liza Khanafathy Nasution, S.Pd, yang selalu ada dan telah memberikan semangat kepada saya untuk penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada Nenek saya Hj. Suparmi yang telah merawat dan menjaga saya dari kecil, Mudah-mudahan Allah membalaskan kebaikan mereka dengan berlipat ganda dan dimudahkan segala urusannya.

Begitu juga kepada semua pihak, baik perorangan maupun lembaga yang ikut berjasa dalam proses penyelesaian studi saya ini. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag selaku Rektor yang telah menerima penulis untuk menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Prof. Dr. Hasan Sazali, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk belajar dan menggali ilmu sekaligus menyelesaikan pendidikan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Dr. Hasrat Efendi Samosir, MA, selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan kontribusi kepada penulis dalam rangka penyelesaian skripsi ini berupa masukan, arahan, dan sebagainya. Mudah-mudahan segala masukan yang telah diberikan menjadi amal dan dapat bermanfaat dalam rangka pengembangan wawasan keilmuan.
4. Ibu Andini Nur Bahri, M.Kom.I, selaku pembimbing II yang telah banyak memotivasi dan membimbing penulis dalam proses penyelesaian studi dan skripsi ini. Mudah-mudahan hal tersebut menjadi amal jariyah dan diberi pahala oleh Allah dengan berlipat ganda.
5. Ibu Dr. Irma Yusriani Simamora, MA dan Bapak Dika Sahputra M.Pd selaku ketua dan sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, yang telah membantu dan memberikan pelayanan di prodi, dalam proses penyelesaian studi ini
6. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, yang telah mencurahkan ilmunya sehingga penulis mendapat bekal dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh staf dan pegawai di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yang telah banyak membantu dan memberikan pelayanan administrasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
8. Seluruh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sumatera Utara angkatan 2020 yang bersedia menjadi responden dan telah meluangkan

waktunya dalam mengisi kuesioner. Mudah-mudahan hal tersebut menjadi amal kebajikan dan diberi pahala oleh Allah dengan berlipat ganda.

9. Rekan-rekan seperjuangan Kuantitatif yaitu Azzahra Putri Hermaya dan Ainil Husnah, yang selalu memberikan support satu sama lain dan selalu membantu dan saling mengajari sampai selesai.
10. Teman-teman terdekat saya yaitu Faza Rusyda Hudiya dan Sri Rahayu Ningsih yang selalu menemani hari-hari saya, memberikan semangat, serta siap menjadi pendengar yang baik.
11. Sahabat-sahabat saya Manusia-manusia Kuat yaitu Nadya Aulia Ningrum, Ainil Husnah, Lisa Ferina, Nurul Hidayat, Siti Novi Astri Syahputri, Mi'raj Dini Oktika dan Tifani Liusnimun, yang telah memberikan dukungan dan semangat sampai bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi.
12. Ciwi-ciwi KPI-B yang selalu kompak dari awal perkuliahan sampai akhir selalu memberi support dan semangat yaitu Azzahra Putri Hermaya, Dayana Agustina, Fatimah Zahra, Putri Aulia Andita, Salsa Billa, dan Nurul Maisya.
13. Teman-teman seperjuangan KPI-B angkatan 2020 terima kasih atas kebersamaannya selama kurang lebih 4 tahun dan selalu baik serta memberikan semangat dalam penulisan.
14. Teristimewa kepada Rahman Asro Bil'ibad, laki-laki yang siap direpotkan untuk menemani bimbingan, memberikan dorongan, membantu serta tidak pernah bosan memberikan semangat, motivasi selama pengerjaan skripsi ini dan selalu menemani saya dalam setiap kondisi apapun. Serta menjadi pendengar untuk segala keluhan saya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, karena itu penulis sangat mengharapkan masukan dan kontribusi yang konstruktif demi kesempurnaannya.

Medan, 04 Oktober 2024

Jihan Hana Nasution
Nim. 01012020353

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Batasan Istilah	6
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KONSEP	10
A. Teori yang Relevan	10
B. Kerangka Konsep.....	14
C. Penelitian Terdahulu.....	32
D. Konseptualisasi dan Operasional Variabel Penelitian.....	36
a. Pengguna Aplikasi TikTok (X).....	36
b. Perilaku konsumtif Mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU Angkatan 2020 (Y).....	36
E. Kerangka Pikir	41
F. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	42
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
F. Teknik Analisis Data	45
G. Uji Regresi linier Sederhana	47
H. Uji Hipotesis	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
B. Karateristis Data Responden	53
C. Karakteristik Data variabel	54
a. Karakteristik Variabel X Mengenai Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Mahasiswa KPI UIN SU 2020	54
b. Karakteristis Variabel (Y) Mengenai Perilaku Konsumtif Mahasiswa KPI UIN SU 2020	62
D. Hasil Uji Data	71
a. Uji validitas penggunaan TikTok (X) dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa KPI UINSU 2020 (Y)	71
b. Hasil Uji Reliabilitas	72
c. Hasil Uji Normalitas	73
d. Hasil Uji Korelasi	74
e. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	75
f. Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
g. Hasil Uji Hipotesis	76
E. Pembahasan	77
a. Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok dikalangan Mahasiswa	77
b. Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa	78
c. Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	79
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN I	87
LAMPIRAN II	92
LAMPIRAN III	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 logo TikTok.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	54
Gambar 4. 2 Diagram Indikator Variabel (X) Mencari Tahu Durasi Penggunaan TikTok.....	55
Gambar 4. 3 Diagram Indikator Variabel (X) Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Satu Hari	55
Gambar 4. 4 Diagram Indikator Variabel (X) Tujuan Menggunakan Aplikasi Tiktok Untuk Pendidikan	56
Gambar 4. 5 diagram mengakses TikTik dimanapun dan kapan pun.....	57
Gambar 4. 6 diagram Menggunakan aplikasi TikTok karena dapat terhibur	58
Gambar 4. 7 diagram mengakses aplikasi TikTok menggunakan kuota pribadi..	58
Gambar 4. 8 diagram mengakses aplikasai TikTok menggunakan wifi.....	59
Gambar 4. 9 diagram lebih sering menggunakan aplikasi TikTok dari pada aplikasi lainnya	60
Gambar 4. 10 diagram suka bertukar informasi melalui TikTok.....	61
Gambar 4. 11 diagram informasi yang tersaji di TikTok menjadi perubahan perilaku	61
Gambar 4. 12 diagram membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan	62
Gambar 4. 13 diagram membeli produk (ketika diskon) lebih banyak dari biasanya meskipun tidak membutuhkannya	63
Gambar 4. 14 diagram membeli produk jika ada potongan harga yang diberikan	64
Gambar 4. 15 diagram membeli produk karne kemasannya yang menarik meskipun fungsinya kurang diperlukan	64
Gambar 4. 16 diagram pernah membeli berbagai jenis produk atau barang hanya karena ada unsur favorit didalamnya (warna favorit, meek favorit dan lainnya) meskipun belum tentu dipakai.....	65
Gambar 4. 17 diagram membeli produk atau barang yang mahal hanya untuk menjaga gengsi dan penampilan	66

Gambar 4. 18 diagram membeli produk dengan harga yang mahal karena melihat kualitas dari produk tersebut.....	67
Gambar 4. 19 diagram cenderung untuk membeli barang yang banyak digunakan oleh kalangan menengah ke atas untuk menunjukkan status sosial.....	67
Gambar 4. 20 diagram pernah membeli produk atau barang karena iklan yang lewat di TikTok	68
Gambar 4. 21 diagram pernah membeli produk atau barang yang dipromosikan oleh artis atau seseorang terkenal di TikTok.....	69
Gambar 4. 22 diagram memiliki produk dengan harga mahal dapat memberikan kepuasan dan rasa percaya diri	70
Gambar 4. 23 diagram pernah membeli produk atau barang sejenis dengan merek berbeda dalam waktu yang sama	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 1 Data Mahasiswa KPI angkatan 2020.....	43
Tabel 3. 2 jawaban dan skor pengukur Skala Likert	46
Tabel 3. 3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	72
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 4 hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	73
Tabel 4. 5 Hasil Uji Korelasi	74
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Koefisien	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis	77

