



Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensitas Penggunaan Tiktok Pada Remaja Akhir

Roasina P. Sianturi^{1✉}, Hotpascaman²

Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nomensen, Indonesia

Email : RoasinaPSianturi@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui seberapa besar Hubungan kontrol diri dengan intensitas penggunaan tiktok pada remaja. Sesuai data yang dilansir dari badan pusat statistik kota Medan pada tahun 2020. total populasi remaja yang berusia 18-22 tahun adalah 398,266 jiwa dari jumlah populasi tersebut dapat dihitung sampelnya dengan rumus slovin. Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling. Oleh karena itu responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 198 orang remaja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dalam memperoleh data yaitu dengan menggunakan skala psikologi, untuk mengukur variabel dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala. Teknik analisis data merupakan suatu langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian dan juga menguji hipotesis yang telah ditentukan dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian. Penguji hipotesa dalam penelitian ini menggunakan metode kolerasi Pearson Product Moment. Hasil dari Uji Correlation menggunakan Pearson Product Moment diperoleh Sig (2-tailed) = 0.032 dimana jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka terdapat adanya hubungan yang signifikan, dimana hasil *mean* pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok sebesar 67,47 sedangkan hasil *mean* pada variabel Kontrol Diri sebesar 28,45.

Kata Kunci: *Kontrol Diri, Intensitas, Tiktok*

Abstract

This study aims to find out how big the relationship between self-control and the intensity of using tiktok in adolescents. According to data reported by the Central Statistics Agency for the city of Medan in 2020, the total population of adolescents aged 18-22 years is 398,266. Of this population, the sample can be calculated using the slovin formula. The sampling technique in this study was to use a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. Therefore, the respondents involved in this study were 198 teenagers. The data collection technique used in this study in obtaining data is by using a psychological scale, to measure the variables in this study the researcher uses a scale. Data analysis technique is a step used to answer the research problem formulation and also test the hypotheses that have been determined with the aim of getting conclusions from the research. The hypothesis testers in this study used the Pearson Product Moment correlation method. The results of the Correlation Test using Pearson Product Moment obtained Sig (2-tailed) = 0.032 where if the significance of (2-tailed) <0.05 then there is a significant relationship, where the mean result on the Intensity of Use of Tiktok variable is 67.47 while the results the mean on the Self Control variable is 28.45.

Keyword: *Self Control, Intensity, Tiktok*

PENDAHULUAN

Pada masa remaja seseorang mulai belajar mengenal dirinya, yang dimana seorang remaja mulai menunjukkan sisi dimana dia akan mengenal jati dirinya kemudian memiliki hak yang sama dengan orang dewasa. Remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah ikatan orang-orang yang lebih tua melainkan dalam tingkatan yang sama sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Utami, 2023). Masa remaja terjadi yaitu antara 12-13 tahun hingga usia 20-an. Masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional, yang dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun (Utami, 2022).

Berdasarkan uraian diatas maka masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak ke dewasa yang mulai mengalami perubahan-perubahan tertentu baik secara fisik, sosiemosional, seksual, maupun kognitif yang dimulai dari usia 12 Tahun sampai 22 Tahun. Perkembangan masa remaja dapat dilihat dari caranya bersosial, mulai bergaul dengan orang yang lebih tua darinya yaitu memerlukan bantuan external dalam menyelesaikan permasalahan dikehidupannya sehari-hari dan dilihat dari kognitifnya yang mulai menggunakan gadget sebagai sarana mendapatkan informasi dan juga mengekspresikan dirinya pada media sosial seperti pada platform tiktok (Astuti, 2021).

Menurut Ajzen (dalam Santoso et al., 2021) intensitas merupakan besarnya usaha seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Tingkat kedalaman usaha seseorang dalam menggunakan sesuatu dapat dilihat dari aspek intensitas yaitu durasi, frekuensi, perhatian dan penghayatan. Tingginya antusias remaja dalam mengakses Tiktok membuat remaja terlena bahkan sampai lupa waktu. Menurut Juditha (dalam Aprianti & Wendari, 2022), seseorang dikatakan normal dalam mengakses media sosial selama kurang dari 3 jam per hari dengan frekuensi kecil dari 4 kali dalam sehari saat mengakses media sosial. Ketika intensitas penggunaan Tiktok pada remaja melebihi batas normal maka remaja akan sulit dalam mengendalikan diri dan semakin mudah terpapar informasi atau fitur-fitur yang dapat mengubah perilaku remaja (Muharam et al., 2023).

Tiktok adalah aplikasi buatan China yang dibuat oleh perusahaan ByteDance pada bulan September 2016. Konsep aplikasi Tiktok adalah menayangkan video dengan durasi pendek yang memberikan spesial efek dan unik sehingga penggunaanya dapat beraktivitas dalam membuat dan merekam setiap momen yang berharga melalui smartphone (Savira, 2022). TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang memungkinkan pemakainya menciptakan video berdurasi 15-60 detik disertai dengan berbagai macam pilihan fitur seperti musik, stiker filter dan beberapa fitur kreatif lainnya (Rahardaya, 2021).

Menjelaskan lebih lanjut tentang dari penggunaan aplikasi Tik Tok, berdasarkan Fatimah Kartini Bohang pada 5 Juni 2018 diketahui bahwa pada bulan Juni 2018 pengguna aktif Tik Tok tercatat mencapai 150 juta, jumlah ini didapat sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018. Tik Tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh, tercatat sebanyak 45,8 juta kali diunduh oleh pengguna. Jumlah ini tentunya mengalahkan media sosial lainnya.

Aplikasi TikTok memang baru dikenal pada akhir-akhir ini, namun sudah digemari banyak kalangan khususnya remaja. Hal ini dibuktikan dengan sebagian besar pengguna aplikasi TikTok adalah Remaja akhir dengan usia 18-22 tahun. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya (Gratia et al., 2022). Dimana remaja dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses jejaring sosial dan tidak mampu mengontrol penggunaan jejaring sosial sehingga melupakan kehidupan disekitarnya yang berdampak buruk kepada masalah pribadi, kesulitan dalam menyelesaikan tugas sekolah atau pekerjaan rumah, hasil ujian yang buruk, dan menjadikan media sosial sebagai tempat pelarian diri dari masalah (Ahdiyanti & Waluyati, 2021).

Munculnya media baru dapat memberikan efek bagi remaja. Misalnya media aplikasi tiktok yang marak dikalangan remaja. Konten serta fitur-fitur menarik yang disajikan di

dalam aplikasi ini mampu menarik perhatian remaja untuk dapat masuk dalam kecanggihan teknologi ini. Adanya aplikasi tiktok bertujuan sebagai media hiburan, melihat kebutuhan hiburan masyarakat semakin hari semakin meningkat. Dan aplikasi tiktok ini, remaja juga dapat membuat video pendek berdurasi sekitar 15 detik dengan gaya tarian maupun performa yang disukai (Juliana, 2023). Remaja juga dapat memilih lagu untuk mengiringi gaya tersebut sesuai keinginan. Dengan mudah di aksesnya serta banyaknya pengguna aplikasi tiktok maka bisa mendorong seseorang untuk gemar bermain tiktok, niat yang datang dari dalam diri remaja untuk bermain media sosial tiktok merupakan dorongan yang mendasari perilaku remaja untuk menggunakan media sosial tiktok.

Berdasarkan laporan Business Of Apps TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (Monthly Active Users/MAU) secara demografi, mayoritas pengguna TikTok didominasi oleh kalangan generasi muda di bawah usia 30 tahun. pada kelompok usia 10 hingga 19 tahun menempati posisi ke-2 pengguna TikTok terbesar dengan raihan persentase sebesar 28 persen. Posisi ke-3 diraih oleh kelompok usia 30 hingga 39 tahun dengan raihan persentase pengguna sebesar 18 persen. Berikutnya, kelompok usia 40 hingga 49 tahun menyumbang 16,3 persen total pengguna TikTok di dunia serta 2,7 persen sisanya terdiri dari pengguna dari kelompok usia di atas 49 tahun (Alifah et al., 2022).

Sementara itu berdasarkan jenis kelamin, jumlah pengguna TikTok perempuan memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki yakni sebesar 57 persen pada tahun 2021. Pada periode ini, pengguna aplikasi Tiktok di Indonesia dengan jumlah pengguna aktif Tiktok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna Tiktok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di Tiktok sebanyak 23,1 jam per bulan.

Mudahnya mengakses informasi dan mengekspresikan diri lewat platform tiktok hal ini memiliki dampak pada remaja yaitu berlebihan dan terlena dalam menggunakan aplikasi tiktok. Menurut Juditha (2011) dan Rahayu (2019), seseorang dikatakan normal dalam mengakses media sosial selama kurang dari 3 jam per hari dengan frekuensi kecil dari 4 kali dalam sehari saat mengakses media sosial. Ketika intensitas penggunaan Tiktok pada remaja melebihi batas normal maka remaja akan sulit dalam mengendalikan diri dan semakin mudah terpapar informasi atau fitur-fitur yang dapat mengubah perilaku remaja (Salwanisa, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Najah, D. H., Putra, A. A., & Aiyuda, N. (2021) dengan responden sebanyak 400 Mahasiswa di Pekanbaru yakni 97 laki-laki dan 303 perempuan dengan rentang usia 18-31 tahun, bahwa intensitas pengguna tiktok pada mahasiswa pekanbaru paling banyak yaitu pada kategori rendah (32,0%) dan kategori paling sedikit yaitu pada kategori sangat tinggi (7,8%).

Menurut Young (1996), remaja menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses jejaring sosial dan tidak mampu mengontrol penggunaan jejaring sosial sehingga melupakan kehidupan disekitarnya yang berdampak buruk kepada masalah pribadi, kesulitan dalam menyelesaikan tugas sekolah atau pekerjaan rumah, hasil ujian yang buruk, dan menjadikan sosial media seperti tiktok sebagai tempat pelarian diri dari masalah.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan subjek I remaja perempuan berusia 17 Tahun di salah satu SMA di kota medan mengatakan:

"Kalau saya mengunduh tiktok sejak tahun 2020 karna teman-teman dulu memakai tiktok, jadi saya penasaran memakai aplikasi tiktok dikarenakan adanya dorongan teman-teman saya yang sedang membuat video pada saat kami berkumpul, dalam satu hari saya memakai aplikasi tiktok kadang bisa dibilang 5-7 jam per hari, dan ketika saya tidak terhubung dengan tiktok saya merasa kurang up date dengan teman sebaya saya seperti kurangnya informasi dari mereka.

Adapun faktor penghubung antara kontrol diri dengan intensitas penggunaan tiktok yaitu Faktor kebutuhan dari dalam menurut Casdari (dalam Azizah & Zahid, 2023) menyebutkan Faktor ini berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan psikologis manusia, salah satunya kebutuhan afiliasi yang merupakan kebutuhan manusia untuk menjalin hubungan yang dekat dengan manusia lain (relatness).

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang penulis lakukan pada remaja menunjukkan bahwa masih banyak rendahnya kontrol diri pada remaja yang menyebabkan remaja masih belum bisa mengelola dan mengendalikan perilaku mereka, dalam menggunakan dan menikmati video di Tiktok, dapat menunda-nunda pekerjaan. Tingginya intensitas penggunaan Tiktok pada remaja juga menyebabkan sedikitnya interaksi remaja dalam berososialisasi di lingkungan sekitarnya.

Penelitian terkait kedua variable diatas dapat dilihat dari Sariyani (2017) yang berjudul Hubungan Antara Kontrol Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kemampuan Sosialisasi, hasil menunjukkan bahwa Ada hubungan positif kontrol diri dengan kemampuan sosialisasi pada siswa SMA Negeri 5 Samarinda maka semakin tinggi kontrol diri siswa maka semakin tinggi pula kemampuan sosialisasi pada siswa. Sebaliknya semakin rendah kontrol diri siswa maka semakin rendah pula kemampuan sosialisasi pada siswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Nadela Dwi Afrelia, Masnida Khairat (2022) yang berjudul Hubungan Antara intensitas penggunaan tiktok dengan Kontrol diri pada Remaja, menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan Tiktok dengan kontrol diri pada remaja di Nagari Simpang Kapuak Kec. Mungka Kab. Lima

Puluh Kota. Semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok maka semakin rendah kontrol diri pada remaja. Begitupun sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan Tiktok maka semakin tinggi kontrol diri pada remaja.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Fitri Verawat Fajri, Usmi Karyani (2021) yang berjudul *Nomophobia pada Mahasiswa: Menguji Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Kontrol Diri*, menunjukkan bahwa hasil yaitu intensitas penggunaan media sosial berhubungan positif dengan nomophobia dan memiliki peranan yang lebih besar. Penelitian juga membuktikan bahwa kontrol diri berhubungan negatif secara signifikan dengan nomophobia. Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada nomophobia baik laki-laki maupun perempuan.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti memilih subjek penelitian yang menunjukkan bahwa Ada hubungan positif kontrol diri dengan kemampuan sosialisasi pada siswa dan Penelitian juga membuktikan bahwa Semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok maka semakin rendah kontrol diri pada remaja. Begitupun sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan Tiktok maka semakin tinggi kontrol diri pada remaja. Dan kontrol diri berhubungan negatif secara signifikan dengan nomophobia. Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada nomophobia baik laki-laki maupun perempuan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Hubungan Kontrol diri dengan Intensitas penggunaan tiktok pada remaja Akhir.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian Kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur dan terencana dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Sedangkan teknik korelasional untuk mengetahui apakah terdapat variasi dalam satu variabel dengan variabel lainnya yang dilihat juga berdasarkan koefisien korelasi (Aprianti & Wendari, 2022).

Sesuai data yang dilansir dari badan pusat statistik kota Medan pada tahun 2020. total populasi remaja yang berusia 18-22 tahun adalah 398,266 jiwa dari jumlah populasi tersebut dapat dihitung sampelnya dengan rumus slovin (Sulistianti & Sugiarta, 2022). Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling yang merupakan suatu teknik sampling yang didasarkan pada pertimbangan terhadap kriteria atau ciri-ciri subjek atau obyek penelitian sesuai dengan yang ingin diteliti oleh peneliti untuk dipelajari dan dibuat kesimpulannya. Berdasarkan hasil pengumpulan data dapat diketahui jumlah sampel

sebesar 198 dengan rentang usia 18-22 tahun, Maka jumlah responden dibulatkan menjadi 198 orang. Oleh karena itu responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 198 orang remaja (Kristanto et al., 2022).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dalam memperoleh data yaitu dengan menggunakan skala psikologi, untuk mengukur variabel dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala. Dalam penyebaran skala ini nanti akan digunakan melalui Google form. Teknik analisis data merupakan suatu langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian dan juga menguji hipotesis yang telah ditentukan dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek penelitian berjumlah 198 orang remaja yang berdomisili di kota medan. Melalui skala yang telah disebarkan kepada subjek diperoleh gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, batasa usia 18-22 tahun, dan penelitian di dasarkan dengan kepemilikan akun media sosial (TikTok).

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa subjek yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 115 orang dan subjek yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 83 orang. Penyebaran skala ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Penyebaran Subjek berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Presentasi
1.	Perempuan	115	58%
2.	Laki-laki	83	42%
Jumlah		198	100

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji One-sample Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS for Windows 25. Ketentuan yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah jika $p > 0,05$ maka dikatakan normal namun sebaliknya jika $p > 0,05$ maka dikatakan tidak normal.

Tabel 2. Hasil Uji Coba Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Intensitas Penggunaan Tiktok	Control Diri
N		198	198
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	67.47	28.45
	Std. Deviation	11.999	5.636
Most Extreme Differences	Absolute	.090	.094
	Positive	.090	.094
	Negative	-.067	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		1.270	1.318
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079	.062

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Intensitas penggunaan tiktok dan kontrol diri memiliki pengaruh yang linear atau tidak dengan menggunakan program SPSS for windows 25. Hasil uji linearitas hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dan Kontrol Diri presentasi pada remaja pengguna media sosial tiktok di kota medan diperoleh nilai signifikansinya $0,038 < 0,05$, maka variabel Intensitas Penggunaan Tiktok dan Kontrol Diris Tidak bersifat linear.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Control * Intensitas	Between Groups	(Combined)	2196.826	53	41.450	1.470	.038
		Linearity	.833	1	.833	.030	.864
		Deviation from Linearity	2195.992	52	42.231	1.498	.032
	Within Groups		4060.169	144	28.196		
	Total		6256.995	197			

Hasil Uji Kolerasi

Uji hipotesa dalam penelitian yaitu uji korelasi. Uji korelasi bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berdata rasio ataupun data kuantitatif yaitu data yang berisi angka sesungguhnya. Uji korelasi digunakan dengan Uji Korelasi Pearson Product Moment bertujuan untuk membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Kontrol diri. Untuk mengetahui terdapat hubungan atau tidak

dapat dilihat dari nilai signifikan dan seberapa besar hubungannya dapat dilihat dengan nilai r . Berikut hasil tabel uji korelasi menggunakan Pearson Product Moment:

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Intensitas	Control
Intensitas	Pearson Correlation	1	.020
	Sig. (2-tailed)		.032
	Sum of Squares and Cross-products	28363.374	153.747
	Covariance	143.977	.780
	N	198	198
Control	Pearson Correlation	.020	1
	Sig. (2-tailed)	.032	
	Sum of Squares and Cross-products	153.747	6256.995
	Covariance	.780	31.761
	N	198	198

Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa $r = 0.020$ dengan taraf signifikansi 0,032. Signifikansi atau p yang diperoleh sebesar 0,032 atau $p < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian, maka H_a yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Kontrol Diri pada Remaja di kota medan. Adapun arah dari hubungan pada penelitian ini adalah sementara nilai correlation di dapat sebesar 0,020, artinya menunjukkan hubungan yang positif dengan kesimpulan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan tiktok maka semakin tinggi pula kontrol diri dengan Kolerasi sebesar 0,020.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas penggunaan tiktok dengan Kontrol diri pada remaja di kota Medan. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara Intensitas penggunaan tiktok dengan kontrol diri pada remaja di kota Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 198 orang remaja, dimana terdiri dari 115 remaja Perempuan dan 83 remaja laki-laki.

Menurut Ajen (Abednego et al., 2021), Intensitas merupakan besarnya usaha seseorang dalam melakukan suatu Tindakan. Sedangkan intensitas penggunaan tiktok

adalah seberapa sering individu dalam mengakses Tiktok yang berakhir dengan respon atau perilaku akibat dari Tiktok tersebut.

Hasil dari Uji Correlation menggunakan Pearson Product Moment diperoleh Sig (2-tailed) = 0.032 dimana jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka terdapat adanya hubungan yang signifikan, dimana hasil mean pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok sebesar 67,47 sedangkan hasil mean pada variabel Kontrol Diri sebesar 28,45. Dari hasil nilai mean tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok pada remaja di Kota Medan lebih tinggi dari pada Kontrol Diri pada remaja di Kota Medan (Restubog et al., 2020).

Hasil analisis data Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok dengan Kontrol Diri berdasarkan Jenis Kelamin pada remaja di Kota Medan dimana subjek tertinggi jenis kelamin perempuan pada kategori tinggi sejumlah 115 orang (58%). Hal ini dikarenakan subjek dalam penelitian ini terbanyak berjenis kelamin perempuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrelia dkk (2022) Tingginya tingkat penggunaan Tiktok di kalangan remaja baik laki-laki maupun perempuan menyebabkan remaja sulit untuk berjauhan dengan smartphonenya. Baik remaja laki-laki maupun perempuan sering mengoperasikan Tiktok dalam kehidupan sehari-hari dan menikmati aktivitas menonton video-video Tiktok tanpa mengenal waktu dan tempat seperti sedang belajar, saat makan, berkumpul dengan teman sebaya, bahkan remaja sering mengabaikan pekerjaan sekolah dan pekerjaan rumah. Berdasarkan aspek-aspek kategorisasi Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok, didapatkan bahwa 1 dari 4 aspek yang memiliki kategorisasi paling tinggi pada remaja yang memiliki Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok di Kota Medan didapatkan bahwa aspek yang memiliki kategorisasi yang tinggi adalah aspek Penghayatan yaitu adanya usaha atau keinginan seseorang untuk bisa memahami, menikmati, menghayati dan menyerap informasi yang didapatkan sebagai suatu pengetahuan.

Berbagai ulasan telah disampaikan sebelumnya, terdapat kekurangan ataupun kelemahan dalam penelitian ini adalah literatur yang peneliti gunakan mengenai variabel ini masih cukup terbatas, sampel dalam penelitian ini diambil secara general tanpa melihat apakah remaja di Kota Medan dua (2) kali mengisi (Arrosyidah, 2022). Selain itu, proses penyebaran skala yang dilakukan secara tidak langsung menggunakan google forms mempunyai kekurangan seperti adanya subjek yang mengisi skala hingga dua kali dan juga pengambilan sampel data sulit dilakukan lingkungan kontrol. Untuk itu penelitian ini hanya sebatas menjelaskan Hubungan Intensitas Penggunaan Media sosial Tiktok dengan Kontrol Diri Remaja di Kota Medan. Namun meskipun demikian penelitian ini bisa membantu dan

memahami Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tkitok dengan Kontrol Diri Remaja di Kota Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneltii dengan judul penelitian Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan intensitas Penggunaan Tiktok Pada remaja akhir. Maka dapat disimpulkan bahwa:

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Kontrol Diri pada Remaja di kota medan. Sehingga Ha dalam penelitian ini diterima. Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,020$ dengan taraf sig. 0,032. Artinya menunjukkan hubungan yang positif bahwa semakin tinggi Intensitas penggunaan Tiktok pada remaja di kota Medan maka semakin tinggi Kontrol diri.

Dari kategorisasi dari setiap variabel dalam penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa Intensitas Penggunan Tiktok pada remaja di kota Medan berada pada kategorisasi sedang yaitu sebesar 75% dan Kontrol Diri sebesar 70% pada kategorisasi sedang.

Berdasarkan aspek kategorisasi pada variabel Intensitasi penggunaan tiktok pada remaja di kota Medan, bahwa aspek yang memiliki kategorisasi tinggi yang paling banyak adalah aspek penghayatan dan Berdasarkan aspek kategorisasi pada variabel kontrol Diri pada remaja di kota Medan, bahwa aspek yang memiliki kategorisasi tinggi yang paling banyak adalah aspek Kontrol Kognitif

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2558>
- Ahdiyanti, I., & Waluyati, I. (2021). Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z. *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 6(2), 74–83. <https://doi.org/10.24252/Sosioreligius.V6i2.27617>
- Alifah, A., Herachwati, N., & Muhtadi, R. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour: (Studi Pada Masyarakat Pamekasan). *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 186–210. <https://doi.org/10.36420/Ju.V8i1.6218>
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2022). Fenomena Sindrom Fear Of Missing Out (Fomo) Pada

- Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif Bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.17509/Jpm.V8i2.58866>
- Arrosyidah, S. (2022). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Resiliensi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas X Yang Mengerjakan*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme Dengan Fear Of Missing Out Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2). <http://repository.radenintan.ac.id/eprint/21468>
- Azizah, O. V. N., & Zahid, A. (2023). Identitas Diri Perempuan Muslim Generasi Z (Studi Kasus Pengguna Tiktok Mahasiswa Febi 2019 Uin Satu Tulungagung). *Pute Waya: Sociology Of Religion Journal*, 4(1), 42–62. <https://doi.org/10.51667/Pwjsa.V4i1.1409>
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.24002/Konstelasi.V2i1.5272>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i6.754>
- Kristanto, D., Sushartami, W., & Irawanto, B. (2022). Realita Visualitas Generasi Z Dalam Mise En Scene Iklan Shopee Men Sale. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 01–15. <https://doi.org/10.31937/Ultimart.V15i1.2410>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). The Effect Of Fear Of Missing Out (Fomo) And Peer Conformity On Impulsive Buying In Semarang City Students (Study On Tiktok Shop Consumers). *Experimental Student Experiences*, 1(8), 687–695. <https://doi.org/10.58330/Ese.V1i8.277>
- Novalia, N., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia). *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 84–98.
- Nurfitri, R., & Sudartono, T. (2023). Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Di Media Sosial Tiktok@ Anaira. Official. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(3), 2417–2425. <https://doi.org/10.37385/Msej.V4i3.2003>

- Pangemanan, A. S., Sahetapy, K., Muntu, W., & Oroh, V. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Di Tiktok Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Generasi Z. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(2), 47–50. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i2.4252>
- Perdana, K. I., & Wijaya, H. E. (2021). Regulasi Diri Dalam Belajar Sebagai Prediktor Resiliensi Akademik Mahasiswa Yang Sedang Menyusun Skripsi. *Psycho Idea*, 19(2), 186. <https://doi.org/10.30595/Psychoidea.V19i2.10711>
- Restubog, S. L. D., Ocampo, A. C. G., & Wang, L. (2020). Taking Control Amidst The Chaos: Emotion Regulation During The Covid-19 Pandemic. *Journal Of Vocational Behavior*, 119, 103440. <https://doi.org/10.1016/J.Jvb.2020.103440>
- Salwanisa, E. A. (2023). Digital Marketing Analysis On The Consumer Decision-Making Process Of Millennials And Gen Z Generation Groups On The Tiktok Application. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 112–125. <https://doi.org/10.25273/Equilibrium.V11i2.17374>
- Santosa, J. C. M. (2022). *Pengaruh Regulasi Diri Terhadap Resiliensi Pada Perawat Selama Pandemi Covid-19*. Universitas Negeri Jakarta.
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159–171. <https://doi.org/10.32815/Jibeka.V15i2.230>
- Saputra, M. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Online Shopping Melalui Aplikasi Tiktok Shop (Studi Deskriptif Pada Kalangan Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Desa Kedungwungu Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2271>
- Savira, A. K. (2022). *Perbedaan Fear Of Missing Out Dalam Penggunaan Media Sosial Ditinjau Dari The Big Five Personality Pada Remaja Di Medan*. Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/18454>
- Siregar, N. P. S., Menanti, A., & Hasanuddin, H. (2022). Pengaruh Dukungan Sosial Teman Sebaya Dan Regulasi Diri Belajar Terhadap Resiliensi Pada Siswa Sma Tunas Harapan Mandiri Rantau Prapat. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 5(1), 284–292. <https://doi.org/10.34007/Jehss.V5i1.1200>
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1). <https://doi.org/10.58258/Jisip.V6i1.2861>

- Utami, F. P. (2022). Peran Mindfulness Untuk Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo) Media Sosial Remaja Generasi Z: Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/jbkb.v4i2.3261>
- Utami, F. P. (2023). Peran Mindfulness Untuk Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo) Media Sosial Remaja Generasi Z: Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/jbkb.v4i2.3261>
- Wijaya, T. A., Yaslim, N. P., Permatasari, A. M. P., Yosevina, G. R., & Mamahit, H. C. (2023). Penerimaan Diri Generasi Z Di Era Perkembangan Media Sosial. *Psiko Edukasi*, 21(1), 41–49. <https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v21i1.4575>
- Yulianto, A., Wibowo, U. D. A., Kharismasyah, A. Y., Primadona, S. E., & Herniah Syamsudin, S. E. (2023). *Gen Z Marketing Menggali Potensi Dan Memahami Karakteristik Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Penerbit Lakeisha.