

Impak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Gaya Hidup Pelajar UTHM Pagoh

(The Impact of Using the Tiktok Application on The Lifestyle of UTHM Pagoh Students)

Arwansyah bin Kirin^{1*} , Arifki Budia Warman² 

¹Fakulti Pengajian Islam, Pusat Pengajian Umum dan Ko-Kurikulum, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM), 86400, Parit Raja Batu Pahat, Johor, Malaysia.

Email: arwansyah@uthm.edu.my

²Fakulti Syariah, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus, Batu Sangkar, Indonesia.

Email: arifkibudiawarman@iainbatusangkar.ac.id

ABSTRAK

CORRESPONDING

AUTHOR (*):

Arwansyah bin Kirin
(arwansyah@uthm.edu.my)

KATA KUNCI:

Impak
Aplikasi Tiktok
Gaya Hidup
UTHM

KEYWORDS:

Impact
TikTok application
Lifestyle
UTHM

CITATION:

Arwansyah Kirin & Arifki Budia Warman.
(2023). Impak Penggunaan Aplikasi Tiktok
Terhadap Gaya Hidup Pelajar UTHM Pagoh.
*Malaysian Journal of Social Sciences and
Humanities (MJSSH)*, 8(2), e002137.
<https://doi.org/10.47405/mjssh.v8i2.2137>

Pelbagai aplikasi yang menjadi trend di platform media sosial telah mencipta satu fenomena yang membantu untuk menghubungkan komunikasi antara satu sama lain. Namun begitu, belakangan ini, terdapat segelintir golongan remaja dan pelajar yang terlalu obses dengan salah satu aplikasi iaitu aplikasi Tiktok sehingga mengakibatkan ketagihan yang melampau yang memberi kesan terhadap diri mereka. Oleh itu, kajian ini dijalankan untuk meninjau impak penggunaan aplikasi Tiktok terhadap gaya hidup pelajar di Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) Kampus Pagoh. Kajian yang dijalankan adalah berbentuk kuantitatif di mana sampel kajian terdiri daripada 107 orang pelajar UTHM Kampus Pagoh. Instrumen kajian melibatkan satu set soal selidik yang mengandungi 31 item dan menggunakan skala Likert sebagai ukuran. Analisis skor min dan sisihan piawai digunakan bagi meninjau impak penggunaan aplikasi Tiktok terhadap gaya hidup pelajar UTHM Kampus Pagoh. Ujian khi kuasa dua digunakan untuk melihat perbezaan impak penggunaan aplikasi Tiktok terhadap gaya hidup mahasiswa berdasarkan tempoh penggunaan mereka dalam sehari dan berapa lama mereka menggunakan aplikasi Tiktok berdasarkan tahun. Terdapat pelbagai impak kepada gaya hidup pelajar UTHM Kampus Pagoh seperti berlakunya pembaziran masa kerana menghabiskan masa dengan melayari kandungan video Tiktok dan stres kerana pelajar banyak terdedah kepada video dan gambar yang tidak bermoral, namun bagaimanapun didapati banyak juga impak positif yang diperolehi oleh pelajar seperti pengembangan bakat dan akses mudah untuk pembelajaran. Seterusnya, terdapat perbezaan yang signifikan terhadap impak penggunaan aplikasi Tiktok kepada gaya hidup pelajar UTHM berdasarkan penggunaan aplikasi Tiktok yang dianalisis dengan kaedah ujian khi kuasa dua. Kesimpulannya, aplikasi Tiktok memberikan

impak kepada gaya hidup pelajar UTHM. Jadi, kesedaran yang tinggi perlu diterapkan kepada pelajar bagi mengatasi isu-isu perilaku negatif serta gaya hidup sebagai pelajar.

ABSTRACT

There are various applications that are trending on media social platforms that have created a phenomenon that helps to connect with other users. However, recently, there are several students who are too obsessed with one of the applications which is called TikTok application, resulting in extreme addiction that affects them. Therefore, this study was conducted to review the impact of the uses of the TikTok application on the lifestyle of students at Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) Pagoh Campus. The research conducted is quantitative where the research sample consists of 107 students of UTHM Pagoh Campus. The research instrument involved a set of questionnaires containing 31 items and using a Likert scale as a measure. Analysis of the mean score and standard deviation was used to review the impact of using the TikTok application on the lifestyle of UTHM students. The chi-square test was used to see the statistical significance in the impact of the use of the TikTok application on the lifestyle of students based on their duration of use in a day and how long they use the TikTok application based on year. There are several impacts on the lifestyle of UTHM students such as waste of time due to spending time browsing on TikTok video and stress due to students being exposed to immoral videos and pictures, However, there are also many positive impacts on students such as talent development and easy access to learning. Next, there is a significant difference in the impact of the use of the TikTok application on the lifestyle of UTHM students based on the use of the TikTok application analyzed with the chi-square test method. In conclusion, the TikTok application has an impact on the lifestyle of UTHM students. Thus, awareness needs to be implemented on students to overcome the negative issues in terms of behavior and lifestyle as students.

Sumbangan/Keaslian: Kajian ini adalah salah satu daripada kajian yang telah menyiasat penggunaan aplikasi TikTok terhadap gaya hidup pelajar Universiti Tun Hussein Onn Malaysia dan di dapati penggunaannya tidak pada tahap yang teruk dan kesannya pula lebih mendorong ke arah yang positif.

1. Pengenalan

Kemajuan dalam teknologi maklumat dan komunikasi seolah-olah membawa dunia dalam genggaman tangan manusia. Seperti dalam kajian [Aziz dan Shukor, \(2021\)](#) bahawa akses kepada maklumat, hiburan, pengetahuan, boleh diperolehi dengan hujung jari sahaja sehingga mudah berkomunikasi dan berinteraksi ke seluruh Malaysia pelusuk dunia tanpa sebarang halangan dan gangguan. Capaian Internet merupakan sebuah teknologi berkomunikasi yang sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia. Manakala, media sosial pula adalah salah satu rangkaian platform Internet yang paling

populer dalam kalangan masyarakat pada masa ini. Menurut [Yusof dan Tahir \(2017\)](#) bahawa penggunaan media teknologi amat penting dalam era moden sekarang kerana ia memberi manfaat kepada pendidikan negara dan membentuk modal insan yang berilmu. Ramai orang menggunakan media sosial sebagai salah satu cara untuk mendapatkan maklumat, medium hiburan dan berkongsi luahan kehidupan. Justeru itu, aplikasi TikTok yang telah diperkenalkan bermula pada September 2016 telah mengambil kedudukan teratas berbanding aplikasi media sosial yang lain ([Montag et al., 2021](#)). Hal ini dapat dilihat apabila terdapat di kalangan selebriti atau *influencer* menambah perisian hiburan atau *trend* terkini dalam akaun TikTok mereka. Tiktok boleh disifatkan sebagai platform di mana orang ramai boleh membuat video pendek selama kira-kira 15 saat. Pada Februari 2020, platform itu mempunyai kurang lebih 800 juta pengguna di seluruh dunia, 150 juta daripadanya berada di China, yang mereka namakan sebagai Douyin. TikTok telah mendapat populariti yang luar biasa di negara-negara Asia seperti Kemboja, Jepun, Indonesia, Malaysia, Thailand dan Vietnam ([Mulya, 2021](#)). Menurut kajian lepas oleh [Awang et al. \(2022\)](#), bahawa penggunaan aplikasi TikTok memberi impak positif kepada pelajar serta tenaga pelajar untuk dijadikan bahan pembelajaran yang efektif. Aplikasi TikTok digunakan dalam bentuk video pendek yang padat dengan maklumat dan visual sehingga menarik minat pelajar untuk belajar dan menjadi satu motivasi kepada mereka. Selain itu, berdasarkan kajian dari negara Filipina ([Ngilangil, 2022](#)), bahawa kebanyakan pelajar Surigao del Norte State University, Surigao City (SNSU) menonton video TikTok dengan kerap dan mereka dipengaruhi oleh kandungan video dan jenis muzik yang memberi impak kepada penglibatan diri di TikTok di mana mereka mengambil tindakan untuk mengomentari video-video yang menarik perhatian mereka. Komen positif dan negative itu diberikan berdasarkan isi kandungan TikTok tersebut. Oleh itu, kajian ini dijalankan ke atas mahasiswa UTHM kampus Pagoh untuk meninjau impak penggunaan aplikasi TikTok terhadap gaya hidup mereka. Selain dari itu, kajian ini juga melihat sejauh manakah aplikasi TikTok ini memberi impak kepada kehidupan harian pelajar berdasarkan penggunaan aplikasi tersebut.

2. Kajian Literatur

Aplikasi TikTok ialah satu aplikasi video pendek yang telah dilancarkan pada awal september 2016 oleh sebuah syarikat yang terletak di China iaitu Bytedance. Pada mulanya, aplikasi TikTok diperkenalkan oleh Zhang Yimin dengan nama 'Douyin'. Ianya mencatatkan 100 juta pengguna dan lebih satu juta tayangan video pada satu hari yang menyebabkan aplikasi TikTok semakin popular dan berkembang ke luar China dengan nama yang lebih menarik perhatian iaitu TikTok ([Izzatul, 2020](#)). [Omar dan Dequan \(2020\)](#) beranggapan bahawa TikTok mempunyai fungsi yang serupa dengan YouTube sebagai alat penghasilan video tetapi TikTok mempunyai persamaan yang paling banyak dengan Instagram berbanding media sosial lain. Hal ini kerana TikTok dan Instagram adalah laman rangkaian sosial yang membolehkan akses kepada video pendek, meninggalkan komen, dan tanda suka untuk pengguna berinteraksi dengan video yang dihasilkan. Selain itu para pengguna boleh menggunakan sistem permesejan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain ([Omar & Dequan, 2020](#)). Kajian lepas mendapati bahawa penggunaan media sosial adalah untuk mengisi masa lapang, hiburan dan mencari maklumat, carian interaktif adalah carian utama yang dibuat oleh golongan remaja dan dewasa. Kajian juga mendapati bahawa sekumpulan anak muda menggunakan media sosial untuk mengatasi kelemahan yang dirasakan dalam diri mereka ([Barker, 2009](#)). [Papacharissi dan Rubin \(2000\)](#) telah mengkaji motif untuk menggunakan Internet ada lima iaitu : mencari maklumat, meluangkan masa,

kemudahan, hiburan, dan utiliti interpersonal, yang semuanya mempengaruhi kepuasan (Papacharissi & Rubin, 2000). Ini dikaitkan bahawa Internet dan TikTok saling diperlukan oleh masyarakat sebagai hiburan. Sharabati et al. (2022) dalam kajiannya menunjukkan bahawa *trend* TikTok secara positif memberi kesan kepada kepuasan pengguna, kajian ini disokong oleh kajian Bilgin (2018) yang menyatakan bahawa *trend* rangkaian sosial membantu hubungan interpersonal kerana ia membolehkan individu berinteraksi dengan orang yang berfikir sama. TikTok pula memberi impak kepada prestasi akademik remaja, selain kesan yang dinyatakan di atas. Menurut dapatan kajian yang dijalankan oleh Nichita et al. (2021), 60% remaja mengatakan bahawa aplikasi tersebut boleh digunakan untuk tujuan akademik. Menurut Liang (2021), menghabiskan banyak masa di TikTok dapat mempengaruhi rancangan pembelajaran dan pekerjaan yang menyebabkan prestasi akademik terjejas. Berdasarkan kajian lepas dari Universiti Kebangsaan Malaysia oleh Khaidir dan Osman (2022) mengatakan bahawa aplikasi TikTok memberi kesan positif terhadap masyarakat dalam bidang dakwah. Ini telah menarik perhatian para pendakwah untuk mengembangkan dakwah mereka agar mudah tersebar dikalangan masyarakat. Mowen dan Minor (2002) mentakrifkan gaya hidup sebagai cara seseorang memperuntukkan masa dan juga membelanjakan duit. Gaya hidup ialah corak kehidupan individu yang dizahirkan melalui minat, pendapat serta aktiviti mereka (Dewi & Samuel, 2015). Menurut kajian Kotler dan Keller (2012), terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup iaitu faktor dalaman dan faktor luaran. Beberapa kajian telah dilakukan sebelum ini dan ia berhubung kait dengan penyelidikan ini kerana mempunyai pemboleh ubah yang sama iaitu Media Sosial dan Cara hidup. Seumpama dalam jurnal bertajuk “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup pelajar IAIN Metro” yang ditulis oleh Oktaviani (2019) menyatakan bahawa penggunaan media sosial yang berlebihan boleh menjejaskan budaya, gaya hidup dan cara pandangan. Daripada hasil kajian beliau juga didapati ramai mahasiswa menjadikan media sosial sebagai gaya hidup mereka dan terdapat kesan negatif dan positif daripada penggunaannya.

3. Metod Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dalam mengenalpasti hubungan antara impak penggunaan aplikasi TikTok dengan gaya hidup mahasiswa Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM), Pagoh. Menurut Emzir (2008), pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan penyelidikan yang utama dalam menggunakan paradigma positivisme untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan menggunakan strategi penyelidikan seperti aktiviti tinjauan yang memerlukan data statistik. Kajian ini memberi fokus kepada pelajar kerana mereka merupakan sebahagian daripada pengguna aplikasi TikTok di Malaysia. Selain itu, pelajar-pelajar ini harus dipantau untuk mengelakkan masalah siber seperti buli, kecaman dan aktiviti yang menonjolkan akhlak negatif mereka. Perkara ini harus dikenalpasti dan dibendung sebelum ia menjadi lebih serius. Di samping itu, isu siber yang bersumber daripada aplikasi TikTok mendapati bahawa pelajar universiti mempunyai isu akhlak yang kurang memuaskan untuk dipertontonkan dan dijadikan teladan seperti gurauan kejutan (prank), menunjukkan pergaulan bebas dan mempersenda penampilan fizikal seseorang secara terbuka.

Kajian ini dijalankan dengan menggunakan borang soal selidik di platform *Google Form*. Borang soal selidik ini terbahagi kepada tiga bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B dan Bahagian C. Bahagian A terdiri daripada maklumat latar belakang responden, Bahagian B terdiri daripada maklumat skala penggunaan media sosial TikTok manakala Bahagian

C terdiri daripada skala penampilan diri. Bahagian A adalah soal selidik yang mengandungi soalan tentang maklumat diri responden seperti agama, umur, bangsa dan tahap pendidikan responden. Soalan ini dibentuk untuk memperolehi latar belakang subjek kajian iaitu pelajar UTHM Pagoh. Manakala, Bahagian B merangkumi aspek skala penggunaan media sosial Tiktok dimana bentuk soalan difokuskan kepada tiga bahagian iaitu penggunaan, penyertaan dan pereka kandungan. Bentuk soalan penggunaan adalah soal selidik yang mengandungi soalan tentang jangka masa penggunaan aplikasi tersebut dan maklumat yang diperolehi. Untuk soalan penyertaan, ianya berfokuskan pada soal selidik yang berkaitan dengan bagaimana kita berinteraksi dengan orang lain melalui aplikasi tersebut dan bentuk pereka kandungan adalah soal selidik yang berbentuk menonjolkan diri melalui aplikasi tersebut. Seterusnya, Bahagian C adalah bahagian yang signifikan untuk bentuk penerimaan, mempromosi diri, teladan, permohonan dan perilaku negatif. Soalan penerimaan lebih kepada soal selidik yang memfokuskan kepada muat naik video yang telah dibuat mengikut aliran semasa. Manakala, bentuk mempromosi diri lebih kepada promosikan video-video yang telah dimuat naik menggunakan aplikasi tersebut. Soalan bentuk teladan memfokuskan kepada adab dan perilaku sepanjang menggunakan aplikasi tersebut dan permohonan merujuk kepada soalan meraih simpati. Setiap soalan bahagian B dan bahagian C akan dikira skor dengan menggunakan skala Likert di mana skala 1 adalah tidak pernah, skala 2 mewakili jarang-jarang, skala 3 mewakili kadang-kala, skala 4 mewakili kerap dan skala 5 mewakili amat kerap. Skor skala dalam kajian ini ditentukan berdasarkan min dimana nilai rendah ditentukan pada 1-2, diikuti nilai sederhana pada 2.5-3.0 dan nilai tinggi pada 3.5-4.5.

Data yang diperolehi daripada kajian rintis ini dianalisis dengan menggunakan perisian (SPSS 2.3). Skor untuk setiap soalan akan dijumlahkan dan dipersembahkan dalam nilai frekuensi (kekerapan), peratus, min dan sisihan piawai. Sedangkan untuk impak penggunaan aplikasi TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa UTHM dianalisis dengan kaedah ujian *khi kuasa dua*. Pengiraan untuk mendapatkan skor min dan nilai *khi kuasa dua* adalah dengan menggunakan perisian Statistic Package for Social Science (SPSS 2.3). Kebolehpercayaan konstruk instrumen yang dibina dalam kajian ini telah diuji dengan melakukan analisis Cronbach's alpha. Keputusan Nilai Alpha cronbach yang diperolehi daripada analisis kajian rintis ini adalah 0.89 iaitu berada pada tahap kebolehpercayaan yang baik kerana nilai yang diperolehi adalah hampir dengan 1 (McNeish, 2018). Instrumen yang dihasilkan dalam bentuk elektronik dengan menggunakan platform *Google Form* dan diedarkan secara dalam talian dengan menggunakan aplikasi media sosial seperti Whatsapp, Telegram dan e-mel. Kesimpulan terhasil apabila data statistik ini dianalisa dengan menggunakan analisis statistik. Oleh itu, teknik soal selidik telah dipilih sebagai salah satu cara dalam pengumpulan sampel data untuk kajian ini. Tempoh pengagihan soal selidik ini telah berlangsung selama lebih kurang sebulan bermula pada akhir bulan Oktober 2022 sehingga akhir bulan Disember 2022. Sampel kajian terdiri daripada 107 orang pelajar UTHM Pagoh iaitu seramai 84 orang pelajar perempuan dan 23 orang pelajar lelaki. Responden terdiri daripada pelajar Pusat Pengajian Diploma (PPD), Fakulti Sains Gunaan dan Teknologi (FAST) dan Fakulti Teknologi Kejuruteraan (FTK) sahaja.

4. Dapatan Kajian

Demografi responden dalam kajian ini telah dibentuk dari segi jantina, umur, bangsa, agama, tahap pendidikan serta fakulti. [Jadual 1](#) menunjukkan maklumat demografi responden dimana seramai 107 responden telah berjaya menjawab soalan-soalan kajian

ini. Dalam kajian ini, bilangan responden perempuan seramai 84 orang (78.5%) dan responden lelaki seramai 23 (21.5%). Ini menunjukkan bahawa pelajar perempuan lebih ramai menjawab soalan kajian ini berbanding pelajar lelaki. Pada peringkat umur responden, **Jadual 1** menunjukkan bahawa pelajar yang memiliki tahap umur 22-24 tahun adalah tinggi berbanding peringkat umur yang lain iaitu seramai 64 orang (59.8%) dan pelajar yang memiliki peringkat umur 19 hingga 21 tahun seramai 39 orang (36.4%) diikuti dengan 25-27 tahun serta 28-30 tahun keatas seramai 2 orang. Daripada jadual 1 juga dapat diketahui bahawa majoriti responden adalah bangsa Melayu iaitu seramai 92 orang (86%), kemudian diikuti oleh bangsa Cina seramai 10 orang (9.3%), seterusnya adalah bangsa India seramai 2 orang (1.9%) dan bangsa lain-lain iaitu seramai 3 orang (2.8%). **Jadual 1** juga menjelaskan kepada kita bahawa Agama Islam memperoleh responden tertinggi dalam kajian ini iaitu seramai 94 orang (87.9%), diikuti oleh agama Buddha iaitu seramai 8 orang (7.5%), kemudian diikuti oleh agama Hindu iaitu seramai 2 orang (1.9%). Seterusnya adalah agama lain-lain iaitu seramai 3 orang (2.8%). Tahap Pendidikan pula dapat dilihat dalam **Jadual 1** menunjukkan bahawa pelajar sarjana muda memiliki responden yang lebih tinggi iaitu seramai 89 orang (83.2%) manakala pelajar sarjana (Master) dan pelajar doktor falsafah (PHD) hanya seorang (0.9%). Berdasarkan **Jadual 1**, Fakulti Sains Gunaan dan Teknologi (FAST) merupakan majoriti fakulti yang menjawab borang soal selidik ini iaitu seramai 73 orang (68.2%) manakala Pusat Pengajian Diploma (PPD) seramai 18 orang (16.8%) diikuti Fakulti Teknologi Kejuruteraan (FTK) seramai 16 orang (15%).

Jadual 1: Maklumat Demografi Responden

Latar Belakang Responden	Maklumat	Kekerapan (n)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	23	21.5
	Perempuan	84	78.5
Umur	19-21 tahun	39	36.4
	22-24 tahun	64	59.8
	25-27 tahun	2	1.9
	28-30 tahun ke atas	2	1.9
Bangsa	Melayu	92	86.0
	India	2	1.9
	Cina	10	9.3
	Lain-lain	3	2.8
Agama	Islam	94	87.9
	Hindu	2	1.9
	Buddha	8	7.5
	Lain-lain	3	2.8
Pendidikan	Diploma	16	15.0
	Ijazah Sarjana Muda (Degree)	89	83.2
	Ijazah Sarjana (Master)	1	0.9
	Ijazah Doktor Falsafah (PHD)	1	0.9
Fakulti	Pusat Pengajian Diploma (PPD)	18	16.8
	Fakulti Sains Gunaan dan Teknologi (FAST)	73	68.2
	Fakulti Teknologi Kejuruteraan (FTK)	16	15.0

Jadual 2 menunjukkan responden yang menggunakan aplikasi TikTok berdasarkan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari. Hasil analisis ujian *Khi-Kuasa*

Dua menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan pada aras keertian 5 peratus antara status penggunaan aplikasi TikTok dengan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari, $\chi^2 (2, N= 107) = 42.770, p= 0.000$. Dapatan menunjukkan responden yang paling ramai tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari adalah 2 jam ke atas iaitu seramai 43 orang daripada 92 orang yang menggunakan aplikasi TikTok atau 40.2%. Manakala hanya terdapat 15 orang responden sahaja yang tidak menggunakan aplikasi TikTok. Menurut garis panduan komuniti di laman sesawang rasmi [TikTok \(2022\)](#), mereka menghasilkan aplikasi ini untuk membolehkan pengguna untuk menghasilkan dan berkongsi video mereka serta menerokai dunia di sekeliling mereka dan berhubung dengan orang lain di seluruh dunia. Oleh itu, pengguna lebih banyak menghabiskan masa lapang mereka untuk membuat *content* atau kandungan video yang menarik di samping mengasah bakat mereka untuk menghasilkan video yang berkualiti dan mendapat sambutan daripada pengguna yang lain. Ini diikuti dengan 30.8% responden yang menggunakan TikTok selama 1 hingga 2 jam dan 15% responden yang menggunakan TikTok selama 1 jam ke bawah.

Jadual 2 : Responden yang menggunakan aplikasi TikTok berdasarkan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari

Adakah anda menggunakan aplikasi TikTok?					
Tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari	Ya		Tidak		Jumlah (n)
	Kekerapan (n)	Peratus (%)	Kekerapan (n)	Peratus (%)	
1 jam ke bawah	16	15	15	14	31
1 hingga 2 jam	33	30.8	0	0	33
2 jam ke atas	43	40.2	0	0	43

Jadual 3 menunjukkan responden yang menggunakan aplikasi TikTok berdasarkan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam tahunan. Hasil analisis ujian *Khi-Kuasa Dua* menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan pada aras keertian 5 peratus antara status penggunaan aplikasi TikTok dengan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam tahunan, $\chi^2 (1, N= 107) = 31.678, p= 0.000$.

Jadual 3: Responden yang menggunakan aplikasi TikTok berdasarkan tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam tahunan

Adakah anda menggunakan aplikasi TikTok?					
Tempoh masa penggunaan aplikasi TikTok dalam tahunan?	Ya		Tidak		Jumlah (n)
	Kekerapan (n)	Peratus (%)	Kekerapan (n)	Peratus (%)	
1 tahun ke bawah	23	21.6	15	14	38
1 hingga 2 tahun	36	33.6	0	0	36
2 tahun ke atas	33	30.8	0	0	33

Dapatan menunjukkan responden yang paling ramai tempoh penggunaan aplikasi TikTok adalah 1 hingga 2 tahun iaitu seramai 36 orang daripada 92 orang yang menggunakan aplikasi TikTok atau 33.6%. Hal ini kerana aplikasi TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling popular dan *trending* baru-baru ini dalam kalangan masyarakat terutamanya golongan muda. Tambahan lagi, sejak pandemik Covid-19 yang melanda seluruh dunia, proses PdP telah berubah dan menyebabkan para pendidik kelihatan lebih kreatif untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai medium pengajaran dan pembelajaran ([Zaki et al., 2021](#)). Dengan adanya medium ini, pelajar

lebih mudah untuk mempelajari dan memahami sesetengah subjek yang agak rumit dengan menggunakan hujung jari sahaja. Bak kata bidalan Melayu “didiklah anakmu mengikut zamannya”. Ini diikuti dengan 30.8% responden yang menggunakan TikTok selama 2 tahun ke atas dan 21.6% responden yang menggunakan TikTok selama 1 tahun ke bawah

Hasil dapatan berdasarkan [Jadual 4](#) membuktikan bahawa aspek tidak tertarik untuk menonton kandungan-kandungan dalam video TikTok merupakan pilihan yang terendah dalam kalangan mahasiswa UTHM Pagoh iaitu 2.29 berbanding rasa terhibur ketika menonton kandungan video TikTok iaitu sebanyak 4.04. Hal ini dipengaruhi kerana kandungan TikTok yang kebanyakan memaparkan kandungan-kandungan berunsur lucu yang mampu menghilangkan rasa bosan seseorang. Mengikut kajian oleh [Utami et al. \(2021\)](#) menyimpulkan bahawa aplikasi TikTok dapat menjadi medium hiburan kepada masyarakat terutamanya dalam kalangan mahasiswa ketika fenomena Covid-19 berlaku. Selain itu, faktor aplikasi menyediakan pelbagai variasi efek, pengguna terutamanya golongan mahasiswa dapat menghindarkan diri daripada tekanan atau stres dalam kehidupan. Tambahan pula, bagi mereka yang mempunyai bakat tertentu, sudah tentu aplikasi TikTok dapat menjadi salah satu medium untuk menonjolkan bakat mereka untuk menghiburkan pengguna TikTok di santero dunia.

Jadual 4: Skala, min dan sisihan piawai bagi skala penggunaan TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya menonton kandungan video Tiktok untuk mendapatkan maklumat yang saya perlukan	9 (8.4)	14 (13.1)	24 (22.4)	39 (36.4)	21 (19.6)	3.46	1.192	Tinggi
2.	Saya rasa terhibur ketika menonton kandungan video Tiktok	7 (6.5)	2 (1.9)	16 (15.0)	37 (34.6)	45 (42.1)	4.04	1.115	Tinggi
3.	Saya menonton kandungan video Tiktok selama 30 minit dalam sehari	15 (14)	9 (8.4)	25 (23.4)	27 (25.2)	31 (29)	3.47	1.362	Tinggi
4.	Saya menggunakan aplikasi Tiktok setiap hari	15 (14)	13 (12.1)	13 (12.1)	26 (24.3)	40 (37.4)	3.59	1.447	Tinggi
5.	Saya rasa tidak tertarik untuk menonton kandungan-kandungan dalam video Tiktok	27 (34.6)	29 (27.1)	21 (19.6)	13 (12.1)	7 (6.5)	2.29	1.244	Sederhana
Purata Keseluruhan							3.37	1.272	Tinggi

TP= Tidak Pernah; JJ = Jarang-Jarang; KK = Kadangkala; K = Kerap; AK = Amat Kerap

Berdasarkan kepada [Jadual 5](#), min tertinggi untuk penyertaan diri dalam aplikasi tiktok adalah dengan memberi tanda suka (*like*) pada kandungan video TikTok yang menarik sebanyak 3.57 manakala min terendah adalah mengirim pesanan terus (*direct message*) kepada pengguna TikTok lain agar menjadi lebih rapat dengan nilai min 1.81. Perkara

ini berlaku disebabkan beberapa faktor seperti kandungan yang menarik perhatian penonton. Mengikut kajian Yao (2021), kandungan video TikTok yang dilihat di 'for your page' adalah berdasarkan minat seseorang tersebut. Manakala, min mengirim pesanan terus adalah rendah disebabkan kebanyakan pengguna tidak mengikuti (*follow*) pengguna lain di aplikasi tersebut. Syarat untuk berkomunikasi dalam aplikasi tersebut mestilah mengikuti satu sama lain.

Jadual 5: Skala, min dan sisihan piawai bagi penyertaan diri dalam menggunakan aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya memberi tanda suka (<i>like</i>) pada kandungan video TikTok yang menarik	13 (12.1)	11 (10.3)	21 (19.6)	26 (24.3)	36 (33.6)	3.57	1.367	Tinggi
2.	Saya mengikuti (<i>follow</i>) akaun pengguna TikTok lain untuk meluaskan jaringan sosial yang baik	24 (22.4)	27 (25.2)	26 (24.3)	23 (21.5)	7 (6.5)	2.64	1.231	Sederhana
3.	Saya menulis komen di ruang komen kandungan video TikTok yang saya tonton	46 (43)	29 (27.1)	24 (22.4)	5 (4.7)	3 (2.58)	1.97	1.050	Rendah
4.	Saya mengirim pesanan terus (<i>direct message</i>) kepada pengguna TikTok lain agar menjadi lebih rapat	63 (58.9)	16 (15)	16 (15)	9 (8.4)	3 (2.8)	1.81	1.142	Rendah
5.	Saya kongsi kandungan video TikTok yang saya tonton dengan orang lain	16 (15)	12 (11.2)	25 (23.4)	24 (22.4)	30 (28)	3.37	1.391	Sederhana
6.	Saya hanya menonton kandungan video TikTok tanpa memberi tanda suka (<i>like</i>) ataupun menulis sebarang komen	14 (13.1)	21 (19.6)	25 (23.4)	22 (20.6)	25 (23.4)	3.22	1.353	Sederhana
Purata Keseluruhan							2.76	1.256	Sederhana

Berdasarkan Jadual 6, hasil dapatan kajian untuk pereka kandungan menunjukkan *trend* yang tinggi untuk penambah fitur-fitur (efek/*filter*) pada kandungan video TikTok, menjadikan video kelihatan menarik dan unik dengan sebanyak min 2.93. Manakala, trend penurunan untuk membuat kandungan video TikTok untuk menonjolkan diri dan

bakat iaitu dengan min 1.72. Min yang tinggi ini terjadi kerana aplikasi TikTok menyediakan fitur yang pelbagai dari segi kecantikan, permainan dan sebagainya yang dapat menghasilkan kualiti video lebih menarik perhatian dan unik. Analoginya, fitur yang semakin diguna pakai oleh pengguna TikTok sekarang adalah gabungan perkataan seperti 'butterfly', 'cupcake' dan antaranya. Fitur ini dimainkan dengan menyebut perkataan tersebut mengikut suku kata perkataan tersebut. Seperti contoh perkataan *butterfly*, maka perkataan 'butter' perlulah disebut dahulu dan andaikata gambar yang ditunjukkan bukan 'butter' maka ia akan menjadi giliran orang lain dan dimulakan semula permainan tersebut.

Jadual 6 : Skala, min dan sisihan piawai bagi pereka kandungan (*content creator*) di dalam TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya membuat kandungan video Tiktok untuk menonjolkan diri dan bakat saya	65 (60.7)	17 (15.9)	17 (15.9)	6 (5.6)	2 (1.9)	1.72	1.044	Rendah
2.	Penambahan fitur-fitur (efek/filter) pada kandungan video Tiktok, menjadikan video kelihatan menarik dan unik	32 (29.9)	11 (10.3)	16 (15)	28 (26.2)	20 (18.7)	2.93	1.525	Sederhana
3.	Saya memuat naik kandungan video TikTok yang saya buat untuk ditonton oleh pengguna lain	64 (59.8)	16 (15)	18 (16.8)	6 (5.6)	3 (2.8)	1.77	1.095	Rendah
4.	Saya tidak mencipta ataupun memuat naik sebarang kandungan video TikTok	37 (34.6)	17 (15.9)	15 (14)	10 (9.3)	28 (26.2)	2.77	1.629	Sederhana
Purata Keseluruhan							2.30	1.323	Rendah

Merujuk kepada [Jadual 7](#), mengikut aspek penampilan diri berdasarkan penerimaan diri dalam aplikasi TikTok, memuat naik kandungan video TikTok mengikut kemahuan saya tanpa mempertimbangkan reaksi pengguna tiktok yang lain memperoleh nilai min yang paling rendah iaitu 1.76. Contoh yang boleh diambil adalah apabila muncul *trend* remaja menunjukkan penampilan mereka ketika di dalam dan di luar sekolah namun ianya telah mengundang kecaman ramai kerana video di luar sekolah sangat tidak bersesuaian dengan nama pelajar yang dibawa ([Kefli, 2022](#)). Manakala, memberi komen positif kepada pengguna TikTok lain untuk mencipta jati diri yang baik memperoleh nilai min yang paling tinggi iaitu 2.52. Komen-komen negatif kadangkala boleh menjadi isu yang besar atau provokatif kerana ia mengundang perhatian ramai. Hal ini demikian kerana, luahan berunsur provokatif dan kenyataan melampau yang dimuat naik di media sosial boleh menyebabkan tekanan, kebimbangan, kegusaran, kemurungan dan ketidakpastian kepada pengguna lain ([Wasilan, 2022](#)).

Jadual 7: Skala, min dan sisihan piawai bagi penampilan diri berdasarkan penerimaan diri dalam aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya hanya memuatnaik isi kandungan video TikTok yang diminati pengguna lain	61 (57)	21 (19.6)	16 (15)	6 (5.6)	3 (2.8)	1.78	1.076	Rendah
2.	Saya memberi komen positif kepada pengguna TikTok lain untuk mencipta jati diri yang baik	38 (35.5)	16 (15)	26 (24.3)	13 (12.1)	14 (13.1)	2.52	1.417	Sederhana
3.	Saya memuatnaik kandungan video TikTok mengikut kemahuan saya tanpa mempertimbangkan reaksi pengguna TikTok yang lain	69 (64.5)	9 (8.4)	19 (17.8)	6 (5.6)	4 (3.7)	1.76	1.156	Rendah
Purata Keseluruhan							2.02	1.216	Rendah

Hasil dapatan [Jadual 8](#) menunjukkan bahawa dalam aspek penampilan diri berdasarkan mempromosikan diri dalam aplikasi TikTok, tidak mahu mempamerkan pencapaian saya dengan memuat naik kandungan video TikTok memperoleh nilai min yang tertinggi iaitu 2.63. Berdasarkan [Rizqillah dan Akhiyat \(2021\)](#), ramai daripada responden mengatakan sebab mereka bermain TikTok adalah untuk menghilangkan kebosanan dan meningkatkan suasana hati sahaja. Tidak jarang apabila berkumpul bersama keluarga, responden turut berkongsi video-video lucu di TikTok. Oleh itu, kebanyakan pengguna TikTok memilih untuk tidak memuat naik sebarang video berkenaan diri mereka kerana menganggap aplikasi TikTok hanya sebagai medium untuk bersuka-ria sahaja. Manakala, memuat naik kandungan video Tiktok yang mempamerkan bakat di bidang tertentu merupakan pilihan yang terendah oleh responden dengan nilai min 1.63.

Jadual 8: Skala, min dan sisihan piawai bagi penampilan diri berdasarkan mempromosikan diri dalam aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya memuat naik kandungan video TikTok yang mempamerkan bakat saya di	75 (70.1)	10 (9.3)	12 (11.2%)	7 (6.5)	3 (2.8)	1.63	1.095	Rendah

2.	bidang tertentu Saya membuat kandungan video TikTok yang mengandungi pencapaian dan karya terbaik yang saya miliki	68 (63.6)	12 (11.2)	18 (16.8)	7 (6.5)	2 (1.9)	1.72	1.080	Rendah
3.	Saya tidak mahu mempamerkan pencapaian saya dengan memuat naik kandungan video TikTok	39 (36.4)	13 (12.1)	20 (18.7)	19 (17.8)	16 (15)	2.63	1.495	Sederhana
Purata Keseluruhan							1.99	1.223	Rendah

Mengikut [Jadual 9](#), nilai min tertinggi adalah 3.70 melalui pernyataan menjaga adab dan perilaku dalam memberi komen pada kandungan video yang dimuat naik di Tiktok. Ini memperlihatkan kefahaman yang mendalam oleh para pelajar tentang etika dan adab dalam penggunaan media sosial. Dalam konteks komunikasi dan interaksi di media sosial, menjaga tutur bicara dan perkataan itu penting demi memastikan bahawa setiap perkataan yang dilafazkan ataupun kata-kata yang kita tulis itu adalah sesuatu yang elok, baik dan pasti kesahihannya ([Hermes, 2022](#)). Manakala, berbuat mengikut kemahuan sendiri dalam memuat naik kandungan video TikTok tanpa mengutamakan akhlak merupakan pilihan yang terendah oleh responden dengan nilai min 1.62.

Jadual 9: Skala, min dan sisihan piawai bagi penampilan diri berdasarkan teladan diri dalam aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya menjaga adab dan perilaku dalam memberi komen pada kandungan video yang dimuatnaik di TikTok	17 (15.9)	6 (5.6)	9 (8.4)	35 (32.7)	40 (37.4)	3.70	1.429	Tinggi
2.	Saya mengajak pengguna lain kepada perkara baik dan positif melalui kandungan video yang di muatnaik di TikTok	29 (27.1)	9 (8.4)	23 (21.5)	26 (24.3)	20 (18.7)	2.99	1.476	Tinggi
3.	Saya berbuat mengikut kemahuan saya dalam memuatnaik	75 (70.1)	11 (10.3)	11 (10.3)	7 (6.5)	3 (2.8)	1.62	1.087	Rendah

kandungan video TikTok tanpa mengutamakan akhlak				
Purata Keseluruhan	2.77	1.331	Sederhana	

Jadual 10 menunjukkan bahawa kelemahan yang dimiliki untuk mendapat belas kasihan dari pengguna TikTok yang lain merupakan pilihan yang terendah dengan nilai min 1.29. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor contohnya adalah pelajar menggunakan aplikasi TikTok untuk menimba ilmu. Setiap kandungan video menampilkan kaedah pembelajaran ringkas yang kreatif dan padat untuk dipelajari sehingga menarik perhatian pengguna TikTok (Husain et al., 2021). Manakala, tidak mahu pengguna TikTok yang lain berkomen dengan bersimpati pada keadaan yang dihadapi mendapat pilihan yang paling tinggi oleh responden iaitu dengan nilai min 2.35. Ini menunjukkan bahawa aplikasi TikTok digunakan bukan untuk mendapat simpati, tetapi lebih kepada berkongsi ilmu dan mengasah bakat mereka. Aplikasi ini membolehkan pelajar mempelajari semua perkara tentang penyuntingan video. Terdapat begitu banyak cara dan kaedah yang mudah boleh dipelajari untuk menghasilkan satu video yang bermanfaat kepada masyarakat. Video TikTok yang dihasilkan mudah untuk mendapatkan jumlah tontonan (Husain et al., 2021).

Jadual 10: Skala, min dan sisihan piawai bagi penampilan diri berdasarkan cara meraih perhatian dalam aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Melalui kandungan video TikTok yang dimuat naik, saya menunjukkan kelemahan yang dimiliki untuk mendapat belas kasihan daripada pengguna TikTok yang lain	89 (83.2)	6 (5.6)	11 (10.3)	1 (0.9)	0 (0)	1.29	0.687	Rendah
2.	Saya mengongsikan kesusahan yang saya hadapi melalui kandungan video TikTok untuk mendapat pertolongan daripada orang lain	87 (81.3)	4 (3.7)	14 (13.1)	2 (1.9)	0 (0)	1.36	0.780	Rendah
3.	Saya tidak mahu pengguna TikTok yang lain berkomen dengan bersimpati pada keadaan yang dihadapi oleh saya	51 (47.7)	5 (4.7)	28 (26.2)	9 (8.4)	14 (13.1)	2.35	1.467	Rendah
Purata Keseluruhan							1.66	0.978	Rendah

Jadual 11 menunjukkan bahawa memuat naik kandungan video yang mengandungi unsur negatif di TikTok mendapat pilihan yang terendah oleh responden iaitu dengan nilai min 1.29. hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor iaitu pihak pengurusan TikTok

akan menapis kandungan yang dikeluarkan oleh pengguna TikTok supaya ianya berlandaskan Garis Panduan Komuniti. Pengguna yang berkongsi kandungan yang menggambarkan, menggalakkan atau mengagung-agungkan tindakan berbahaya yang boleh mengakibatkan kecederaan, atau perkongsian video-video seksual, ekstremisme, racism dan sebagainya akan diambil tindakan (Admin, 2022). Manakala pernyataan tidak akan membuat kandungan video TikTok yang mengandungi unsur negatif seperti kata-kata kasar mendapat pilihan yang tertinggi dengan nilai min 3.02. Ini menunjukkan bahawa pelajar UTHM Pagoh menggunakan aplikasi TikTok secara berhemat. Justeru, ia memberi impak dan kesan positif seperti menjadikannya platform sebagai medium komunikasi untuk menyampaikan sesuatu maklumat antaranya sebagai platform untuk pembelajaran ataupun ada yang menggunakannya sebagai platform untuk menjana pendapatan sampingan (Nurdiyanah, 2021).

Jadual 11: Skala, min dan sisihan piawai bagi penampilan diri berdasarkan perilaku diri (negatif) dalam aplikasi TikTok

No	Pernyataan	TP	JJ	KK	K	AK	Min	SP	Tahap
1.	Saya pernah membuat komen yang mengandungi kata-kata kasar pada kandungan video TikTok pengguna lain	89 (83.2)	4 (3.7)	10 (9.3)	2 (1.9)	2 (1.9)	1.36	0.871	Rendah
2.	Saya pernah memuatnaik kandungan video yang mengandungi unsur negatif di TikTok	92 (86)	3 (2.8)	8 (7.5)	4 (3.7)	0 (0)	1.29	0.765	Rendah
3.	Saya tidak akan membuat kandungan video TikTok yang mengandungi unsur negatif seperti kata-kata kasar	40 (37.4)	4 (3.7)	13 (12.1)	14 (13.1)	36 (33.6)	3.02	1.743	Sederhana
Purata Keseluruhan							1.89	1.126	Rendah

5. Kesimpulan

Secara keseluruhannya, hasil kajian mendapati bahawa impak penggunaan aplikasi TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa UTHM, Cawangan Kampus Pagoh lebih mendorong ke arah positif. Hal ini dapat dilihat melalui hasil dapatan daripada penampilan diri berdasarkan teladan diri dalam aplikasi TikTok. Para pelajar menjaga adab dan perilaku yang baik semasa memberi komen pada kandungan video serta mengajak pengguna lain kepada perkara yang positif melalui kandungan video yang dimuat naik di TikTok. Oleh itu, secara tidak langsung TikTok mampu mendorong pelajar UTHM di Kampus Pagoh untuk mengamalkan gaya hidup yang lebih berakhlak

dan berkualiti. Namun demikian, sebagai pengguna TikTok yang berhemah, pelajar perlu sentiasa mengambil kira kelemahan aplikasi tersebut terlebih dahulu sebelum menggunakannya bagi mengatasi masalah-masalah yang mungkin akan timbul di masa hadapan. Hal ini kerana jika pelajar tidak dapat menggunakan medium ini dengan sebaiknya, maka fungsi aplikasi TikTok ini tidak dapat diteruskan dengan lebih efisien. Di samping itu, para pengkaji dan penyelidik juga boleh menjalankan lebih banyak kajian di institusi pengajian tinggi (IPT) yang lain untuk menganalisis impak penggunaan aplikasi TikTok ini dalam kalangan mahasiswa dari pelbagai sudut seperti tahap pengajaran dan pembelajaran (PdP) mereka. Kajian seperti ini boleh dijadikan salah satu bukti untuk mengenal pasti cara penggunaan aplikasi TikTok ini sama ada mendatangkan impak yang positif atau negatif terhadap diri mahasiswa di negara ini. Justeru itu, diharapkan agar pengkaji mahupun penyelidik mampu untuk meneruskan kajian seumpama ini dengan lebih efektif agar negara kita dapat menghasilkan mahasiswa yang berkualiti.

Kelulusan Etika dan Persetujuan untuk Menyertai Kajian (*Ethics Approval and Consent to Participate*)

prosedur yang dilakukan dalam kajian ini yang melibatkan subjek manusia telah dijalankan mengikut piawaian etika jawatankuasa penyelidikan institusi. Kebenaran dan persetujuan mengikuti kajian turut diperoleh daripada semua peserta kajian.

Penghargaan (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada pejabat penerbit UTHM yang telah membantu saya dalam proses penerbitan artikel jurnal ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada responden yang membantu menjayakan artikel ini serta rakan-rakan dan pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung dalam kajian ini.

Kewangan (*Funding*)

Penulis menerima bantuan kewangan daripada pejabat penerbit UTHM melalui bantuan publikasi E15216

Konflik Kepentingan (*Conflict of Interest*)

Penulis melaporkan tiada sebarang konflik kepentingan berkenaan penyelidikan, pengarang atau penerbitan kajian ini.

Rujukan

- Awang, H., Khalid, M. A. S. M., Yin, A. W. & Ya'acob, C. H. (2022). The Use of TikTok to Enhance Student Participation in Computer Applications Class. *Journal of Contemporary Social Science and Education Studies*, 2(2), 30-40. <http://jocss.com/index.php/multidiscipline/article/view/120>
- Aziz, S. Raop, N. A. & Shukor, M. F. A. (2021). Pengaruh faktor teknologi maklumat dan komunikasi terhadap kualiti hidup dalam kalangan belia. *Jurnal 'Ulwan*, 1(6), 110-126.

- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology and Behavior*, 12(2), 209-213 <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajaemen Pemasaran PETR*, 3(1), 1-13.
- Emzir. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada.
- Hermes (2022). Pentingnya Adab Dan Etika Dalam Pergaulan di Media Sosial, *Berita. BeritaHarian*. Retrieved December 26, 2022, from <https://www.beritaharian.sg/setempat/pentingnya-adab-dan-etika-dalam-pergaulan-di-media-sosial>
- Husain, N. H., Rozlin, I. & Mustafa, R. (2022). Tiktok Jadi Platform Masyarakat Timba Ilmu. *Sinar Harian*. Retrieved December 25, 2022, from <https://www.sinarharian.com.my/article/167701/BERITA/Nasional/TikTok-jadi-platform-masyarakat-timba-ilmu>
- Izzatul, H. (2022). Asal Usul Aplikasi 'TikTok' Dan Perkembangannya di Dunia. *Teh Tarik Gelas Besar*. Retrieved December 13, 2022, from <https://tehtarikgelasbesar.com/asal-usul-aplikasi-tiktok-dan-perkembangannya-di-dunia/#.Y5h5c3ZBzIU>
- Kefli, N. (2022). *Tayang Gaya Luar Waktu Sekolah, Gadis Cantik Ligat Tebar Roti Canai Raih Pujian*. 11-12. Retrieved December 15, 2022 from <https://ohmymedia.cc/ms/tayang-gaya-luar-waktu-sekolah-gadis-ligat-tebar-roti-canai-di-gerai-raih-pujian>
- Khaidir, M. Q., & Osman, K. (2022). *Dakwah Melalui Media (Aplikasi Tiktok) Dakwah Melalui Media (Aplikasi Tiktok)*. Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liang, X. (2021, April). Research on How to Perceive Their Behavior for International High School Students Based on Using TikTok with Semi-Structured Interview. In 2021 6th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2021). *Atlantis Press*, 543, 796-799. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210407.151>
- McNeish, D. (2018). Thanks Coefficient Alpha, We'll Take It From Here. *Psychological Methods*, 23(3), 412. <https://doi.org/10.1037/met0000144>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9(641673), 1-6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: Erlangga.
- Mulya, H. (2021). *Persepsi Orangtua Terhadap Anak-anak Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Orangtua Di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan, kota Pekanbaru)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau.

- Ngilangil, K. M. (2022). Tiktok on SNSU Students: Engagement and Influence. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 7(4), 150–155. <https://doi.org/10.22161/ijels.74.22>
- Nichita, A., Enache, D., & Andreescu, C. V. (2021). Tiktok - The Influence On School Performance And Social Life Of Adolescents. *Pro Edu. International Journal Of Educational Sciences*, 4 (3), 62–70. <https://doi.org/10.26520/peijes.2021>.
- Nurdiyana, R. (2022). Terap Adab Dan Etika semasa Penggunaan Tiktok " media permata online. Terap adab dan etika semasa penggunaan TikTok. *Media Permata*. <https://mediapermata.com.bn/terap-adab-dan-etika-semasa-penggunaan-tiktok/>
- Oktaviani, D. (2019). *Pengaruh media Sosial Terhadap gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro*. IAIN Lampung.
- Omar, B., & Dequan, W. (2022). *Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage*. Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage - Learning & Technology Library (LearnTechLib). Retrieved December 13, 2022, from <https://www.learntechlib.org/p/216454/>
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(2), 175-196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2
- Rizqillah, Z. A., & Akhiyat (2021). Tiktokers : Pembinaan Identiti Mahasiswa UIN KHAS Jember. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 2(2), 107–111.
- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 125. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>
- Utami, A. D. V., Nujiana, S. & Hidayat, D. (2022). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 40-47.
- Wasilan, N. (2022). Elakkan diri menjadi individu toksik di media sosial. *Sinar Harian*. Retrieved December 24, 2022 from <https://sinarbestari.sinarharian.com.my/buletin/elakkan-diri-menjadi-individu-toksik-di-media-sosial/>
- Yao, M. (2021). Examination of Underlying Factors in Success of TikTok. In 2021 International Conference On Enterprise Management And Economic Development (Icemed 2021). *Atlantis Press*, 178, 296-301. <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210601.051>
- Yusof, M. N. M. & Tahir, Z. (2017). Kepentingan penggunaan media sosial teknologi maklumat dalam pendidikan IPTA. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12(3), 1-10.
- Zaki, N. S. A., Poniran, N. A. & Hussain, A. (2021). *Tiktok sebagai medium pengajaran terkini*. UiTM Cawangan Negeri Sembilan.