

PENGARUH PENGGUNAAN DAN INTENSITAS MEDIA TIKTOK TERHADAP SELF-COMPASSION

(Studi Kuantitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University)

Annisa Hajaroh¹, Dadan Saputra²

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN BISNIS, INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2026

Revised September 2026

Accepted September 2026

Available September 2026

annisahajaroh7@gmail.com¹

ds_sanusi@yahoo.com²

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute*

A B S T R A K

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh penggunaan media TikTok dan intensitas penggunaan media TikTok terhadap self-compassion pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University.” Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 167 mahasiswa dan sampel sebanyak 64 responden yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media TikTok berpengaruh signifikan terhadap self-compassion. Sebaliknya, intensitas penggunaan media TikTok tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap self-compassion. Adapun secara simultan, penggunaan dan intensitas penggunaan media TikTok tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap self-compassion pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University.

Kata Kunci: Penggunaan, Intensitas, Self-Compassion, Media TikTok.

A B S T R A C T

This study was conducted to find out “The influence of TikTok usage and the intensity of TikTok use on self-compassion among 2022 Communication Studies students at International Women University.” The study used a quantitative approach with a population of 167 students and a sample of 64 respondents determined using the Slovin formula. Research data was obtained through distributing questionnaires to the respondents. Data analysis in this study used descriptive and verificative analysis. The results showed that TikTok usage has a significant effect on self-compassion. On the other hand, the intensity of TikTok use did not show a significant effect on self-compassion. Simultaneously, the use and intensity of TikTok use did not have a significant effect on self-compassion among 2022 Communication Studies students at International Women University.

Keywords: Usage, Intensity, Self-Compassion, TikTok Media



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi masyarakat. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang cepat, luas, dan interaktif serta memungkinkan pengguna memperoleh, memproduksi, dan membagikan informasi (Pramiyanti et al., 2014; Kaplan & Haenlein, 2010). Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. DataReportal Digital 2024 mencatat sebanyak 139 juta orang di Indonesia menggunakan media sosial pada Januari 2024.

Salah satu platform yang berkembang pesat adalah TikTok. Aplikasi berbasis video pendek ini memungkinkan pengguna membuat, mengakses, dan membagikan konten melalui berbagai fitur interaksi seperti like, komentar, dan share (Yani, 2023). Algoritma For You Page (FYP) juga menampilkan konten berdasarkan aktivitas dan minat pengguna sehingga memungkinkan terjadinya paparan konten secara berulang. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi cara individu memahami, menilai, dan memandang dirinya sendiri.

Dalam konteks tersebut, self-compassion menjadi aspek penting untuk dikaji karena berkaitan dengan kemampuan individu memperlakukan diri dengan kebaikan, memahami bahwa kesulitan merupakan bagian dari pengalaman manusia, serta menyadari pengalaman diri secara seimbang. Mahasiswa sebagai kelompok pengguna media sosial yang aktif menjadi kelompok yang relevan untuk melihat keterkaitan antara penggunaan TikTok dan self-compassion.

Penelitian sebelumnya cenderung mengkaji intensitas penggunaan media sosial sebagai satu variabel dalam hubungannya dengan self-compassion. Penelitian ini mengembangkan kajian tersebut dengan membedakan penggunaan TikTok (X1) dan intensitas penggunaan TikTok (X2), serta menguji pengaruh keduanya secara parsial dan simultan terhadap self-compassion (Y). Fokus penelitian ditujukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 agar karakteristik responden

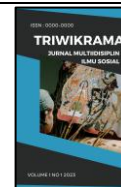
Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok dan intensitas penggunaan TikTok terhadap self-compassion pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022.

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Teoretis

Teori New Media

Teori New Media menjelaskan perkembangan media berbasis teknologi digital dan internet yang memungkinkan komunikasi berlangsung cepat, interaktif, serta tidak terbatas ruang dan waktu. Media baru tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga ruang interaksi dan partisipasi pengguna. Dalam penelitian ini, TikTok merupakan bentuk media baru yang memungkinkan pengguna mengakses, membuat, dan membagikan konten melalui fitur like, komentar, dan share. Algoritma For You Page (FYP) juga menyesuaikan konten berdasarkan aktivitas dan minat pengguna sehingga dapat membentuk pola penggunaan dan intensitas penggunaan media (Levy et al., 2015; Yani, 2023).



Teori Efek Media

Teori Efek Media menjelaskan bahwa paparan media dapat menimbulkan perubahan pada individu, baik dalam pengetahuan, perasaan, sikap, maupun perilaku. Lang (2000) menjelaskan bahwa efek media dipengaruhi oleh karakteristik pesan, media, individu, dan situasi penggunaan. Dalam penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk menjelaskan kemungkinan pengaruh penggunaan dan intensitas penggunaan TikTok terhadap self-compassion mahasiswa. Paparan konten secara berulang dapat berkaitan dengan cara individu memahami, menilai, dan memperlakukan dirinya sendiri.

Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan tertentu. Penggunaan media dapat didorong oleh kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, dan ekspresi diri. Dalam konteks TikTok, pengguna secara aktif memilih dan mengonsumsi konten sesuai minat dan kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan tersebut dapat memengaruhi pola serta intensitas penggunaan TikTok, sehingga teori ini relevan untuk menjelaskan perilaku penggunaan TikTok pada mahasiswa.

Berdasarkan ketiga teori tersebut, penggunaan TikTok dipandang sebagai aktivitas komunikasi melalui media digital, sedangkan intensitas penggunaan berkaitan dengan tingkat keterlibatan pengguna. Keduanya kemudian dikaji hubungannya dengan self-compassion mahasiswa.

Self-Compassion

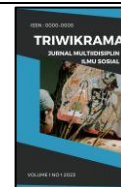
Self-compassion merupakan kemampuan individu untuk memperlakukan diri dengan kebaikan dan penerimaan ketika menghadapi kesulitan, kegagalan, atau tekanan. Self-compassion membantu individu memahami keterbatasan diri tanpa memberikan kritik secara berlebihan. Dalam konteks penggunaan media sosial, self-compassion berperan dalam membantu individu menyikapi berbagai konten secara lebih bijaksana dan mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain.

Self-compassion terdiri atas tiga aspek utama, yaitu **self-kindness**, berupa sikap baik dan tidak menghakimi diri; **common humanity**, yaitu kesadaran bahwa kesulitan merupakan bagian dari pengalaman manusia; serta **mindfulness**, yaitu kemampuan menyadari pengalaman dan emosi secara seimbang tanpa berlebihan. Self-compassion dapat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, usia, jenis kelamin, dan budaya.

Kerangka Konseptual

Penggunaan TikTok (X1)

Penggunaan TikTok merupakan aktivitas individu dalam memanfaatkan TikTok untuk menonton, membuat, membagikan konten, serta berinteraksi dengan pengguna lain (Yani, 2023). Penggunaan TikTok dapat memberikan pengalaman positif maupun negatif yang berpotensi berkaitan dengan self-compassion, tergantung pada jenis konten dan cara individu meresponsnya.



Intensitas Penggunaan TikTok (X2)

Intensitas penggunaan TikTok menunjukkan tingkat penggunaan yang dapat dilihat dari frekuensi dan durasi individu dalam mengakses TikTok (Maharani et al., 2025). Semakin tinggi intensitas penggunaan, semakin besar pula paparan individu terhadap berbagai konten yang berpotensi memengaruhi kondisi psikologis dan self-compassion.

Self-Compassion (Y)

Self-compassion merupakan kemampuan individu untuk menerima dan memperlakukan dirinya secara baik ketika menghadapi kesulitan atau kegagalan. Variabel ini diukur melalui tiga aspek, yaitu self-kindness, common humanity, dan mindfulness. Dalam penelitian ini, self-compassion menjadi variabel dependen yang dipengaruhi oleh penggunaan TikTok dan intensitas penggunaan TikTok.

2. METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok dan intensitas penggunaan TikTok terhadap self-compassion pada mahasiswa. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner dan selanjutnya dianalisis dengan teknik statistik.

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat penggunaan TikTok, intensitas penggunaan TikTok, dan self-compassion responden. Sementara itu, analisis verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh penggunaan dan intensitas penggunaan TikTok terhadap self-compassion, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif serta pengujian hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik.

Populasi dan Sampel

Populasi

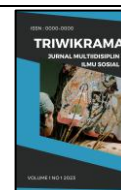
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi International Women University (IWU) angkatan 2022 yang berjumlah ****167 orang****. Populasi tersebut dipilih karena sesuai dengan karakteristik dan tujuan penelitian mengenai penggunaan TikTok dan self-compassion.

Sampel

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Berdasarkan perhitungan:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

Keterangan:



N; jumlah sampel, N; jumlah populasi e; tingkat kesalahan (error tolerance) yang masih dapat ditoleransi Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan (e) yang digunakan sebesar 10%

(0,10) dengan tingkat kepercayaan 90%. Perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = 167 / (1 + 167 \times 0,10^2)$$

$$n = 167 / (1 + 167 \times 0,01)$$

$$n = 167 / (1 + 1,67)$$

$$n = 167 / 2,67$$

$$n = 62,5$$

$$n = 167 / (1 + 167 \times 0,10^2) = 62,5$$

Hasil perhitungan tersebut dibulatkan menjadi 63 responden. Namun, untuk mengantisipasi adanya data yang tidak lengkap, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 64 responden.

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden adalah: (1) mahasiswa Ilmu Komunikasi International Women University (IWU) angkatan 2022 dan (2) aktif menggunakan TikTok.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Responden memberikan jawaban sesuai dengan kondisi dan pengalaman mereka terkait penggunaan TikTok, intensitas penggunaan TikTok, dan self-compassion.

Uji Validitas dan Reliabilitas

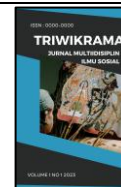
Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 5%. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Ghozali, 2018).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kondisi variabel penggunaan TikTok, intensitas penggunaan TikTok, dan self-compassion. Sementara itu, regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh penggunaan TikTok dan intensitas penggunaan TikTok terhadap self-compassion.

*Corresponding author

E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com



Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data hasil kuesioner melalui nilai frekuensi, persentase, dan rata-rata. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan diinterpretasikan untuk mengetahui tingkat masing-masing variabel penelitian.

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan:

P = Persentase

F = frekuensi dari setiap jawaban angket

N = jumlah skor ideal

100 = bilangan tetap Menurut

Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis secara statistik mengenai pengaruh penggunaan TikTok (X1) dan intensitas penggunaan TikTok (X2) terhadap self-compassion (Y) pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 (Sugiyono, 2017).

Uji Asumsi Klasik

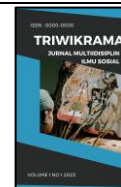
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal sebagai salah satu prasyarat analisis statistik parametrik. Pengujian dilakukan melalui analisis grafik Normal P-Plot dan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Pada Normal P-Plot, data dinyatakan normal apabila titik-titik mengikuti atau mendekati garis diagonal. Sementara itu, berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05. Sebaliknya, nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Ini merupakan dasar untuk menafsirkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov untuk normalitas. Berikut adalah rumusnya:

$$D = \max F_s(x) - F_t(x)$$



keterangan:

$F_s(x)$ = fungsi distribusi kumulatif empiris dari sampel

$F_t(x)$ = fungsi distribusi kumulatif teoritis yang dihipotesiskan

Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan untuk menentukan apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal. SPSS versi 25 digunakan dalam penelitian ini untuk menguji kedua uji tersebut.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi linier berganda. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Menurut Ghazali (2021), model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai $VIF < 10$ dan tolerance $> 0,10$. Sebaliknya, nilai $VIF > 10$ dan tolerance $< 0,10$ menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

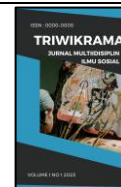
Dimana R_j^2 adalah koefisien determinasi dari regresi variabel bebas j terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai $VIF > 10$ atau Tolerance $< 0,10$, maka diindikasikan terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Glejser dan analisis grafik scatterplot.

Uji Glejser

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi setiap variabel independen $> 0,05$. Sebaliknya, nilai signifikansi $\leq 0,05$ menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Gujarati, 2023; Ghazali, 2021).



$$|e_i| = \alpha + \beta X_i + \varepsilon_i$$

Keterangan:

$|e_i|$ = nilai absolut residual (galat)

X_i = variabel bebas

α, β = parameter regresi

ε_i = error

Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya.

Grafik Scatterplot

Uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik. Jika titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, pola tertentu menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Durbin-Watson (DW). Kriteria yang digunakan yaitu nilai DW < -2 menunjukkan autokorelasi positif, nilai DW antara -2 sampai +2 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi, dan nilai DW > +2 menunjukkan autokorelasi negatif (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Iba & Wardhana, 2021). Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh penggunaan TikTok (X1) dan intensitas penggunaan TikTok (X2) terhadap self-compassion (Y). Adapun persamaan regresi yang digunakan adalah:

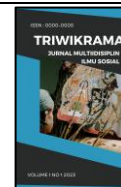
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Self-compassion

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi



X_1 = Penggunaan TikTok

X_2 = Intensitas Media TikTok

e = Error

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan yang rendah, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$r^2 = \frac{(b_1x \sum X_1Y) + (b_2x \sum X_2Y)}{\sum Y^2}$$

Koefisien Korelasi (r)

$$r = \sqrt{r^2} = \frac{(b_1x \sum X_1Y) + (b_2x \sum X_2Y)}{\sum Y^2}$$

Koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengetahui arah dan tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai r berada pada rentang -1 sampai +1. Nilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah. Semakin mendekati +1 atau -1, semakin kuat hubungan antarvariabel, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang sangat lemah.

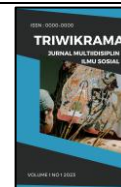
Pedoman interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2021, hlm. 184) menunjukkan bahwa nilai korelasi sebesar 0,00-0,199 termasuk dalam kategori sangat rendah, nilai 0,20-0,399 termasuk kategori rendah, nilai 0,40-0,599 termasuk kategori sedang, nilai 0,60-0,799 termasuk kategori kuat, dan nilai 0,80-1,000 termasuk kategori sangat kuat.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis statistik terdiri atas hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) yang diuji berdasarkan hasil analisis statistik (Sugiyono, 2021).

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = n - 2. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi dan perbandingan t hitung dengan t tabel. Rumus dasar uji t menurut Sugiyono, (2021, hlm. 288) adalah:



$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

t = Tingkat signifikan

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji, ngan melihat asumsi sebagai berikut:

Tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ (5%) Degree of freedom (df) = n - 2

Hasil t hitung diperbandingkan dengan t tabel

Berpedoman kepada Sugiyono, (2021, hlm. 289) uji kriterianya adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis berdasarkan uji t

1. Jika t hitung $\geq$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan.
2. Jika t hitung $\leq$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan.

b. Berdasarkan nilai signifikansi

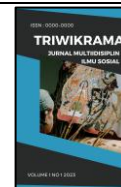
Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan serta menguji kelayakan model regresi (Ghozali, 2021). Dengan demikian, uji F digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan TikTok dan intensitas penggunaan TikTok secara bersama-sama berpengaruh terhadap self-compassion.

Rumus dasar uji F menurut (Sugiyono, 2019 hlm. 275-277):

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / n - k - 1}$$



Dengan $\alpha = 5\%$, $df_1 = k$, $df_2 = n - k - 1$, tingkat keyakinan 95%,

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien korelasi berganda

$n - k - 1$ = Degree of Freedom

Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Dasar pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima apabila seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di International Women University (IWU), Jalan Pasir Kaliki No. 179 A, Kota Bandung, Jawa Barat, dengan objek penelitian mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022. Penelitian dilaksanakan selama tahun penelitian, meliputi tahap penyusunan proposal, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Data Responden

Penelitian berjudul “Pengaruh Penggunaan dan Intensitas Media TikTok terhadap Self-Compassion (Studi Kuantitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University)” dilaksanakan pada April 2026. Populasi penelitian terdiri atas 167 mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022, dengan 64 mahasiswa ditetapkan sebagai sampel berdasarkan teknik sampling yang telah ditentukan. Selanjutnya, karakteristik 64 responden disajikan berdasarkan beberapa kategori.

Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022

Gambar 1. Apakah Mahasiswa Ilmu Komunikasi

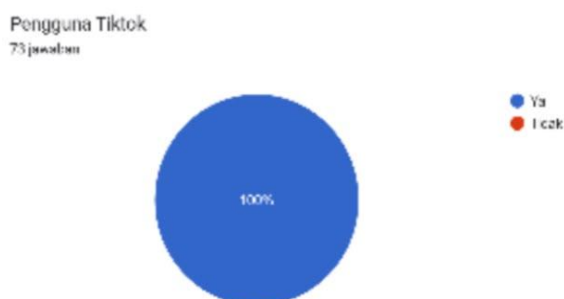


Sumber: Data olah penulis, 2026

Menunjukkan bahwa seluruh responden yang mengisi kuesioner merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University. Sebanyak 73 tanggapan (100%) berhasil diperoleh dari responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dengan demikian, seluruh data yang terkumpul berasal dari kelompok responden yang menjadi sasaran penelitian.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna TikTok

Gambar 2. Apakah Pengguna TikTok



Sumber: Data olah penulis, 2026, 2026

Menunjukkan bahwa seluruh responden yang mengisi kuesioner merupakan pengguna media tiktok. Sebanyak 73 tanggapan (100%) berhasil diperoleh dari responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dengan demikian, seluruh data yang terkumpul berasal dari kelompok responden yang menjadi sasaran penelitian.

Uji Instrumen

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Menurut Sugiyono, data penelitian kuantitatif harus memenuhi unsur validitas, reliabilitas, dan objektivitas agar hasil penelitian dapat dipercaya. Validitas menunjukkan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Validitas terdiri atas validitas internal yang berkaitan dengan ketepatan hasil penelitian terhadap

tujuan penelitian dan validitas eksternal yang berkaitan dengan kemampuan hasil penelitian untuk digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Nilai r tabel didapat dari jumlah responden sebanyak 64 orang menggunakan rumus $df = n - 2$, sehingga hasilnya 62. Dari tabel r Product Moment dengan tingkat signifikansi 5% (0,05), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,246.

Tabel 1. Uji Validitas Penggunaan (X1)

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,517	0,246	Valid
X1.2	0,518	0,246	Valid
X1.3	0,751	0,246	Valid

Sumber: Data olah SPSS 2026

Tabel 2. Uji Validitas Intensitas (X2)

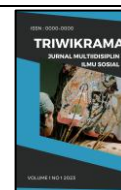
No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,748	0,246	Valid
X2.2	0,760	0,246	Valid
X2.3	0,717	0,246	Valid

Sumber: Data olah SPSS 2026

Tabel 3. Uji Validitas Self-Compassion (Y)

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,478	0,246	Valid
Y2	0,315	0,246	Valid
Y3	0,301	0,246	Valid
Y4	0,387	0,246	Valid

Sumber: Data olah SPSS 2026



Berdasarkan hasil pengujian instrumen di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur Penggunaan (X1), Intenitas (X2) dan Self-Compassion (Y) memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,246 yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain sudah dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel X1, X2 dan Y

Koefisien Cronbach's Alpha 0,70

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan (X1)	0,729	Reliabel
Intensitas(X2)	0,891	Reliabel
Self-Compassion (Y)	0,846	Reliabel

Sumber: Data olah SPSS 2026

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel Penggunaan (X1) > 0,70, Intensitas (X2) > 0.70, dan Self compassion (Y) > 0.70, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukkan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

Analisis Data Penelitian

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data hasil penelitian berdasarkan jawaban 64 responden. Data diukur menggunakan skala Likert lima poin dengan skor 1-5, kemudian dianalisis melalui nilai rata-rata, standar deviasi, dan persentase untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden pada variabel penggunaan TikTok (X1), intensitas penggunaan TikTok (X2), dan self-compassion (Y). Pengolahan data dilakukan menggunakan Microsoft Excel dan IBM SPSS 25 for Windows.

Tabel 5. Deskripsi Variabel Penggunaan (X1)

Variabel	N	Item	Jawaban reponden					Mean	Std Deviation	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Penggunaan	64	3	1	3	9	37	14	3.94	.833	78,80%	Tinggi
	64	3	0	0	2	37	25	4.36	.545	87,20%	Sangat Tinggi
	64	3	0	2	12	34	16	4.00	.756	80,00%	Tinggi
	Rata-Rata Variabel							9,63	.711	82,00%	Tinggi

Sumber: Data olah SPSS 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Penggunaan Media TikTok memperoleh rata-rata persentase sebesar 82,00% dan termasuk kategori tinggi. Indikator tertinggi adalah menonton konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan, dengan mean 4,36 dan persentase 87,20% (sangat tinggi). Penggunaan TikTok sebagai sarana hiburan memperoleh mean 4,00 dan persentase 80,00%, sedangkan interaksi melalui fitur like, komentar, dan share memperoleh mean 3,94 dan persentase 78,80%, keduanya termasuk kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden aktif menggunakan TikTok untuk mengakses konten sesuai minat, memperoleh hiburan, dan berinteraksi dengan pengguna lain.

Tabel 6. Deskripsi Variabel Intensitas (X2)

Variabel	N	Item	Jawaban reponden					Mean	Std Deviation	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Intensitas	64	3	5	2	21	29	7	3.48	1.008	69,60%	Tinggi
	64	3	2	5	12	36	9	3.70	.920	74,00%	Tinggi
	64	3	6	4	7	36	11	3.66	1.130	73,200%	Tinggi
	Rata-Rata Variabel							3.61	1,019	72,266%	Tinggi

Sumber: Data olah SPSS 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Intensitas Media TikTok memperoleh rata-rata persentase sebesar 72,27% dan termasuk kategori tinggi. Indikator tertinggi adalah membuka TikTok beberapa kali dalam sehari dengan mean 3,70 dan persentase 74,00%. Selanjutnya, membuka TikTok setiap hari memperoleh mean 3,66 dan persentase 73,20%, sedangkan penggunaan TikTok dalam waktu yang cukup lama setiap kali membuka aplikasi memperoleh mean 3,48 dan persentase 69,60%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang cukup tinggi, baik dari frekuensi maupun durasi penggunaan.

Tabel 7. Deskripsi Variabel Self compassion (Y)

Variabel	N	Item	Jawaban reponden					Mean	Std Deviation	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Self-compassion	64	4	0	3	0	43	18	4.19	.664	83,80%	Sangat Tinggi
	64	4	0	3	3	37	21	4.19	.732	83,80%	Sangat Tinggi
	64	4	1	1	7	41	14	4.03	.734	80,60%	Sangat Tinggi
	64	4	1	0	7	41	15	4.08	.697	81,60%	Sangat Tinggi
	Rata-Rata Variabel							4,12	0,707	82,45%	Sangat Tinggi

Sumber: Data olah SPSS 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel self-compassion memperoleh rata-rata persentase sebesar 82,45% dan termasuk kategori sangat tinggi. Indikator tertinggi berkaitan dengan sikap tetap baik kepada diri sendiri saat mengalami kesulitan atau kegagalan serta kesadaran bahwa setiap orang dapat menghadapi masalah serupa, dengan mean 4,19 dan persentase 83,80%. Selanjutnya, kemampuan menerima diri memperoleh mean 4,08 dan persentase 81,60%, sedangkan kemampuan mengenali dan mengelola perasaan memperoleh mean 4,03 dan persentase 80,60%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki self-compassion yang sangat tinggi, ditandai dengan kemampuan menerima, memahami, dan memperlakukan diri secara positif ketika menghadapi kesulitan.

Analisis Verifikatif

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik dengan bantuan SPSS 25. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas data berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh sebagai berikut:

a. Uji Statistik

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Data (Uji Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		total x1	total X2
N		65	65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12.12	10.68
	Std. Deviation	2.121	3.033
Most Extreme Differences	Absolute	.201	.235
	Positive	.139	.121
	Negative	-.201	-.235
Test Statistic		.201	.235
Asymptotic Significance (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c
Monte Carlo Significance (2-tailed)	Significance	.011 ^d	.002 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.007
		Upper Bound	.014

a. Test Distribution is Normal
b. Calculated from data
c. Lilliefors Significance Correction
d. Based on 5000 sampled tables with starting seed 1314643744

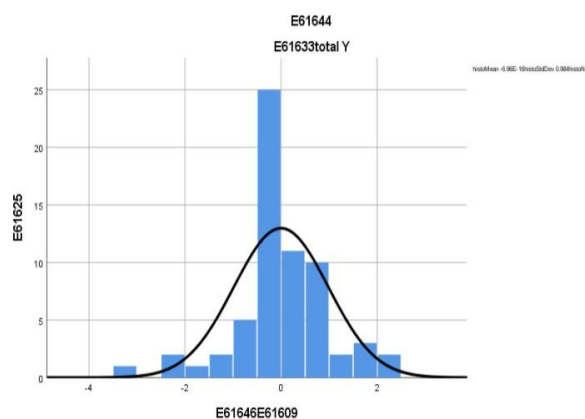
Sumber: Data olah SPSS 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada 64 responden, diperoleh nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,086. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Hasil ini juga didukung oleh analisis grafik yang menunjukkan pola distribusi data normal.

b. Uji Grafik

Analisis Grafik Histogram

Gambar 4. Hasil uji normalitas data (Grafik Histogram)

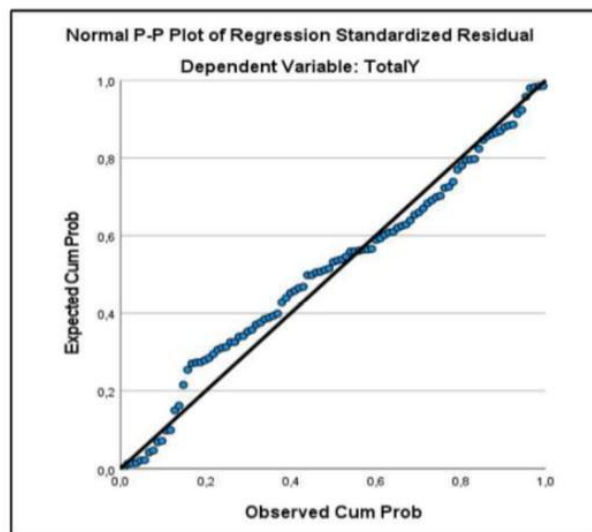


Sumber: Data olah SPSS 2026

uji normalitas grafik histogram menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng maka hasil tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Grafik P-Plot

Gambar 5. Hasil uji normalitas data (Grafik P-Plot)



Sumber: Data olah SPSS 2026

Untuk uji normalitas grafik P-Plot dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik, yang artinya data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan melalui penilaian nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) yang umumnya tersaji dalam hasil pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS. Kriteria penentuannya adalah sebagai berikut: model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai toleransi lebih besar dari 0,10 (10%) dan nilai VIF kurang dari 10. Sebaliknya, apabila nilai toleransi di bawah 0,10 dan nilai VIF melebihi 10, maka terindikasi adanya masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model tersebut.

Gambar 6. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Significance	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.271	1.436		1.582	.119		
	total x1	-.191	.151	-.212	-1.262	.212	.560	1.786
	total x2	.134	.086	.261	1.554	.125	.560	1.786

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data olah SPSS 2026

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi korelasi antarvariabel independen dalam model regresi, yang dinilai melalui nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel Penggunaan (TotalX1) dan Intensitas (TotalX2) masing-masing memiliki nilai toleransi sebesar 0,560 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,786 (< 10). Dengan demikian, tidak ditemukan gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menilai kesamaan varians residual antar pengamatan. Model regresi yang baik adalah yang memiliki varians residual konstan (homoskedastisitas); jika varians residual berubah-ubah, terjadi heteroskedastisitas yang dapat menurunkan ketepatan model. Pengujian dilakukan dengan metode uji Glejser dan analisis grafik.

Uji Glejser

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel independen. Kriteria pengujian: jika nilai signifikansi (probabilitas) setiap variabel lebih besar dari taraf kesalahan $\alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terindikasi adanya heteroskedastisitas. Hasil pengujian dengan uji Glejser pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 7. Hasil Uji Glejser Heteroskedasitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.271	1.436	1.582	.119		
	total x1	-.191	.151	-.212	.212	.560	1.786
	total X2	.134	.086	.261	.125	.560	1.786

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 4. 7: Hasil Uji Glejser Heteroskedasitas

Sumber: Data olah SPSS 2026

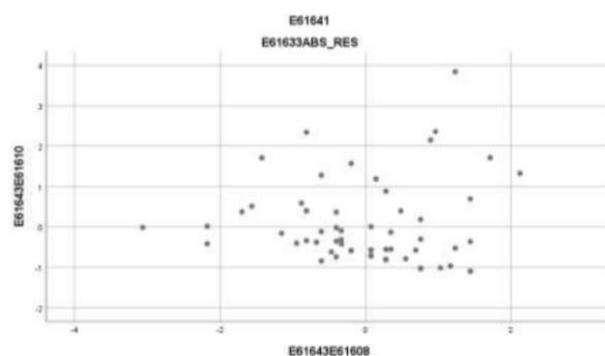
Gambar di atas menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi karena data Penggunaan (TotalX1) memiliki nilai signifikansi 0,212 $> 0,05$ dan data Intensitas (TotalX2) memiliki nilai signifikansi 0,125 $> 0,05$.

Uji Grafik (Scatterplot)

Grafik plot nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residu (ZRESID) dianalisis untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak ada

jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y.

Gambar 8. Hasil Uji Grafik Heteroskedasitas



Sumber: Data olah SPSS 2026

Hasil uji heteroskedastisitas melalui analisis grafik menunjukkan tidak terdapat indikasi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang beraturan. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel Self-Compassion berdasarkan variabel Penggunaan dan Intensitas, karena memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara nilai residual dengan nilai residual sebelumnya dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut: nilai DW < 2 menunjukkan adanya autokorelasi positif; nilai DW berada pada rentang 1,5-2,5 mengindikasikan tidak terjadi autokorelasi; sedangkan nilai DW > 2 menunjukkan adanya autokorelasi negatif. Hasil pengujian autokorelasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 9. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R Square	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.064	.252 ^a	.033	2.005	2.381
a. Predictors: (constant) total X2, total x1 ...					
b. Dependent Variable: total Y					

Sumber: Data olah SPSS 2026

Hasil uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson memperoleh nilai 2,381. Nilai ini berada pada rentang 1,5-2,5, sehingga disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi. Hal ini menunjukkan residual antar pengamatan saling bebas, sehingga model memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan persamaan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Gambar 10. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.869	2.053		6.269	.000
	total x1	.441	.216	.337	2.037	.046
	total X2	-.167	.123	-.224	-1.355	.181

a. Dependent Variable: total Y

Sumber: Data olah SPSS 2026

Penggunaan (total X1) dan intensitas (totalX2) terhadap self-Compassion pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022, dapat dihitung menggunakan persamaan berdasarkan

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 12.869 + 0,441 - 167 + e$$

Persamaan regresi menunjukkan variabel penggunaan media TikTok dan intensitas penggunaan TikTok berpengaruh terhadap self-compassion, dengan penjelasan sebagai berikut:

Konstanta (Y): Nilai 12,868 berarti tingkat self-compassion bernilai 12,868 ketika variabel penggunaan dan intensitas TikTok bernilai nol.

Penggunaan Media TikTok (X₁): Koefisien 0,441 berarti setiap peningkatan penggunaan TikTok akan meningkatkan self-compassion sebesar 0,441 (asumsi variabel lain tetap).

Intensitas Media TikTok (X₂): Koefisien -0,167 berarti setiap peningkatan intensitas penggunaan TikTok justru menurunkan self-compassion sebesar 0,167 (asumsi variabel lain tetap).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas (penggunaan dan intensitas) mampu menjelaskan variasi variabel terikat (self-compassion). Nilai R² menunjukkan proporsi perubahan self-compassion yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut; sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Hasil lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Gambar 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R Square	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.064	.252 ^a	.033	2.005	2.381

a. Predictors: (constant) total X2, total x1...

b. Dependent Variable: total Y

Sumber: Data olah SPSS 2026

Besarnya nilai R Square (R^2) pada gambar di atas adalah sebesar 0,064. Adapun cara menghitung Koefisien Determinasi dalam bentuk persentase adalah dengan menggunakan rumus berikut:

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

$$KD = 0,064 \times 100\% = 6,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel Penggunaan dan Intensitas dalam menjelaskan self-compassion adalah sebesar 6,4%, sedangkan sisanya dihitung dengan rumus berikut:

$$e = 1 - R^2$$

$$e = 1 - 0,064 = 0,936$$

Apabila dinyatakan dalam persentase:

93,6% Nilai ini mengindikasikan bahwa sebesar 93,6% variasi self-compassion dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 6,4% dijelaskan oleh variabel penggunaan dan intensitas penggunaan TikTok.

Koefisien Korelasi

Gambar 12. Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R Square	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.064	.252 ^a	.033	2.005	2.381

a. Predictors: (constant) total X2, total x1...

b. Dependent Variable: total Y

Sumber: Data olah SPSS 2026

Menurut pedoman Sugiyono (2021, hlm.139), nilai korelasi dikategorikan: <21% sangat rendah, 21-40% rendah, 41-60% cukup, 61-80% tinggi, dan 81-100% sangat tinggi. Diperoleh nilai $R = 0,252$ (25,2%), termasuk kategori rendah, artinya hubungan antarvariabel lemah. Nilai positif juga menunjukkan hubungan searah: kenaikan variabel bebas cenderung diikuti kenaikan self-compassion.

Nilai **Standard Error of the Estimate** sebesar 2,005 menunjukkan tingkat kesalahan antara nilai aktual dengan nilai yang diprediksi oleh model regresi linear berganda. Semakin kecil nilai *Standard Error of the Estimate*, semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Dengan demikian, nilai sebesar 2,005 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesalahan prediksi yang relatif rendah, sehingga cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen berdasarkan variabel independen yang diteliti.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu penggunaan dan intensitas, terhadap variabel dependen, yaitu *self-compassion*, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta melihat nilai signifikansi. Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai t hitung $\leq t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Gambar 13. Hasil Uji T

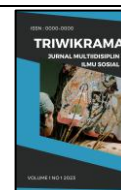
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Significance
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12.869	2.053		.000
	total x1	.441	.216	.337	.046
	total X2	-.167	.123	-.224	.181

a. Dependent Variable: total Y

Sumber : Hasil olah data Spss, 2026

Pengaruh Penggunaan Media TikTok terhadap Self-Compassion

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), penggunaan media TikTok berpengaruh signifikan terhadap self-compassion pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,037, sedangkan t tabel sebesar 1,99962, sehingga t hitung $> t$ tabel ($2,037 > 1,99962$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti penggunaan media TikTok berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media TikTok memiliki peran dalam memengaruhi tingkat self-compassion mahasiswa. Berbagai konten yang diakses melalui TikTok, baik berupa informasi, hiburan, pendidikan, maupun pengalaman pengguna lainnya, dapat berkaitan dengan cara mahasiswa memahami dan memperlakukan dirinya sendiri. Dengan demikian, penggunaan media TikTok menjadi salah satu faktor yang berhubungan dengan self-compassion mahasiswa dalam penelitian ini.

Pengaruh Intensitas Media TikTok terhadap Self-Compassion

Berdasarkan hasil uji parsial, intensitas penggunaan media TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University. Nilai t hitung sebesar -1,355 dengan nilai absolut sebesar 1,355, sedangkan t tabel sebesar 1,99962. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai absolut t hitung $< t$ tabel ($1,355 < 1,99962$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,181 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga intensitas penggunaan media TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa frekuensi maupun durasi penggunaan TikTok tidak secara langsung menentukan tingkat self-compassion mahasiswa. Mahasiswa yang menggunakan TikTok dengan intensitas tinggi belum tentu memiliki tingkat self-compassion yang berbeda dibandingkan mahasiswa dengan intensitas penggunaan yang lebih rendah. Oleh karena itu, tingkat self-compassion dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar intensitas penggunaan TikTok, seperti pengalaman pribadi, lingkungan sosial, kondisi psikologis, dan karakteristik konten yang dikonsumsi.

Uji Simultan (F)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

$$F = \frac{0,064/2}{(1 - 0,064)/(64 - 2 - 1)} = 2,085$$

Berikut adalah tabel hasil uji F dengan menggunakan SPSS for Windows Versi 25, diperoleh hasil sebagai berikut:

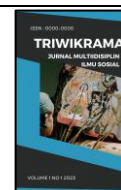
Gambar 14. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	16.693	2	8.347	2.076	.134 ^b
	Residual	245.291	61	4.021		
	Total	261.984	63			

a. Dependent Variable: total Y

b. Predictors: (constant) total X2, total x1 ...

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa penggunaan media TikTok dan intensitas media TikTok secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa Ilmu



Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 2,076 yang lebih kecil daripada F tabel sebesar 3,15 ($2,076 < 3,15$) dan nilai signifikansi sebesar $0,134 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,252 menunjukkan hubungan yang rendah antara penggunaan dan intensitas media TikTok dengan self-compassion. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,064 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 6,4% variasi self-compassion, sedangkan 93,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

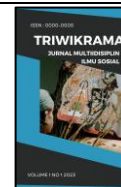
Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Media TikTok terhadap Self-Compassion

Berdasarkan hasil pengujian, penggunaan media TikTok berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berkaitan dengan bagaimana mahasiswa memahami dan memperlakukan dirinya sendiri. Penggunaan TikTok tidak hanya berupa aktivitas membuka dan melihat aplikasi, tetapi juga melibatkan pemilihan berbagai konten sesuai dengan kebutuhan dan minat pengguna. Mahasiswa dapat mengakses konten hiburan, informasi, pendidikan, motivasi, maupun pengalaman dari pengguna lain. Konten yang diterima secara berulang dapat menjadi pesan yang memengaruhi cara mahasiswa memandang dirinya dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui Teori Kegunaan dan Kepuasan yang memandang pengguna media sebagai pihak yang aktif dalam memilih media dan konten sesuai dengan kebutuhan tertentu. Dengan demikian, penggunaan TikTok yang didasarkan pada kebutuhan pengguna memungkinkan konten yang diterima memberikan pengaruh terhadap cara individu memahami dan menilai dirinya.

Pengaruh Intensitas Media TikTok terhadap Self-Compassion

Hasil pengujian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,181 > 0,05$. Artinya, frekuensi dan lamanya penggunaan TikTok tidak secara langsung menentukan tingkat self-compassion mahasiswa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dalam waktu yang lama belum tentu menghasilkan pengaruh tertentu terhadap diri pengguna. TikTok dapat digunakan sekadar untuk mengisi waktu luang atau mencari hiburan, sehingga tingginya intensitas penggunaan tidak selalu diikuti dengan keterlibatan terhadap pesan yang disampaikan melalui konten. Perbedaan dalam menerima dan memahami konten juga dapat menyebabkan pengaruh yang berbeda pada setiap individu. Mahasiswa yang memiliki intensitas penggunaan TikTok yang sama belum tentu memiliki tingkat self-compassion yang sama karena setiap individu memiliki pengalaman, pola pikir, dan cara menafsirkan pesan yang berbeda. Hasil tersebut sesuai dengan Teori Perbedaan Individu yang menjelaskan bahwa respons seseorang terhadap pesan media dapat berbeda karena adanya perbedaan karakteristik,



pengalaman, dan kondisi individu. Dengan demikian, intensitas penggunaan TikTok saja belum cukup untuk menjelaskan perubahan tingkat self-compassion mahasiswa.

Pengaruh Penggunaan dan Intensitas Media TikTok terhadap Self-Compassion Secara Simultan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa penggunaan media TikTok dan intensitas media TikTok secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Nilai F hitung sebesar 2,076 lebih kecil daripada F tabel sebesar 3,15 ($2,076 < 3,15$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,134 > 0,05$. Dengan demikian, kedua variabel tersebut secara bersama-sama belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Nilai R sebesar 0,252 menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan dan intensitas media TikTok dengan self-compassion berada pada kategori rendah. Sementara itu, nilai R^2 sebesar 0,064 menunjukkan bahwa penggunaan dan intensitas media TikTok hanya memberikan kontribusi sebesar 6,4% terhadap self-compassion, sedangkan 93,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Faktor lain tersebut dapat berupa dukungan sosial, lingkungan pergaulan, pengalaman pribadi, kondisi psikologis, serta faktor internal individu. Oleh karena itu, tingkat self-compassion mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh penggunaan dan intensitas media TikTok, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

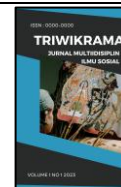
Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan dan intensitas media TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 di International Women University berada pada kategori tinggi, sedangkan tingkat self-compassion berada pada kategori sangat tinggi. Penggunaan media TikTok terbukti berpengaruh signifikan terhadap self-compassion mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas mahasiswa dalam mengakses, memilih, dan menerima berbagai konten TikTok memiliki keterkaitan dengan tingkat self-compassion yang dimiliki.

Sebaliknya, intensitas penggunaan media TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion. Frekuensi dan durasi penggunaan TikTok tidak secara langsung menentukan tingkat self-compassion mahasiswa. Selain itu, penggunaan dan intensitas media TikTok secara bersama-sama juga tidak berpengaruh signifikan terhadap self-compassion. Nilai R^2 sebesar 0,064 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 6,4% perubahan self-compassion, sedangkan 93,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Saran

Bagi mahasiswa, penggunaan TikTok sebaiknya dilakukan secara bijak dengan memilih konten yang positif, informatif, dan bermanfaat. Mahasiswa juga perlu memperhatikan jenis konten yang dikonsumsi serta dampaknya terhadap cara memandang dan memperlakukan diri sendiri.

Bagi universitas, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial secara bijak melalui kegiatan literasi digital, seminar, atau diskusi yang relevan dengan kehidupan mahasiswa.



Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan faktor lain yang dapat memengaruhi self-compassion, seperti dukungan sosial, lingkungan, pengalaman pribadi, dan faktor psikologis. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan responden dengan karakteristik yang berbeda agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas.

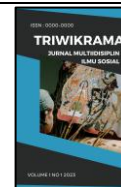
5. DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Quantitative, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faelasof, R. (2022). *Statistika Terapan*. Tahta Media Group.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. (2023). *Basic Econometrics (4th ed.)*. McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2022). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2021). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0*. EUREKA Media Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Quantitative, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Quantitative, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Quantitative, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Quantitative, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Quantitative, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

B. JURNAL / ARTIKEL ILMIAH

- Adami, E., Mariyati, L. I., Nastiti, D., & Madimarovna, A. I. (2024). *Tiktok's Grip: A Snapshot of Usage Intensity Among College Students (Issue ICNSSE 2023)*. Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-242-2_4
- Dietz, T. (2022). *Social Media Use and the Effects on Wellbeing in Young Adults*.



Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Levy, P., Setiawan, R., Budaya, D. M., & McQuail, D. (2015). Landasan Teori A. Teori Media Baru (New Media Theory) B. Teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Response). 6(2), 292-293.

Maharani, W., Banowo, E., & Setyarini, E. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di Kalangan Generasi Z pada Wilayah Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 109-119.

Manjanatha, D., Pippard, N., & Bloss, C. S. (2025). Self-Compassion as a Protective Factor Against Adverse Consequences of Social Media Use: A Scoping Review. *PLOS ONE*, 20(5), 1-32. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0322227>

Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2014). Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru (Studi pada Remaja di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *Komuniti*, 6(2), 95-103.

Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1), 11-27.
<https://doi.org/10.32834/gg.v15i1.42>

Westermann, K., Woud, M. L., Cwik, J. C., Graz, C., Nyhuis, P., Margraf, J., & Blackwell, S. E. (2021).

C. WEBSITE

Telkom University. (n.d.). 17 Teori Komunikasi Massa Menurut Para Ahli, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Wajib Tahu. Diakses dari: <https://telkomuniversity.ac.id/17-teori-komunikasi-massa-menurut-para-ahli-mahasiswa-ilmu-komunikasi-wajib-tahu/>

Tabel F 0,05. (n.d.). Diakses dari: <https://share.google/wT1bxUQq0vgiUtGAg> tabel-t.pdf - Google Drive

Tabel R untuk Uji Validitas 1-100 | PDF