



ARKANA

Jurnal Komunikasi dan Media

Link : <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
Volume : 04
Nomor : 01
Bulan : Juni
ISSN (online) : 2962-1917
DOI : 10.62022/arkana.v4i01.9524

PENGARUH PAPAN KONTEN TIKTOK @ANAZA_PROF.JAWAKARTA TERHADAP GAYA KOMUNIKASI GENERASI Z DI TULUNGAGUNG

Lutfi Ro'isatul Ummah¹
Elsa Via Adelia²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

Corresponding Author: lutfiroisatulummah@gmail.com

Article History: Received:5-Maret-2025, Revised:4-April-2025, Accepted:7-Mei-2025

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis dampak penggunaan TikTok, khususnya akun @andaza_prof.jawakarta, terhadap gaya komunikasi Generasi Z di Tulungagung. Fokus masalah yang dikaji adalah bagaimana paparan konten TikTok mempengaruhi gaya komunikasi generasi Z. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui metode survei untuk mengumpulkan data dari Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok. Hasil menunjukkan bahwa paparan konten TikTok berpengaruh signifikan terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z. Temuan ini menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membentuk Gaya Komunikasi Generasi Z.

Kata Kunci:

Gaya Komunikasi, Generasi Z, Tiktok

ABSTRACT

This study analyzes the impact of TikTok usage, specifically the account @andaza_prof.jawakarta, on the communication style of Generation Z in Tulungagung. The focus of the study is on how TikTok content exposure influences the communication style of this generation. The method used is a quantitative approach through surveys to collect data from Generation Z actively using TikTok. The results indicate that TikTok content exposure significantly affects the communication style of Generation Z. These findings suggest that social media can serve as an effective tool for shaping the communication style of Generation Z.

Keywords:

Communication Style, Generation Z, Tiktok

PENDAHULUAN

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek khusus dan menarik bagi pengguna, aplikasi ini dapat dengan mudah digunakan dengan membuat video pendek yang dapat menarik perhatian banyak orang yang tertarik dengannya (Silvia, 2022). Berdasarkan datareportal.com menjelaskan bahwa lebih dari 108 juta pengguna di Indonesia, mayoritas dari mereka adalah generasi muda yang aktif berinteraksi di platform ini. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif. Konten yang dihasilkan oleh pengguna, termasuk akun-akun populer, mempengaruhi cara remaja dalam berkomunikasi. Dalam konteks ini, akun @andaza_prof.jawakarta dikenal dengan konten edukatif dan menghibur yang menarik perhatian banyak gen Z.

Dilansir data dari detikjogja.com generasi Z mulai lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam dunia yang serba digital. Mereka menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial dibandingkan generasi sebelumnya, berlandaskan dari datareportal.com menemukan bahwa lebih dari 82% remaja mengandalkan platform ini untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan teman-temannya. TikTok, sebagai salah satu platform paling banyak digunakan, menyajikan konten yang menarik dan mudah untuk diakses. Hal ini berpotensi mempengaruhi gaya komunikasi remaja dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa paparan konten media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana gaya komunikasi remaja terbentuk melalui penggunaan TikTok.

Faktor penting yang perlu diperhatikan salah satunya adalah gaya komunikasi itu terbentuk akibat penggunaan media sosial. Gaya komunikasi mencakup cara individu mengekspresikan diri, baik secara langsung (verbal) atau tidak langsung (non-verbal). Dalam konteks penggunaan TikTok, gaya komunikasi dapat dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi, seperti konten humoris, edukatif, atau viral. Penelitian ini akan mengkaji bahwa Generasi Z yang terpapar TikTok cenderung menunjukkan gaya komunikasi yang lebih ekspresif dan terbuka. Selain itu, penggunaan bahasa gaul dan istilah dalam konten TikTok dapat mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dengan orang lain. Dengan demikian, penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya komunikasi Generasi Z.

Keterlibatan Generasi Z di media sosial membawa berbagai tantangan, seperti cyberbullying dan masalah kesehatan mental. Banyak remaja merasa tertekan untuk tampil sempurna di platform tersebut, yang berdampak pada cara mereka berkomunikasi. Penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok dapat memengaruhi gaya komunikasi, di mana generasi z yang sering mengakses platform ini cenderung meniru bahasa dan ekspresi dari kreator. Ini menciptakan dinamika baru dalam interaksi sosial di kalangan remaja, baik di lingkungan pendidikan maupun keluarga. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dampak penggunaan TikTok terhadap gaya komunikasi remaja. Dengan memahami aspek-aspek ini, kita dapat mendapatkan pandangan yang lebih jelas mengenai dinamika komunikasi di antara Generasi Z.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden di Tulungagung, khususnya kepada Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok. Fokus penelitian ini adalah pada akun @andaza_prof.jawakarta, yang dikenal dengan konten edukatif dan menghibur. Teknik pengambilan sampel yang tepat diharapkan dapat merepresentasikan populasi dengan baik. Analisis data akan dilakukan menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara paparan konten TikTok dan gaya komunikasi. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan wawasan baru tentang pengaruh media sosial terhadap gaya komunikasi Generasi Z.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari penggunaan media sosial terhadap perkembangan sosial Generasi Z. Media sosial dapat menciptakan ruang bagi mereka dalam membangun identitas diri, namun juga dapat memperkuat norma-norma sosial yang tidak sehat. Generasi Z yang terpapar konten merugikan dapat mengembangkan pandangan yang kurang sehat terhadap diri mereka sendiri. Oleh karena itu, intervensi yang tepat perlu dilakukan untuk mendukung kesehatan mental dan kesejahteraan mereka. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana dukungan sosial di platform seperti TikTok dapat memainkan peran penting dalam mengurangi dampak tersebut. Dengan memahami faktor-faktor ini, kita dapat merancang strategi yang lebih baik untuk mendukung Generasi Z dalam berkomunikasi di media sosial.

Lebih jauh lagi, penelitian ini akan mempertimbangkan perbedaan dalam gaya komunikasi berdasarkan konteks penggunaan TikTok. Misalnya, interaksi di ruang pribadi mungkin berbeda dengan interaksi di ruang publik di platform tersebut. Dengan melakukan analisis yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh media sosial di kalangan Generasi Z. Akhirnya, pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ini akan membantu kita dalam mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam mendukung komunikasi yang sehat di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2018) bahwa penelitian ini berlandaskan pada paradigma positivisme, yang mengutamakan pengukuran dan observasi. Dengan pendekatan survei, Sugiyono (2018) menyatakan bahwa teknik yang mengumpulkan data dari populasi besar dengan mengambil sampel yang representatif. Untuk menganalisis pengaruh paparan konten TikTok @andaza_prof.jakarta terhadap gaya komunikasi Generasi Z di Tulungagung. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel secara numerik dan menganalisis hubungan antar variabel dengan teknik statistik. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan anggota Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok.

Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data mengenai frekuensi penggunaan TikTok, jenis konten yang dikonsumsi dan gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh para responden. Dengan menggunakan teknik sampling purposive, peneliti memilih responden

yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu usia antara 18 hingga 24 tahun. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh lebih relevan dan representatif terhadap populasi yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner secara online untuk menjangkau responden secara lebih luas. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, termasuk pertanyaan demografis, pertanyaan tentang intensitas penggunaan TikTok, serta pertanyaan yang mengukur gaya komunikasi.

Setiap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang ada. Setelah kuesioner disebar, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Penelitian ini bertujuan untuk menggali hubungan antara kedua variabel dengan lebih mendalam. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengidentifikasi pengaruh paparan konten TikTok terhadap gaya komunikasi. Uji normalitas dan uji linieritas juga akan dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh signifikan antara paparan konten TikTok dan gaya komunikasi Generasi Z. Apabila analisis menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,10, maka hipotesis alternatif (H_a) akan diterima. Diharapkan, penelitian ini dapat menghasilkan temuan berharga mengenai hubungan antara media sosial dan gaya komunikasi di kalangan generasi muda, serta memberikan wawasan bagi pendidik dan orang tua. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas penelitian, peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner sebelum disebar kepada responden. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk pengembangan konten yang lebih positif dan mendidik di media sosial, sehingga menciptakan interaksi sosial yang lebih baik di antara generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL Uji Validitas

Pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS (statistic : product and service solution) versi 26 dengan taraf signifikansi 10%. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden terlebih dahulu dari jumlah total 100 responden. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengumpulan data utama.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Pengaruh Paparan Konten Tiktok (X)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.803	0.1996	Valid
2	0.820	0.1996	Valid
3	0.695	0.1996	Valid
4	0.742	0.1996	Valid
5	0.744	0.1996	Valid
6	0.670	0.1996	Valid
7	0.798	0.1996	Valid
8	0.770	0.1996	Valid
9	0.795	0.1996	Valid
10	0.634	0.1996	Valid
11	0.581	0.1996	Valid
12	0.833	0.1996	Valid
13	0.769	0.1996	Valid
14	0.804	0.1996	Valid
15	0.756	0.1996	Valid

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 kesimpulan yang dapat di tarik bahwa dari total 15 pertanyaan yang terdapat variabel Pengaruh Paparan Konten Tiktok (X) dinyatakan valid karena nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Gaya Komunikasi Generasi Z (Y)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.701	0.1996	Valid
2	0.780	0.1996	Valid
3	0.718	0.1996	Valid
4	0.776	0.1996	Valid
5	0.759	0.1996	Valid
6	0.693	0.1996	Valid
7	0.760	0.1996	Valid
8	0.727	0.1996	Valid
9	0.701	0.1996	Valid
10	0.673	0.1996	Valid

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 kesimpulan yang dapat di tarik bahwa dari total 10 pertanyaan yang terdapat variabel Gaya Komunikasi Generasi Z (Y) dinyatakan valid karena nilai rhitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Suatu pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai Cronbach' Alpha diatas 0,6. Dengan total 100 responden, diperlukan uji realibilitas terlebih dahulu menggunakan 30 responden.

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas Pengaruh Paparan Konten Tiktok (X)

Reliability Statistics	
Cronchbach's Alpha	N of Items
0.944	15

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,944. Bisa ditarik kesimpulan bahwa total 15 pernyataan dalam variabel Pengaruh Paparan Konten Tiktok (X) dinyatakan reliable, karena nilai Cronbach'Alpha 0,944 > 0,60 dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha adalah reliable.

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas Gaya Komunikasi Generasi Z (Y)

Reliability Statistics	
Cronchbach's Alpha	N of Items
0.900	10

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan tabel 1.4 dipaparkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,900. Bisa ditarik kesimpulan bahwa total 10 pernyataan dalam variabel Gaya Komunikasi Generasi Z (Y) dinyatakan reliable, karena nilai Cronbach'Alpha 0,900 > 0,60 dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha adalah reliable.

Uji Normalitas

Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan SPSS versi 26 dan menggunakan uji Kolomogrov Smirnov Test. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya > 0,1 dan sebaliknya jika nilai signifikansinya < 0,1 data tidak berdistribusi normal.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.39620131
Most Extreme Differences	Absolute	0.080
	Positive	0.080
	Negative	-0.078
Test Statistic		0.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan tabel 1.5 hasil pengolahan SPSS dengan uji Kolmogrov Test didapatkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,105 Dimana nilai 0,105 > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak dimana untuk persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier. Dalam penelitian ini dilakukan uji linearitas menggunakan table ANOVA dengan bantuan software IBM SPSS Statistic version 26.0. Kriteria hubungan linier dijelaskan berikut, dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 10% atau 0.1

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL X *	Between Groups	(Combined) 177.067	14	12.648	3.621	0.009
TOTAL X		Linearity 90.958	1	90.958	26.038	0.000
		Deviation from Linearity 86.109	13	6.624	1.896	0.118
	Within Groups	52.400	15	3.493		
	Total	229.467	29			

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan uji linearitas pada tabel 1.6, didapatkan nilai sig. 0,118 dimana $> 0,1$. Maka data tersebut linear atau terdapat hubungan linear antara variabel independen (Paparan Konten Tiktok) dengan variabel dependen (Gaya Komunikasi Generasi Z).

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.273	2.032		8.006	0.000
TOTAL X	0.434	0.032	0.811	13.739	0.000

a. Dependent Variable: Pengaruh Prparan Konten Tiktok

Sumber: Hasil oleh Data SPSS 26 Versi 26 oleh peneliti(2025)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa t hitung (13.739) $>$ t tabel(1,94647). Angka tersebut menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh antara Pengaruh Paparan Konten Tiktok @Andaza_Prov.Jawakarta – Terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z di Tulungagung.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh paparan konten TikTok @andaza_prof.jawakarta terhadap gaya komunikasi Generasi Z di Tulungagung. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara paparan konten TikTok dan gaya komunikasi generasi ini. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa t hitung (13.739) lebih besar daripada t tabel (1.94647), yang mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, paparan konten TikTok berkontribusi terhadap Gaya Komunikasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membentuk cara remaja berinteraksi. Keberhasilan akun TikTok dalam menarik perhatian audiens juga mengindikasikan relevansi konten yang disajikan.

Temuan penelitian ini diperoleh melalui metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden yang merupakan anggota Generasi Z aktif di TikTok. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara frekuensi paparan konten TikTok dan gaya komunikasi. Prosedur ini memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Selain itu, penggunaan kuesioner yang terstruktur memungkinkan pengumpulan data yang sistematis dan komprehensif.

Interpretasi temuan menunjukkan bahwa konten yang bersifat edukatif dan menghibur dari akun TikTok @andaza_prof.jawakarta dapat mendorong remaja untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih terbuka dan ekspresif. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi yang menyatakan bahwa media sosial dapat meningkatkan kemampuan komunikasi individu. Penelitian sebelumnya, seperti yang diungkapkan oleh Wumbu dan Eriend (2022), juga menunjukkan bahwa interaksi di media sosial dapat memperkuat keterampilan komunikasi. Dengan demikian, konten TikTok berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana belajar. Ini menunjukkan bahwa generasi muda semakin cerdas dalam memilih konten yang memberikan nilai tambah bagi mereka.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori-teori yang ada mengenai pengaruh media sosial terhadap komunikasi. Penelitian oleh Noardjamil dan Yuningsih (2024) menegaskan bahwa platform seperti TikTok dapat membentuk identitas dan gaya komunikasi pengguna. Temuan ini juga sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa gaul dan istilah baru dalam konten TikTok berkontribusi pada gaya komunikasi yang lebih informal dan akrab di kalangan remaja. Ini menunjukkan bahwa generasi Z tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif dalam membentuk budaya komunikasi mereka. Dengan demikian, penting untuk mempertimbangkan aspek ini dalam pengembangan kurikulum pendidikan yang relevan dengan kebutuhan generasi muda.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa paparan konten TikTok tidak hanya mempengaruhi gaya komunikasi, tetapi juga berpotensi membentuk norma sosial baru di kalangan Generasi Z. Teori komunikasi yang ada dapat dimodifikasi untuk memasukkan elemen-elemen dari media sosial yang lebih interaktif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkonfirmasi teori yang ada, tetapi juga membuka ruang untuk pengembangan teori baru mengenai dinamika komunikasi di era digital. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi di media sosial perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami

dampaknya yang lebih luas. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi bagaimana norma-norma baru ini terbentuk dan diterima di kalangan remaja.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi pengaruh paparan konten TikTok @andaza_prof.jawakarta terhadap gaya komunikasi Generasi Z di Tulungagung. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara paparan konten TikTok dan gaya komunikasi generasi ini, dengan t hitung (13.739) yang lebih besar daripada t tabel (1.94647). Ini mengindikasikan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat berfungsi sebagai alat yang efektif dalam membentuk cara remaja berinteraksi dan berkomunikasi. Konten yang bersifat edukatif dan menghibur dari akun tersebut mendorong remaja untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih terbuka dan ekspresif. Dengan demikian, paparan konten TikTok tidak hanya mempengaruhi gaya komunikasi, tetapi juga berpotensi membentuk norma sosial baru di kalangan Generasi Z.

Saran

Para pendidik sebaiknya memanfaatkan konten media sosial positif dalam pembelajaran untuk mengembangkan keterampilan komunikasi siswa. Orang tua perlu memantau penggunaan media sosial anak dan berdiskusi tentang konten yang mereka konsumsi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang penggunaan media sosial dan bagaimana norma baru terbentuk di kalangan remaja. Pengembang konten juga disarankan untuk fokus pada pembuatan konten yang mendidik dan positif agar dapat berkontribusi pada perkembangan gaya komunikasi remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, Y. (n.d.). Hubungan intensitas penggunaan sosial media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta].
- Bitanti, I. M. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap religiusitas peserta didik di SMA Negeri 1 Natar [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Detikcom. (2024, April 21). Gen Z tahun berapa? Ini urutan 7 generasi berdasarkan tahunnya. <https://www.detik.com/jogja/berita/d-7642308/gen-z-tahun-berapa-ini-urutan-7-generasi-berdasarkan-tahunnya>
- Fadilah, I., & Ismah. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali. *HUJAH: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 8(1), 1–10.
- Ginting, E. G., Sinaga, S. H., & Tinambunan, S. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap gaya komunikasi siswa-siswi kelas V di SD Swasta RK Santa Maria Penen. *Jurnal Social Opinion*, 8(1), 14–21.
- Hasibuan, S. R., Sumanti, S. T., & Rozi, F. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pola perilaku komunikasi siswa SMA Ar-Rahman Medan. *SIBATIK Journal*, 2(5), 1411–1414. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.803>
- Mulyasa. (2002). *Manajemen berbasis sekolah: Konsep, strategi, dan implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. D., & Marpaung, M. S. (2024). Pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku

- komunikasi remaja di Kota Medan. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 23–31.
- Noerdjamil, A. A., & Yuningsih, A. (2024). Pengaruh terpaan akun TikTok Raffi Ahmad terhadap gaya komunikasi followers. *Bandung Conference Series: Journalism*, 4(2), 105–111. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v4i2.15612>
- Parianto, & Marisa, S. (2022). Komunikasi verbal dan nonverbal dalam pembelajaran. *Analytica Islamica: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 11(2), 402–406. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/index>
- Qosim, N., & Sa'diyah, H. (2022). Pentingnya manajemen komunikasi terhadap pengembangan karyawan (Studi kasus di Madrasah Aliyah Nurul Hasan). *Bahtsuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 47–50. <https://lp3mzh.id/index.php/bahtsuna/index>
- Rahim, Z., Fitrya, A., & Hidayat, R. A. (2024). Komunikasi verbal dan non-verbal dalam konteks antar budaya dan agama. *SHOUTIKA: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 80–94. <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika>
- Sprout Social. (2024). Gen Z and social media: Everything you need to know. <https://sproutsocial.com/insights/gen-z-social-media/>
- Zahroh, F. N. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun [Skripsi, IAIN Ponorogo