

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
GAYA HIDUP SEDENTARI GEN Z DI KALANGAN MAHASISWA
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh:

**Nur Fitria Gita Utami
2116031101**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2026

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP GAYA HIDUP SEDENTARI GEN Z DI KALANGAN
MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
LAMPUNG**

Oleh

Nur Fitria Gita Utami

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP GAYA HIDUP SEDENTARI GEN Z DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

NUR FITRIA GITA UTAMI

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung serta mengukur besaran kontribusinya. Masalah utama difokuskan pada risiko minimnya aktivitas fisik akibat intensitas media sosial yang tinggi. Penelitian ini menggunakan landasan teori *Uses and Effects* serta Teori Dependensi Media untuk menjelaskan konsekuensi perilaku tidak disengaja dari konsumsi media. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif survei terhadap 285 responden melalui teknik *simple random sampling*. Data primer dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana. Hipotesis penelitian H_a mengasumsikan terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan tingkat penggunaan TikTok dan gaya hidup sedentari responden berada pada kategori tinggi. Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai signifikansi $< 0,001$ sehingga H_a diterima. Temuan utama membuktikan adanya pengaruh signifikan dan positif dengan nilai *R-Square* sebesar 0,390. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok berkontribusi sebesar 39% terhadap gaya hidup sedentari, sedangkan 61% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya Hidup Sedentari, Gen Z, Mahasiswa, TikTok, *Uses and Effects*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA USE ON GEN Z'S SEDENTARY LIFESTYLE AMONG COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

NUR FITRIA GITA UTAMI

This study aims to examine the influence of TikTok social media usage on the sedentary lifestyle of Communication Science students at Universitas Lampung and to measure its contribution. The primary problem focuses on the risk of minimal physical activity due to high social media intensity. The research employs Uses and Effects theory and Media Dependency Theory to explain the unintended behavioral consequences of media consumption. The research method uses a quantitative survey approach with 285 respondents selected via simple random sampling. Primary data were analyzed using simple linear regression. The research hypothesis H_a assumes a significant influence of TikTok usage on students' sedentary lifestyles. The results indicate that both TikTok usage and sedentary lifestyle levels among respondents are in the high category. Based on statistical testing, a significance value of < 0.001 was obtained, thus H_a is accepted. The main findings prove a significant and positive influence with an R-Square value of 0.390. This indicates that TikTok usage contributes 39% to the sedentary lifestyle, while the remaining 61% is influenced by factors outside this study.

Keywords: Gen Z, Sedentary Lifestyle, Students, TikTok, Uses and Effects.

Judul Penelitian

: **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP GAYA HIDUP
SEDENTARI GEN Z DI KALANGAN
MAHASISWA JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Nur Fitria Gita Utami**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2116031101

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Dr. Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.

NIP 198007282005012001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.

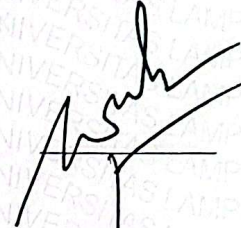
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

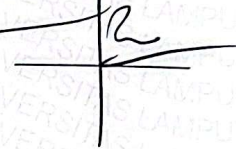
Ketua

: **Dr. Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**



Penguji Utama

: **Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fitria Gita Utami
NPM : 2116031101
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Perum Korpri Blok E 4 no. 18 LK II, Sukarama, Bandar Lampung.
No. Handphone : 082186389347

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Sedentari Gen Z di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 11 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Nur Fitria Gita Utami

NPM 2116031101

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Nur Fitria Gita Utami. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Adi Utama dan Ibu Dewi Yanti. Penulis memulai pendidikan formal di TK Nurul Islam Liwa, Lampung Barat. Setelah itu, penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Al-Kautsar Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2015. Pendidikan sekolah menengah pertama ditempuh di SMP Al-Kautsar Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2018, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMA Al-Kautsar Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2021.

Pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Lampung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif berorganisasi di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi (HMJ Ilmu Komunikasi). Penulis pernah menjadi anggota bidang Research and Development pada tahun pertama perkuliahan, serta dipercaya menjabat sebagai Bendahara Umum HMJ Ilmu Komunikasi pada periode 2023.

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dikonversikan dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Provinsi Lampung pada tahun 2024. Kegiatan tersebut juga merupakan bagian dari program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka, di mana penulis ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan magang pada bagian Sumber Daya Manusia (SDM).

MOTTO

لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ

La haula wala quwwata illa billahil aliyil adzim

"Tiada daya dan upaya kecuali dengan kekuatan Allah yang Maha Tinggi lagi
Maha Agung"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan, Dengan ini penulis mempersembahkan karya ini untuk:

Papa dan Mama

Atas kasih sayang, dukungan, doa, serta semangat yang tiada hentinya bagi penulis untuk selalu bersemangat menjalani hidup

Atu dan Kyay

Atas kasih sayang, semangat, dukungan, serta doa yang diberikan

Para Pendidik (Guru dan Dosen)

Atas ilmu-ilmu yang bermanfaat, nasihat, serta pelajaran yang berarti

Teman-temanku

Atas semangat, dukungan, dan hiburan yang diberikan

Untuk diriku sendiri yang telah berjuang sampai di titik ini

Serta Almamater Tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul ***“Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Sedentari Gen Z di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung”*** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Z., S.Sos., M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi;
3. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S. Sos., M. Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi;
4. Ibu Dr. Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku pembimbing utama atas kesediannya untuk memberikan bimbingan, saran dan kritik yang lembut dalam proses penyelesaian skripsi ini;
5. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si., selaku penguji utama pada ujian skripsi. Terima kasih untuk masukan dan saran-saran untuk skripsi ini;
6. Mama Dewi Yanti dan Papa Adi Utama, selaku orang tua tercinta. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan, serta motivasi yang tiada henti selama penulis menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan;
7. Atu Rani dan Kyay Agung, selaku kakak kandung. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini;
8. Dek wa dan Bung Fathus, selaku sepupu seperjuanganku. Terima kasih sudah menjadi motivasi untuk satu sama lain;

9. Mba Iis tercinta dan Mas Hanafi, selaku staff-staff jurusan di Gedung C. Terima kasih sudah banyak membantu kebutuhan perkuliahan dan juga pribadi saya;
10. Kirana Marsela, kembaran skripsiku. Terima kasih sudah mau banyak membantu dan men-sharing pengetahuannya untuk proses pembuatan skripsi ini;
11. Teman-teman bimbingan Ibunda Wulan. Terima kasih sudah mau berproses bersama untuk skripsi kita;
12. Rayhan Thabit dan Tiara Meili Neza, Tum dan Kum kesayanganku. Terima kasih sudah jadi teman yang baik, selalu ada, dan selalu mensupport Dumnya ini dengan tulus;
13. Kak Rino, Kak Njul, Dika, Bu Bintang, Aziz, April, Fritz, Fadhil, Ilham, Refanda, Faisha. Teman-teman presidium HMJ periode 2023. Terima kasih sudah saling mensupport dan menyemangati satu sama lain;
14. Emilia Tri Rahmah. Temanku. Terima kasih sudah menemani masa-masa kuliah ini dari maba sampai dengan proses skripsi ini. Semoga segala urusanmu dipermudah oleh Allah SWT;
15. Dhea Cantika. Tanpa kamu skripsi ini mungkin tidak akan ada;
16. Teman-teman Reg A dan HMJ Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini;
17. MANDEM, teman-teman onlineku. Proses kalian yang selalu memotivasi dan menemaniku agar tetap semangat untuk lebih cepat lulus dan sukses bersama;
18. Nusa Team dan teman-teman Nusa V. Terima kasih sudah memberikan dukungan dan menemani proses skripsi ini;
19. Bhanio Gemilang Putakaz. Terima kasih kepada seseorang yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Bandar Lampung, 11 Januari 2026

Nur Fitria Gita Utami

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pikir.....	6
1.6 Hipotesis	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Massa dan Media Baru (New Media)	13
2.3 Media Sosial TikTok	14
2.4 Gen Z dan Karakteristik Mahasiswa Ilmu Komunikasi	17
2.5 Gaya Hidup Sedentari	18
2.6 Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup.....	21
2.7 Hubungan TikTok dengan Gaya Hidup Sedentari	22
2.8 Teori Uses and Effects (U&E)	24
2.8.1 Konsep Dasar dan Model U&E	25
2.8.2 Relevansi dengan Penelitian	26
2.9 Teori Dependensi Media (Media Dependency Theory).....	27
2.9.1 Inti Teori Dependensi Media	27
2.9.2 Hubungan Dependensi dengan Perilaku Mahasiswa	28
III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Tipe Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Variabel Penelitian	30
3.4 Definisi Konseptual	31
3.5 Definisi Operasional.....	32

3.6	Skala Pengukuran	35
3.7	Populasi dan Sampel	36
3.7.1	Populasi.....	36
3.7.2	Sampel	37
3.8	Teknik Pengumpulan Data	39
3.9	Sumber Data	39
3.9.1	Data Primer	39
3.9.2	Data Sekunder.....	40
3.10	Teknik Pengolahan Data	40
3.11	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	41
3.11.1	Uji Validitas.....	41
3.11.2	Uji Reabilitas	42
3.12	Teknik Analisis Data	43
3.13	Uji Hipotesis.....	43
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Hasil Pengujian Instrumen	45
4.1.1	Hasil Uji Validitas	46
4.1.2	Hasil Uji Reabilitas.....	47
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Karakteristik Responden dari Kriteria Penelitian	48
4.2.2	Statistik Variabel (X) Penggunaan Tiktok.....	50
4.2.3	Statistik Variabel (Y) Gaya Hidup Sedentari	60
4.3	Hasil Analisis Data	72
4.3.1	Uji Normalitas.....	72
4.3.2	Uji Statistik Deskriptif	74
4.3.2	Uji Regresi Linier	76
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi	78
4.3.4	Uji Hipotesis T.....	79
4.4	Pembahasan	81
4.4.1	Penggunaan Tiktok (Variabel X).....	81
4.4.2	Gaya Hidup Sedentari (Variabel Y).....	83
4.4.3	Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Gaya Hidup Sedentari	85
4.4.4	Hubungan Penelitian dengan Landasan Teori	87
4.4.5	Diskusi Penelitian	89
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran	92
	DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. TikTok platform terpopuler (diakses pada 20 Juni 2025).....	1
Gambar 2. Tabel Pengguna TikTok pada April 2024	2
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	7
Gambar 4. Output SPSS Uji Normalitas	73

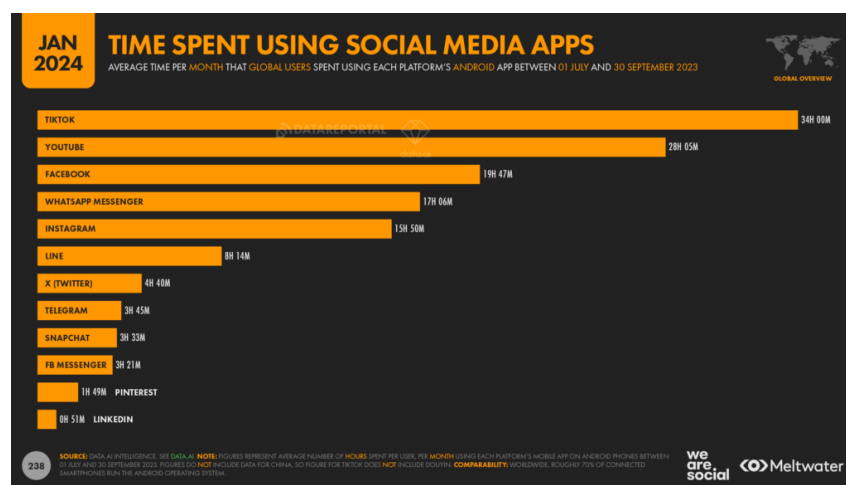
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Tabel Definisi Operasional	33
Tabel 3. Rincian Sekala Likert	35
Tabel 4. Jumlah Mahasiswa Aktif tahun Akademik 2024/2025	36
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X	46
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y	46
Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas Instrumen	47
Tabel 8. Responden Berdasarkan Kriteria Penelitian Usia	48
Tabel 9. Tabel Responden Berdasarkan Keaktifan	49
Tabel 10. Tabel Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Tiktok	49
Tabel 11. Tabel Responden Berdasarkan Angkatan.....	50
Tabel 12. Distribusi Pertanyaan Variabel X.....	51
Tabel 13. Rekapitulasi Jawaban Indikator Frekuensi	51
Tabel 14. Rekapitulasi Jawaban Frekuensi Durasi.....	53
Tabel 15. Rekapitulasi Jawaban Indikator Tujuan Penggunaan.....	55
Tabel 16. Rekapitulasi Jawaban Indikator Jenis Konten yang ditonton.....	56
Tabel 17. Rekapitulasi Jawaban Indikator Interaktivitas di TikTok	58
Tabel 18. Distribusi Pertanyaan Variabel (Y)	61
Tabel 19. Rekapitulasi Jawaban Indikator Total Waktu Duduk atau Berbaring dalam sehari.....	62
Tabel 20. Rekapitulasi Jawaban Indikator Waktu yang Dhabiskan Menggunakan Media Sosial.....	63
Tabel 21. Rekapitulasi Jawaban Indikator Aktifitas Fisik.....	65
Tabel 22. Rekapitulasi Jawaban Indikator Perilaku Pasif	67
Tabel 23. Rekapitulasi Jawaban Indikator Aktifitas Sedentari Lainnya	69
Tabel 24. Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	72
Tabel 25. Hasil Output SPSS Uji Statistik Deskriptif	74
Tabel 26. Indikator Skor Uji Statistik Deskriptif	74
Tabel 27. Hasil Output SPSS Uji T (Coefficients).....	76
Tabel 28. Hasil Output SPSS Koefisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 29. Hasil Output SPSS Uji T (Coefficients).....	80

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat telah mengubah pola kehidupan masyarakat secara signifikan. Media sosial kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari, bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media utama untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri. Salah satu platform yang berkembang paling pesat dalam dekade terakhir adalah TikTok, aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunaannya membuat dan membagikan konten secara kreatif dengan mudah.



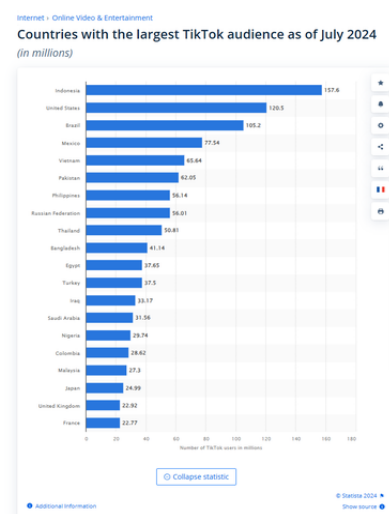
Gambar 1. TikTok platform terpopuler (diakses pada 20 Juni 2025)
Sumber : We Are Social (2024)

Sejak diluncurkan pada tahun 2016, TikTok telah mengalami peningkatan jumlah pengguna yang sangat cepat di seluruh dunia. Platform ini menarik perhatian masyarakat global karena algoritmanya yang adaptif serta kemampuannya menyajikan konten sesuai minat pengguna. Menurut laporan We Are Social (2024), TikTok menempati peringkat teratas sebagai media

sosial dengan tingkat pertumbuhan pengguna tertinggi secara global, dengan total lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan.

Popularitas TikTok terus meningkat setiap tahunnya, terlihat dari grafik pertumbuhan jumlah pengguna global yang menunjukkan peningkatan signifikan sejak tahun 2018 hingga 2024. Lonjakan ini tidak hanya terjadi di negara-negara Barat, tetapi juga di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia yang menjadi salah satu pasar terbesar TikTok. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bagaimana TikTok berhasil mempertahankan daya tariknya di berbagai kalangan usia melalui inovasi fitur seperti *For You Page* (FYP), *live streaming*, serta integrasi algoritma berbasis minat yang membuat pengguna semakin betah berlama-lama di platform ini.

Di Indonesia, fenomena TikTok berkembang sangat pesat. Berdasarkan data We Are Social (2024), Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yaitu sekitar 157,6 juta pengguna aktif, melampaui Amerika Serikat dengan sekitar 120,5 juta pengguna. TikTok kini digunakan tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai media informasi, pembelajaran, hingga sarana membangun personal branding. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.



Gambar 2. Tabel Pengguna TikTok pada April 2024
Sumber : Statista

Tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia tidak terlepas dari dominasi kelompok usia muda. Berdasarkan data Statista (2024), lebih dari 60% pengguna TikTok di Indonesia berada pada rentang usia 18–24 tahun. Kelompok ini dikenal sebagai Generasi Z (Gen Z), yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital, serta memiliki keterikatan tinggi terhadap teknologi dan media sosial. Generasi ini menjadikan media digital sebagai ruang utama untuk belajar, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri.

Namun, di balik popularitas dan manfaatnya, penggunaan TikTok yang berlebihan juga dapat menimbulkan dampak terhadap perilaku dan pola hidup penggunanya. Aktivitas menonton video pendek dalam waktu lama biasanya dilakukan dalam posisi duduk atau berbaring, yang dapat mengurangi tingkat aktivitas fisik harian. Pola ini dikenal sebagai gaya hidup sedentari, yaitu kondisi di mana seseorang lebih banyak menghabiskan waktu dalam posisi tidak aktif secara fisik.

Gaya hidup sedentari merupakan fenomena global yang semakin menjadi perhatian dunia karena berdampak signifikan terhadap kesehatan masyarakat. World Health Organization (WHO) mendefinisikan gaya hidup sedentari sebagai perilaku yang dilakukan di luar waktu tidur dengan pengeluaran energi yang sangat rendah, yaitu kurang dari 1,5 METs (*Metabolic Equivalent of Task*). Aktivitas ini mencakup duduk atau berbaring dalam waktu lama dengan minim aktivitas fisik. Menurut data WHO (2023), 1 dari 4 orang dewasa di dunia tidak melakukan aktivitas fisik yang cukup, sementara lebih dari 80% remaja global tercatat kurang aktif secara fisik. Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya hidup sedentari bukan sekadar fenomena lokal, tetapi tantangan global yang serius dan perlu ditangani dengan segera.

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018, sebanyak 33,5% penduduk Indonesia berusia ≥ 10 tahun menghabiskan waktu duduk lebih dari enam jam per hari, meningkat dibandingkan 24,1% pada tahun 2013. Kementerian Kesehatan (2023)

mencatat bahwa peningkatan penggunaan perangkat digital dan media sosial turut berkontribusi terhadap pola hidup sedentari di kalangan remaja dan dewasa muda. Penelitian oleh Dewi dan Aprianti (2024) juga menunjukkan bahwa semakin lama seseorang menggunakan media sosial, semakin rendah tingkat aktivitas fisiknya.

Mahasiswa merupakan kelompok yang paling erat kaitannya dengan penggunaan media sosial, termasuk TikTok. Hal ini karena sebagian besar mahasiswa saat ini termasuk dalam kategori Gen Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Pew Research Center, 2019). Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, yakni individu yang sejak kecil sudah terbiasa menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Bagi mereka, media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga wadah untuk belajar, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri.

Berdasarkan karakteristik tersebut, kelompok usia mahasiswa yang termasuk dalam kategori Gen Z menjadi pengguna dominan TikTok. Dalam konteks ini, mahasiswa menjadi kelompok yang paling rentan terhadap gaya hidup sedentari. Selain karena tingginya keterlibatan mereka dengan media digital, aktivitas akademik yang menuntut banyak waktu duduk di depan laptop atau *smartphone* juga memperpanjang waktu sedentari mereka.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dituntut untuk memahami tren media, perilaku audiens, serta perkembangan teknologi komunikasi sebagai bagian dari proses pembelajaran. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki tingkat literasi media dan penggunaan platform digital yang lebih tinggi, karena platform-platform ini merupakan objek studi sekaligus alat praktik untuk memahami strategi komunikasi digital (Permatasari & Susanto, 2021).

TikTok menjadi salah satu *platform* yang paling banyak digunakan untuk mengamati dinamika komunikasi massa modern, strategi penyampaian pesan

visual, hingga praktik *content creation* dan *personal branding*. Oleh karena itu, kelompok ini cenderung memiliki intensitas penggunaan TikTok yang tinggi, baik untuk keperluan akademis maupun hiburan. Intensitas ini diperkuat karena mereka aktif memanfaatkan platform sebagai alat produksi konten, *self-expression*, dan praktik keterampilan komunikasi visual (Wibowo & Rachmawati, 2020).

Pemilihan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung sebagai subjek penelitian didasarkan pada karakteristik akademis mereka yang memiliki keterikatan tinggi dengan media digital. Berbeda dengan jurusan lain, mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung menempatkan platform digital seperti TikTok tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai laboratorium praktik untuk mata kuliah berbasis konten dan strategi komunikasi digital (Pratama & Sani, 2022). Selain itu, riset mengenai masyarakat digital di Lampung menunjukkan bahwa kelompok mahasiswa merupakan pengguna internet paling aktif dengan durasi penggunaan media sosial yang melampaui rata-rata nasional, yang secara linear meningkatkan risiko perilaku pasif atau sedentari dalam aktivitas sehari-hari (Hidayat et al., 2023).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara penggunaan media sosial TikTok dengan kecenderungan gaya hidup sedentari, serta menjadi bahan pertimbangan dalam upaya mendorong mahasiswa untuk menjaga keseimbangan antara aktivitas digital dan aktivitas fisik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian tentang besaran pengaruh media sosial terhadap gaya hidup, khususnya dalam konteks TikTok dan perilaku sedentari di kalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi mahasiswa untuk menggunakan TikTok secara bijaksana, serta memberikan rekomendasi kepada pihak kampus untuk merancang program yang mendorong aktivitas fisik demi mengurangi gaya hidup sedentari.

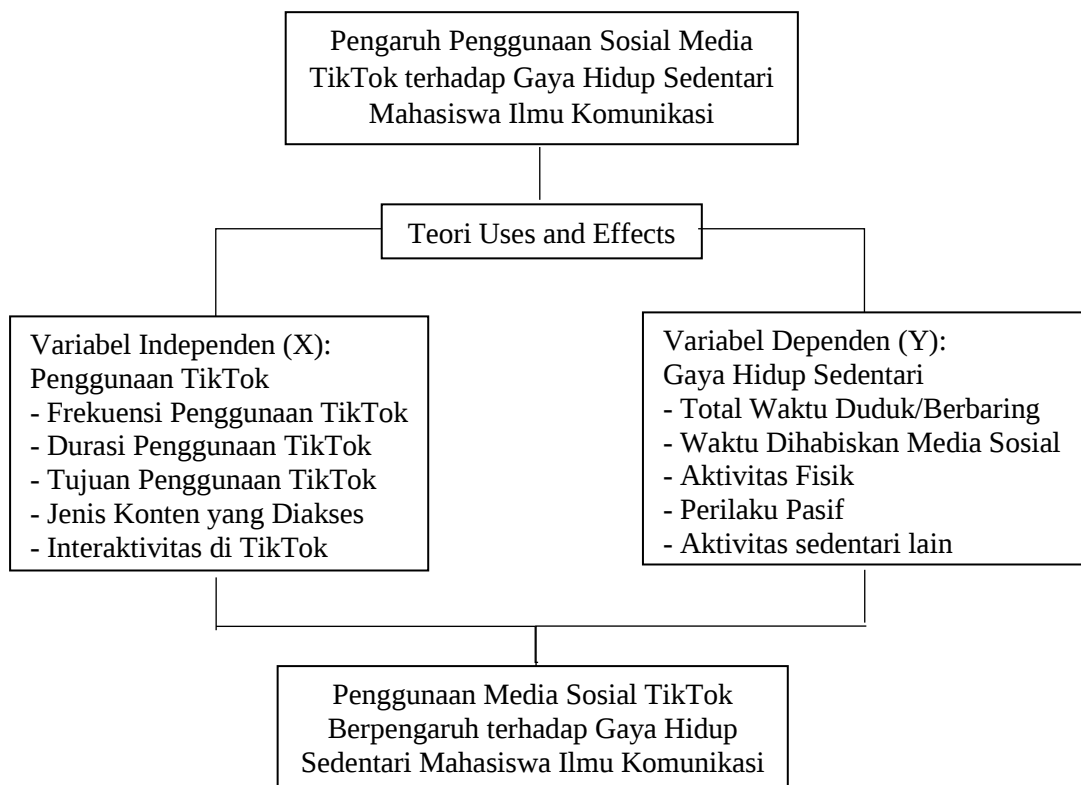
1.5 Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2019: 72), kerangka berpikir merupakan sebuah model konseptual yang menggambarkan hubungan antara teori dan berbagai faktor

yang telah diidentifikasi sebagai masalah utama. Melalui kerangka berpikir, peneliti dapat menyusun model masalah secara detail sekaligus merancang solusi untuk mengatasinya. Kerangka pikir ini menggambarkan pola hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y), sehingga membantu peneliti dan pembaca memahami konsep penelitian secara menyeluruh.

Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) adalah frekuensi penggunaan TikTok, sedangkan variabel terikat (Y) adalah gaya hidup sedentari pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Variabel independen mencakup beberapa indikator yang diukur melalui dimensi penggunaan media sosial, seperti durasi penggunaan, tujuan penggunaan, dan jenis konten yang diakses. Variabel terikat gaya hidup sedentari diukur melalui tingkat aktivitas fisik harian, durasi waktu yang dihabiskan untuk duduk atau berbaring, serta perilaku pasif seperti menonton video tanpa melakukan aktivitas fisik.

Berikut adalah kerangka pikir penelitian ini:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Indikator variabel penggunaan TikTok (X) dalam penelitian ini diadaptasi dari penelitian Valkenburg dan Peter (2013). Maka, variabel Independen (X) Penggunaan TikTok :

- 1) Frekuensi Penggunaan TikTok
- 2) Durasi Penggunaan TikTok
- 3) Tujuan Penggunaan TikTok (hiburan, informasi, edukasi)
- 4) Jenis Konten yang Diakses (konten pasif seperti video hiburan, konten edukatif, dll.)
- 5) Interaktivitas di TikTok (Penggunaan aktif seperti membuat konten, komentar, atau hanya penonton pasif)

Untuk variabel Y (Gaya Hidup Sedentari), instrumen resmi dari penelitian Rosenberg et al. (2010), yaitu *Sedentary Behavior Questionnaire* (SBQ). Maka, variabel Dependen (Y) Gaya Hidup Sedentari :

- 1) Total Waktu Duduk atau Berbaring dalam Sehari
- 2) Waktu yang Dhabiskan Menggunakan Media Sosial
- 3) Aktivitas Fisik
- 4) Perilaku Pasif
- 5) Aktivitas sedentari lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan TikTok dan tingkat gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa. Jika hubungan tersebut signifikan, maka penelitian ini akan menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan TikTok dapat meningkatkan risiko perilaku sedentari, yang berpotensi berdampak pada kesehatan mahasiswa. Dalam menganalisis hubungan tersebut, penelitian ini memanfaatkan Uji Regresi Linier guna menentukan kekuatan serta arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

1.6 Hipotesis

Menurut Djarwanto (1994: 13), secara etimologis, istilah hipotesis berasal dari gabungan dua kata, yaitu *hypo* yang berarti "di bawah" dan *tesis* yang berarti "pendapat". Jadi, hipotesis adalah suatu kesimpulan sementara yang belum

final atau menjadi dugaan awal dalam suatu penelitian, yang harus diuji kebenarannya. Hipotesis ini digunakan untuk menguji keberadaan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran penelitian, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah:

- 1) **H_a** : Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Gen Z Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
- 2) **H_o** : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Gen Z Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Studi sebelumnya mengacu pada berbagai kajian yang berkaitan dengan topik penelitian saat ini, yang berperan dalam membangun dasar teori, menemukan celah dalam penelitian, serta merumuskan masalah yang akan diteliti. Menurut Creswell (2014), ulasan literatur ini memberikan pemahaman tentang kontribusi penelitian sebelumnya terhadap perkembangan ilmu, serta metodologi yang efektif untuk diterapkan. Penelitian terdahulu juga memungkinkan peneliti untuk menggali konsep atau teori yang lebih dalam, sekaligus menunjukkan area yang perlu diselidiki lebih lanjut atau memberikan dasar yang kokoh untuk penelitian baru.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Hubungan Gangguan Media Sosial dengan Aktivitas Fisik Peserta Didik Kelas V di SD Negeri Ambarukmo Kapanewon Depok Kabupaten Sleman
	Nama Peneliti	Putri Asmara Widiya Hidayat.
	Hasil Penelitian	Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara gangguan media sosial dan aktivitas fisik pada siswa kelas V di SD Negeri Ambarukmo menggunakan metode korelasi kuantitatif. Dengan melibatkan 25 peserta didik, hasil menunjukkan korelasi negatif yang signifikan antara gangguan media sosial dan aktivitas fisik, menunjukkan bahwa semakin tinggi gangguan media sosial, semakin rendah aktivitas fisik peserta didik.

	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Persamaan antara penelitian ini dan skripsi saya terletak pada fokus keduanya yang meneliti pengaruh media sosial terhadap gaya hidup sedentari, menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antar variabel. Meskipun penelitian ini berfokus pada siswa SD, sementara skripsi saya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, keduanya membahas dampak penggunaan media sosial terhadap gaya hidup sedentari. Perbedaannya, penelitian ini meneliti gangguan media sosial secara umum, sedangkan skripsi saya lebih spesifik pada frekuensi penggunaan TikTok. Selain itu, instrumen pengumpulan data yang digunakan juga berbeda, di mana penelitian ini menggunakan Social Media Disorder Scale-5 dan PAQ-C, sementara skripsi saya menggunakan kuesioner yang lebih terfokus pada TikTok dan perilaku sedentari.
2.	Judul Penelitian	Gaya Hidup Sedentari, <i>Screen Time</i> , dan Pola Makan terhadap Status Gizi Remaja SMAN 1 Bojonegoro
	Nama Peneliti	Finandita Widia Ayuningtyas.
	Hasil Penelitian	Penelitian oleh Finandita Widia Andriani dan Veni Indrawati meneliti hubungan gaya hidup sedentari, durasi <i>screen time</i> , dan pola makan dengan status gizi siswa SMAN 1 Bojonegoro selama pandemi COVID-19. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan kuesioner ASAQ dan FFQ serta pengukuran antropometri, ditemukan bahwa siswa dengan status gizi baik memiliki gaya hidup sedentari dan <i>screen time</i> tinggi. Namun, tidak ada hubungan signifikan antara gaya hidup sedentari, <i>screen time</i> , dan pola makan dengan status gizi.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Penelitian ini dan skripsi saya memiliki kesamaan dalam fokus pada pengaruh gaya hidup sedentari pada individu muda dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan memperhitungkan durasi <i>screen time</i> . Perbedaannya terletak pada populasi yang diteliti, di mana penelitian ini fokus pada siswa SMA, sementara skripsi saya berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Selain itu, penelitian ini lebih umum mengenai <i>screen time</i> , sedangkan skripsi saya spesifik pada TikTok. Meskipun penelitian ini tidak menemukan hubungan signifikan, skripsi saya berusaha mengidentifikasi korelasi antara penggunaan TikTok dan gaya hidup sedentari.
3.	Judul Penelitian	Dampak Akun Media Sosial terhadap Perilaku Sedentari pada Mahasiswa Kesehatan

	Nama Peneliti	Arif Nurma Etika
	Hasil Penelitian	Penelitian ini mengkaji dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku sedentari di kalangan mahasiswa kesehatan di Kediri, menggunakan metode kuantitatif analitik korelasional dan cross-sectional. Dari 193 sampel yang dipilih secara acak, ditemukan bahwa 49,7% memiliki perilaku sedentari tinggi. Terdapat hubungan signifikan antara jumlah akun media sosial, frekuensi penggunaan, dan perilaku sedentari, dengan korelasi yang kuat. Disarankan penggunaan media sosial secara bijak untuk mengurangi sedentari dan mencegah penyakit tidak menular.
	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Penelitian ini dan skripsi saya memiliki persamaan dalam fokus pada hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku sedentari di kalangan mahasiswa, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analitik korelasional, serta instrumen kuesioner untuk mengukur frekuensi penggunaan media sosial dan tingkat perilaku sedentari. Namun, perbedaannya terletak pada populasi yang diteliti, dengan penelitian ini berfokus pada mahasiswa kesehatan, sementara skripsi saya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penelitian ini mengkaji dampak media sosial secara umum, sementara skripsi saya khusus meneliti dampak TikTok. Selain itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Sedentary Behavior Questionnaire</i> (SBQ), sementara skripsi saya mungkin menggunakan instrumen yang lebih spesifik untuk TikTok. Fokus penelitian ini adalah pada hubungan jumlah akun media sosial dengan perilaku sedentari, sedangkan skripsi saya mengeksplorasi pengaruh intensitas penggunaan TikTok pada gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Gen Z.

Berdasarkan pemaparan tabel penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan mendasar yang menjadi posisi tawar (*positioning*) penelitian ini. Sebagian besar penelitian terdahulu (seperti penelitian A dan B) berfokus pada pengaruh media sosial secara umum terhadap kesehatan mental atau perilaku konsumtif. Namun, peneliti menemukan beberapa celah penelitian (*research gap*) yang kemudian diisi oleh penelitian ini, antara lain:

1. Fokus pada Platform dan Algoritma Spesifik: Mayoritas penelitian terdahulu membahas media sosial secara makro (Instagram atau Facebook).

Penelitian ini secara spesifik membedah platform TikTok yang memiliki karakteristik algoritma *For Your Page* (FYP) dan fitur *infinite scroll*. Karakteristik ini secara psikologis menciptakan kondisi *flow* yang lebih kuat, sehingga potensi terjadinya gaya hidup sedentari menjadi lebih tinggi dibandingkan platform lainnya.

2. Kesenjangan Teoretis: Penelitian sebelumnya banyak menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang hanya berhenti pada pemenuhan kepuasan audiens. Penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menggunakan Teori *Uses and Effects* dan Teori Dependensi Media. Hal ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya melihat mengapa mahasiswa menggunakan TikTok, tetapi bagaimana penggunaan tersebut bertransformasi menjadi efek perilaku yang tidak disengaja (*unintended behavioral effects*) berupa gaya hidup sedentari.
3. Subjek Penelitian yang Spesifik: Berbeda dengan penelitian lain yang menggunakan subjek remaja secara umum, penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Subjek ini memiliki keunikan karena keterikatan mereka dengan media sosial bersifat ganda: sebagai sarana hiburan dan sebagai objek studi akademis, sehingga tingkat dependensinya cenderung lebih kompleks.

Dengan demikian, posisi penelitian ini adalah untuk melengkapi dan memperdalam kajian mengenai dampak media sosial terhadap kesehatan fisik (sedentari) dengan sudut pandang komunikasi massa yang lebih komprehensif. Peneliti tidak hanya menguji pengaruh, tetapi juga mengeksplorasi hubungan psikologis antara ketergantungan media dengan hilangnya kontrol waktu pada mahasiswa.

2.2 Komunikasi Massa dan Media Baru (*New Media*)

Komunikasi massa secara tradisional dipahami sebagai proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak luas, anonim, dan heterogen. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi digital, konsep ini mengalami pergeseran fundamental. Menurut Denis McQuail

(2010), komunikasi massa bukan hanya sekadar proses pengiriman informasi, melainkan sebuah institusi yang menghubungkan berbagai elemen dalam masyarakat. Dalam konteks klasik, media massa (seperti televisi, radio, dan koran) memiliki kontrol penuh sebagai penjaga gerbang (*gatekeeper*) atas informasi yang dikonsumsi publik. Namun, di era digital, peran *gatekeeper* ini melemah karena setiap individu kini memiliki kemampuan untuk memproduksi dan mendistribusikan pesannya sendiri.

Lister et al. (2009) menjelaskan bahwa media baru bukan sekadar media digital, melainkan sebuah perubahan paradigma yang mencakup beberapa karakteristik utama:

1. **Digitalitas (*Digitality*):** Semua data (teks, grafis, audio, video) diubah menjadi angka (kode biner), sehingga mudah disimpan dan dibagikan secara instan.
2. **Interaktivitas (*Interactivity*):** Audiens tidak lagi pasif, melainkan dapat berinteraksi langsung dengan konten, memberikan komentar, hingga mengubah isi pesan.
3. **Hipertekstualitas (*Hypertextuality*):** Kemampuan untuk berpindah dari satu informasi ke informasi lain melalui tautan (*link*).
4. **Konvergensi (*Convergence*):** Penggabungan berbagai fungsi media (kamera, pemutar musik, internet, komunikasi) ke dalam satu perangkat tunggal, seperti *smartphone*.

Munculnya media baru inilah yang melahirkan platform media sosial seperti TikTok, yang menggabungkan karakteristik komunikasi massa (menjangkau jutaan orang secara instan) dengan karakteristik komunikasi interpersonal (adanya interaksi dan personalisasi konten melalui algoritma).

2.3 Media Sosial TikTok

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang fokus pada video pendek dan saat ini sangat diminati oleh berbagai kelompok, khususnya oleh generasi muda seperti Gen Z. Aplikasi ini memberikan kesempatan bagi

penggunanya untuk membuat, membagikan, dan menonton video singkat, biasanya berdurasi antara 15 hingga 60 detik, dengan berbagai tema mulai dari hiburan, edukasi, hingga tantangan atau *challenges* (Quiroz, 2020). Berbeda dengan platform video lainnya, TikTok memanfaatkan algoritma canggih yang menyesuaikan konten dengan preferensi penggunanya melalui halaman *For You Page* (FYP), sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang lebih personal dan adiktif.

Sejak diluncurkan, TikTok tumbuh dengan sangat cepat dan berhasil menjadi salah satu aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak di dunia. Menurut laporan dari Sensor Tower (2020), TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh selama periode pandemi COVID-19, mencapai lebih dari 315 juta unduhan dalam satu kuartal. Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar, bahkan melebihi Amerika Serikat. Pada tahun 2024, pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta, menjadikan platform ini sebagai media sosial yang paling dominan di kalangan masyarakat Indonesia.

TikTok menawarkan berbagai fitur inovatif yang membedakannya dari media sosial lainnya:

- 1) Konten Video Pendek – Pengguna dapat membuat video dengan durasi 6 hingga 60 detik, dengan opsi untuk menggabungkan beberapa klip menjadi satu video (TikTok, 2020).
- 2) Algoritma Canggih – TikTok menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk menganalisis preferensi pengguna dan menyajikan konten yang sesuai secara otomatis pada *For You Page* (FYP) (Quiroz, 2020).
- 3) Interaktivitas Tinggi – TikTok memungkinkan pengguna untuk bereaksi, membagikan, serta menggunakan kembali audio atau efek dari video lain, yang membuatnya menjadi platform yang sangat interaktif.

- 4) Efek Visual dan Musik – Tersedia beragam filter, efek visual, dan lagu yang dapat digunakan untuk meningkatkan kreativitas dalam pembuatan video.
- 5) Tren dan *Challenge* – Pengguna dapat mengikuti tren baik di tingkat global maupun lokal, termasuk berbagai tantangan yang sering kali viral dan meningkatkan partisipasi komunitas (Saintout, 2013).

TikTok tidak hanya digunakan sebagai platform hiburan, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif yang dikemukakan oleh Gamble dkk. (2005), media sosial memungkinkan penyampaian pesan secara cepat tanpa batasan ruang dan waktu, serta memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan konten kapan saja. TikTok juga berfungsi sebagai sarana ekspresi diri bagi penggunanya, terutama remaja dan dewasa muda, dengan cara yang lebih dinamis dibandingkan platform lain seperti Instagram atau Facebook.

Menurut Van Dijck (2016), salah satu karakteristik utama media sosial modern adalah tingkat konektivitas yang tinggi, di mana TikTok menjadi contoh utama bagaimana pengguna saling berinteraksi melalui komentar, like, dan berbagi video. Selain itu, penelitian oleh Carrillo Durán dan Castillo Díaz (2011) menunjukkan bahwa generasi digital tidak hanya mencari konten, tetapi juga pengalaman, yang menjadikan TikTok sebagai platform yang menarik karena menghadirkan pengalaman interaktif bagi penggunanya.

TikTok telah mengubah cara masyarakat, terutama generasi muda, dalam mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten digital. Dalam kajian Natalia Tamara Quiroz (2020), ditemukan bahwa TikTok lebih dari sekadar media sosial pasif; aplikasi ini mengajak penggunanya untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai tren, seperti tantangan menari, lip-sync, storytime, dan edukasi. Namun, fenomena ini juga menimbulkan kekhawatiran, terutama terkait dengan pengaruh algoritma TikTok terhadap pola konsumsi informasi dan bagaimana platform ini memprioritaskan konten yang sesuai dengan tren global.

Selain itu, beberapa penelitian menyoroti dampak negatif dari penggunaan TikTok yang berlebihan. Studi yang dilakukan oleh Lorenz-Spreen dkk. (2019) dalam jurnal *Nature Communications* menunjukkan bahwa kebiasaan menonton video berdurasi pendek seperti di TikTok dapat mengurangi kemampuan fokus dan konsentrasi pengguna. Ini dikarenakan video TikTok yang umumnya berdurasi 15–60 detik membuat pengguna terbiasa mengonsumsi informasi secara instan, sehingga mengalami kesulitan saat harus memperhatikan konten dengan durasi yang lebih panjang. Selain itu, penelitian oleh The Intercept (2020) juga mengungkap kontroversi terkait bagaimana algoritma TikTok cenderung lebih mempromosikan pengguna yang sesuai dengan standar kecantikan tertentu, sehingga memunculkan bias dalam representasi sosial.

TikTok telah menjadi platform media sosial yang dominan dan memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya, mulai dari hiburan, edukasi, hingga komunikasi. Fitur interaktif dan algoritma canggihnya memungkinkan pengguna untuk mendapatkan pengalaman yang sangat personal dan adiktif. Namun, di lain pihak, penggunaan TikTok yang berlebihan berpotensi menimbulkan efek negatif, seperti memperkuat gaya hidup sedentari, menurunkan tingkat konsentrasi, serta menyebabkan bias dalam konsumsi konten. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk mengelola waktu penggunaan TikTok secara bijak agar tetap dapat menikmati manfaatnya tanpa mengalami dampak negatif terhadap kesehatan mereka.

2.4 Gen Z dan Karakteristik Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Generasi Z atau Gen Z merujuk pada kelompok individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012. Bencsik et al. (2016) mengklasifikasikan generasi ini sebagai *digital natives*, yaitu generasi pertama yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan pesat internet, *smartphone*, dan media sosial. Karakteristik utama Gen Z adalah kebutuhan akan konektivitas yang konstan dan kecenderungan untuk menghabiskan sebagian besar waktu mereka di ruang

digital. Bagi Gen Z, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan ruang untuk mencari identitas, hiburan, dan pelarian dari stres (Bencsik et al., 2016). Ketergantungan yang tinggi pada gawai ini menjadikan Gen Z kelompok yang paling berisiko mengalami penurunan aktivitas fisik secara signifikan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki karakteristik khusus dibandingkan mahasiswa dari disiplin ilmu lainnya. Berdasarkan kurikulum akademik, mereka dituntut untuk selalu adaptif terhadap tren media baru dan memahami dinamika platform digital. Menurut Pratama & Sani (2022), mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung memiliki intensitas penggunaan media sosial yang lebih tinggi karena platform tersebut berfungsi ganda: sebagai objek studi ilmiah sekaligus alat praktikum untuk mengasah keterampilan komunikasi digital.

Keterlibatan yang mendalam dengan media sosial seperti TikTok bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung menciptakan sebuah paradoks. Di satu sisi, mereka mengembangkan literasi digital yang mumpuni, namun di sisi lain, tuntutan untuk terus memantau arus informasi dan tren (seperti fitur *For Your Page* atau FYP di TikTok) memaksa mereka untuk tetap berada dalam posisi pasif (duduk atau berbaring) dalam durasi yang lama. Hal inilah yang menjadi jembatan utama munculnya perilaku sedentari di kalangan mahasiswa tersebut.

2.5 Gaya Hidup Sedentari

Gaya hidup sedentari, atau *sedentary lifestyle*, merujuk pada pola perilaku yang ditandai dengan pengeluaran energi yang sangat rendah, biasanya kurang dari 1,5 METs (*Metabolic Equivalent of Task*). Aktivitas yang termasuk dalam gaya hidup ini meliputi duduk, berbaring, menonton televisi, menggunakan gawai, atau bekerja di depan komputer dalam durasi yang lama (WHO, 2020). Istilah “sedentari” berasal dari bahasa Latin *sedere* yang berarti “duduk”. Ciri khas gaya hidup sedentari adalah sebagian besar waktu dihabiskan dalam posisi duduk dengan minim aktivitas fisik seperti berjalan atau berolahraga, disertai dengan tingginya waktu layar (*screen time*) baik untuk hiburan maupun

pekerjaan. Aktivitas ini dilakukan secara berulang dan terus-menerus, sehingga dapat berdampak pada kesehatan jika tidak diimbangi dengan aktivitas fisik yang cukup.

Menurut World Health Organization (WHO), gaya hidup sedentari merupakan salah satu faktor risiko utama penyebab kematian global. *Sedentary Behavior Theory* menjelaskan bahwa semakin lama seseorang melakukan aktivitas dengan pengeluaran energi rendah dalam posisi duduk atau berbaring, semakin besar pula risiko mengalami gangguan kesehatan. Risiko tersebut meliputi penyakit tidak menular seperti penyakit kardiovaskular, obesitas, diabetes tipe 2, kanker tertentu, hingga gangguan metabolisme (WHO, 2020). WHO merekomendasikan agar setiap individu mengurangi waktu duduk dan melakukan aktivitas fisik intensitas sedang minimal 150 menit per minggu. Aktivitas fisik ini bertujuan untuk menyeimbangkan dampak negatif dari aktivitas sedentari dan menjaga kesehatan tubuh.

Teori ini juga menekankan bahwa *sedentary behavior* berbeda dengan *physical inactivity*. Seseorang dapat saja memenuhi standar olahraga mingguan, tetapi jika sebagian besar waktunya tetap dihabiskan untuk duduk, ia tetap digolongkan memiliki gaya hidup sedentari. Hal ini ditegaskan oleh Owen et al. (2010) yang menjelaskan bahwa *sedentary behavior* merupakan konsep yang berdiri sendiri, bukan sekadar kurangnya olahraga atau aktivitas fisik.

Rosenberg et al. (2010) mengembangkan *Sedentary Behavior Questionnaire* (SBQ) untuk mengukur tingkat gaya hidup sedentari. SBQ membagi indikator gaya hidup sedentari ke dalam beberapa aspek utama yang juga digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (1) total waktu duduk atau berbaring di luar waktu tidur, (2) lama waktu yang dihabiskan untuk aktivitas digital seperti menonton video di TikTok atau platform lainnya, (3) frekuensi aktivitas fisik seperti berjalan dan berolahraga, (4) indeks aktivitas fisik yang menggambarkan tingkat aktivitas harian seseorang, serta (5) perilaku pasif seperti *scrolling* media sosial atau menonton video dalam posisi diam tanpa gerakan fisik.

Indikator-indikator ini penting karena membantu memahami bagaimana perilaku sehari-hari dapat dikategorikan sebagai sedentari dan menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian.

Fenomena gaya hidup sedentari kini menjadi masalah global yang semakin mengkhawatirkan. Berdasarkan data WHO (2023), 1 dari 4 orang dewasa di dunia tidak melakukan aktivitas fisik yang cukup, sementara lebih dari 80% pengguna usia muda global kurang aktif secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup sedentari bukan sekadar fenomena lokal, tetapi merupakan tantangan kesehatan global yang memerlukan perhatian serius.

Di Indonesia, prevalensi perilaku sedentari terus meningkat. Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) 2018 menunjukkan bahwa 33,5% penduduk usia ≥ 10 tahun memiliki perilaku sedentari dengan durasi duduk lebih dari enam jam per hari, meningkat dari 24,1% pada tahun 2013. Selain itu, penelitian Stanford University (2017) menemukan bahwa Indonesia memiliki rata-rata langkah harian terendah di dunia, yaitu hanya 3.513 langkah per hari, yang menunjukkan tingkat aktivitas fisik masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah.

Fenomena ini juga diperkuat oleh peningkatan penggunaan media sosial dan teknologi digital. Studi Dewi dan Aprianti (2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berkorelasi dengan peningkatan perilaku sedentari pada pengguna usia muda, terutama ketika waktu layar (*screen time*) melebihi tiga jam per hari. Aktivitas seperti menonton video TikTok atau menggunakan platform digital lain dalam waktu lama biasanya dilakukan dalam posisi duduk atau berbaring, sehingga menurunkan tingkat aktivitas fisik dan meningkatkan risiko gangguan kesehatan.

Dampak dari gaya hidup sedentari bersifat serius dan jangka panjang. Artikel yang diterbitkan oleh Prudential Indonesia (2021) menjelaskan bahwa perilaku sedentari dapat meningkatkan risiko penyakit kardiovaskular, obesitas,

gangguan metabolisme, diabetes tipe 2, gangguan kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan, serta masalah postur tubuh seperti nyeri punggung dan gangguan tulang belakang. Penelitian Silwanah dan Amaliah (2019) juga menemukan adanya korelasi signifikan antara perilaku sedentari dengan kejadian obesitas pada anak usia sekolah dasar di Makassar dengan nilai $p = 0,011$. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup sedentari mempengaruhi tidak hanya orang dewasa tetapi juga kelompok usia yang lebih muda.

Untuk mengurangi dampak negatif gaya hidup sedentari, WHO dan berbagai lembaga kesehatan merekomendasikan beberapa strategi, yaitu meningkatkan aktivitas fisik secara bertahap melalui olahraga dan aktivitas harian, mengurangi waktu duduk dengan berdiri atau berjalan singkat setiap 30 menit saat bekerja, mengatur waktu penggunaan media sosial dan gawai agar tidak berlebihan, serta melakukan aktivitas rumah tangga yang melibatkan gerakan fisik. Pemahaman mengenai teori gaya hidup sedentari dan indikatornya sangat penting agar penelitian ini dapat mengukur tingkat perilaku sedentari dengan akurat. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara penggunaan TikTok dan gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa.

2.6 Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup

Media sosial, terutama platform populer seperti TikTok, telah terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap pola perilaku pengguna, terutama dalam meningkatkan kecenderungan gaya hidup sedentari. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, memiliki daya tarik yang kuat karena kontennya yang segar dan terus diperbarui melalui algoritma canggih. Karakteristik ini membuat pengguna dapat menghabiskan waktu yang panjang untuk mengonsumsi konten tanpa henti, yang pada akhirnya mengalihkan perhatian mereka dari aktivitas fisik yang penting bagi kesehatan.

Beberapa penelitian telah mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dapat berperan dalam meningkatkan gaya hidup yang cenderung kurang aktif.

Adhhyputri et al. (2021) menemukan bahwa selama pandemi, perilaku sedentari di kalangan mahasiswa meningkat secara signifikan, dengan 62,9% responden mengalami peningkatan aktivitas sedentari, yang sebagian besar dikaitkan dengan tingginya penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial dengan intensitas tinggi dapat menyebabkan mahasiswa menjalani pola hidup yang lebih kurang aktif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Setiawati et al. (2019) menemukan adanya hubungan negatif antara tingkat intensitas penggunaan media sosial dengan frekuensi berolahraga di kalangan pengguna media sosial usia muda. Semakin intensif penggunaan media sosial, semakin menurun frekuensi berolahraga, sehingga durasi waktu yang dialokasikan untuk aktivitas fisik mengalami penurunan yang signifikan. Hal serupa juga ditemukan oleh Saputra (2019), yang menyimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial untuk hiburan dan komunikasi, yang menyebabkan peningkatan perilaku sedentari dan menurunkan aktivitas fisik.

Dalam konteks TikTok, platform ini khususnya dianggap berdampak besar pada gaya hidup sedentari karena sifatnya yang menghibur dan adiktif. Cahyo et al. (2018) menyatakan bahwa durasi menonton video pendek memiliki korelasi positif dengan peningkatan waktu yang dihabiskan dalam aktivitas sedentari, terutama di kalangan mahasiswa yang mengurangi waktu untuk bergerak. Hal ini sejalan dengan Meilina & Kusuma (2022) yang menemukan bahwa selama pandemi, banyak mahasiswa yang menghabiskan waktu berjam-jam di TikTok, yang berdampak pada berkurangnya aktivitas fisik mereka. Winarsih (2018) juga mencatat bahwa kemudahan akses ke konten digital membuat banyak individu lebih memilih berada di depan layar daripada melakukan aktivitas fisik.

2.7 Hubungan TikTok dengan Gaya Hidup Sedentari

Penggunaan media sosial, termasuk TikTok, telah dikaitkan dengan peningkatan gaya hidup sedentari di kalangan pengguna, khususnya Gen Z.

Gaya hidup sedentari merujuk pada kebiasaan individu yang minim aktivitas fisik dan lebih banyak menghabiskan waktu dalam posisi duduk atau berbaring. Hal ini sering kali dikaitkan dengan penggunaan perangkat teknologi, seperti menonton televisi, bermain gim, atau mengakses media sosial (World Health Organization, 2020).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa frekuensi dan durasi penggunaan media sosial berhubungan erat dengan peningkatan gaya hidup sedentari. Penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi & Nadhiroh (2023) dalam jurnal *Hubungan Tingkat Adiksi Media Sosial dan Aktivitas Fisik dengan Status Gizi pada Mahasiswa Universitas Airlangga* menunjukkan bahwa 54,77% partisipan memiliki tingkat kecanduan media sosial yang tinggi, sementara 56,78% partisipan menunjukkan tingkat aktivitas fisik yang rendah. Data ini mengindikasikan bahwa tingginya keterlibatan dengan media sosial dapat mengurangi aktivitas fisik dan berdampak pada status kesehatan secara keseluruhan.

TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan Gen Z memiliki fitur algoritma yang secara otomatis menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna melalui *For You Page* (FYP). Fitur ini membuat pengguna menghabiskan lebih banyak waktu dalam kondisi pasif, seperti duduk atau berbaring dalam waktu yang lama, yang merupakan karakteristik utama dari gaya hidup sedentari. Penelitian oleh Etika et al. (2023) juga menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok di Indonesia berasal dari kelompok usia 14 hingga 24 tahun, yang rentan terhadap pengaruh media sosial dalam membentuk kebiasaan gaya hidup mereka.

Selain itu, penelitian Pertiwi & Nadhiroh (2023) menggunakan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) untuk mengukur tingkat adiksi media sosial dan *International Physical Activity Questionnaire – Short Form* (IPAQ-SF) untuk menilai aktivitas fisik. Hasil uji statistik menggunakan *chi-square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara tingkat adiksi media

sosial dan status gizi ($p\text{-value} = 0,017$) serta antara aktivitas fisik dan status gizi ($p\text{-value} = 0,031$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan seseorang dalam media sosial, semakin rendah aktivitas fisiknya, yang dapat berdampak pada kesehatan.

Lebih lanjut, penggunaan TikTok secara intensif juga berpengaruh terhadap pola makan pengguna. Studi Pertiwi & Nadhiroh (2023) mengungkapkan bahwa pengguna dengan adiksi media sosial yang tinggi lebih cenderung mengalami gangguan pola makan dan konsumsi makanan cepat saji. Apabila tidak disertai dengan aktivitas fisik yang memadai, kebiasaan ini berpotensi meningkatkan risiko terjadinya obesitas serta gangguan metabolisme.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan TikTok yang berlebihan berkorelasi kuat dengan meningkatnya gaya hidup sedentari, yang berpotensi menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan. Untuk itu, diperlukan pengaturan waktu penggunaan media sosial secara lebih bijaksana serta peningkatan kesadaran akan pentingnya melakukan aktivitas fisik dalam rutinitas sehari-hari.

2.8 Teori Uses and Effects

Teori *Uses and Effects* merupakan salah satu model teoretis penting dalam studi komunikasi massa yang dirumuskan oleh Sven Windahl dan dipopulerkan dalam karya Denis McQuail dan Sven Windahl dalam buku mereka *Communication Models for the Study of Mass Communication* (1993). Teori ini muncul sebagai upaya untuk menjembatani dan menyatukan dua mazhab utama penelitian media yang sebelumnya sering dianggap bertentangan, yaitu:

1. Pendekatan *Uses and Gratifications*: Berfokus pada audiens yang aktif, menanyakan "apa yang dilakukan audiens terhadap media?"
2. Pendekatan Efek Media Tradisional: Berfokus pada kekuatan media, menanyakan "apa yang dilakukan media terhadap audiens?"

Windahl (dalam McQuail & Windahl, 1993) mengajukan model *Uses and Effects* yang berpandangan bahwa efek media tidak dapat dipahami sepenuhnya tanpa mempertimbangkan bagaimana audiens menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, efek media adalah hasil yang dimediasi oleh motif dan perilaku konsumsi audiens.

2.8.1 Konsep Dasar dan Model U&E

Inti dari model *Uses and Effects* adalah bahwa efek (konsekuensi) komunikasi dipandang sebagai fungsi dari penggunaan media (eksposur) oleh audiens. McQuail dan Windahl (1993) menguraikan alur proses U&E sebagai berikut:

Uses → Pola Paparan Media → Efek/Konsekuensi

Penjelasan dari setiap komponen model tersebut adalah:

1. *Uses* (Penggunaan Media): Merujuk pada motif, kebutuhan, dan pilihan yang dimiliki oleh individu dalam memilih dan menggunakan media tertentu. Motif ini biasanya berupa *Gratifications Sought* (kepuasan yang dicari), seperti mencari informasi, hiburan, atau integrasi sosial.
2. Pola Paparan Media (*Patterns of Media Exposure*): Merujuk pada seberapa sering (frekuensi), seberapa lama (durasi), dan bagaimana (cara) individu mengonsumsi media yang telah dipilihnya. Pola ini merupakan manifestasi nyata dari motif penggunaan.
3. *Effects/Consequences* (Efek/Konsekuensi): Merupakan hasil atau dampak yang timbul dari pola paparan media yang intensif tersebut. Efek ini bisa berupa perubahan pengetahuan, perubahan sikap, atau yang paling penting bagi penelitian ini, perubahan perilaku. Penting untuk dicatat bahwa efek yang ditimbulkan dapat berupa efek yang disengaja (misalnya, belajar setelah menonton program edukasi) maupun efek yang tidak disengaja

(*unintended consequences*). Dengan model ini, Windahl berargumen bahwa untuk memahami efek komunikasi massa, peneliti harus terlebih dahulu mengidentifikasi dan mengukur penggunaan media oleh audiens (McQuail & Windahl, 1993). Penggunaan media adalah variabel yang menghubungkan kebutuhan individu dengan hasil perilaku yang ditimbulkan.

2.8.2 Relevansi dengan Penelitian

Teori *Uses and Effects* yang dikemukakan oleh Sven Windahl merupakan pengembangan dari teori *Uses and Gratifications*. Relevansi utama teori ini dalam penelitian ini terletak pada kemampuannya menjelaskan hubungan antara motif penggunaan media dengan konsekuensi atau efek yang ditimbulkan pada perilaku individu.

Dalam konteks penelitian ini, relevansi tersebut dijabarkan melalui poin-poin berikut:

1. Motif sebagai Penggerak (*Uses*): Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan TikTok dengan motif tertentu, seperti mencari hiburan (*entertainment*), informasi tren komunikasi, atau pelarian dari stres akademik (*escapism*). Menurut Windahl, penggunaan media bukan merupakan proses yang terisolasi, melainkan bagian dari pemenuhan kebutuhan audiens yang aktif (Windahl, 1979).
2. Proses Ketergantungan Media: Adanya fitur algoritma *For Your Page* (FYP) pada TikTok menciptakan pengalaman yang personal bagi pengguna, yang dalam teori ini dipandang sebagai bentuk interaksi antara karakteristik media dan ekspektasi audiens. Hal ini menyebabkan intensitas penggunaan yang tinggi atau *prolonged exposure* terhadap konten video pendek (Zuo & Wang, 2019).
3. Efek Perilaku (*Behavioral Effects*): Teori *Uses and Effects* menekankan bahwa hasil dari penggunaan media tidak hanya berupa kepuasan mental, tetapi juga efek nyata pada kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, efek yang dimaksud adalah Gaya Hidup

Sedentari. Ketika mahasiswa memenuhi kebutuhan *Uses*-nya (menonton TikTok), muncul konsekuensi yang tidak disengaja (*unintended consequences*) berupa berkurangnya aktivitas fisik secara signifikan karena posisi tubuh yang pasif (duduk atau berbaring) dalam waktu lama (Hormes et al., 2014).

Dengan demikian, teori ini sangat relevan untuk membedah bagaimana motif penggunaan TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung bertransformasi menjadi pola hidup yang tidak sehat (sedentari). Penggunaan TikTok berperan sebagai variabel independen yang secara teoretis "menggerakkan" perubahan pada variabel dependen, yaitu gaya hidup sedentari.

2.9 Teori Dependensi Media (*Media Dependency Theory*)

Teori Dependensi Media pertama kali dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur pada tahun 1976. Teori ini menyatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut akan menjadi semakin penting dalam hidup orang tersebut, sehingga media tersebut akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap orang tersebut (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

2.9.1 Inti Teori Dependensi Media

Dalam perspektif ini, audiens tidak hanya dipandang sebagai pihak yang aktif memilih media (seperti dalam *Uses and Gratifications*), tetapi juga sebagai pihak yang memiliki ketergantungan terhadap sistem media untuk mencapai tujuan tertentu. Ketergantungan ini muncul dari hubungan triadik antara sistem sosial, sistem media, dan audiens. Ball-Rokeach (1985) mengidentifikasi tiga jenis motif utama mengapa individu bergantung pada media:

1. Pemahaman (*Understanding*): Kebutuhan untuk memahami diri sendiri dan dunia sosial di sekitarnya.

2. Orientasi (*Orientation*): Kebutuhan untuk mendapatkan petunjuk dalam berperilaku atau berinteraksi secara sosial.
3. Hiburan (*Play/Escapism*): Kebutuhan untuk mendapatkan hiburan atau pelarian dari rutinitas dan tekanan hidup.

2.9.2 Hubungan Dependensi dengan Perilaku Mahasiswa

Dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi, ketergantungan terhadap platform TikTok seringkali berakar pada motif hiburan dan orientasi sosial. Mengingat TikTok merupakan pusat tren komunikasi digital saat ini, mahasiswa merasa "perlu" untuk terus terhubung dengan aplikasi tersebut agar tidak tertinggal informasi (*Fear of Missing Out*) atau sekadar sebagai sarana pelarian (*escapism*) dari tekanan tugas akademik.

Semakin tinggi intensitas penggunaan yang dilakukan mahasiswa untuk memenuhi motif tersebut, maka akan tercipta suatu pola ketergantungan. Teori ini menekankan bahwa ketika ketergantungan terhadap media meningkat, maka efek media tersebut terhadap kognisi, afektif, dan perilaku (*behavioral*) individu juga akan meningkat secara signifikan. Dalam penelitian ini, efek perilaku yang muncul sebagai konsekuensi dari ketergantungan tersebut adalah berkurangnya aktivitas fisik secara nyata yang bermuara pada gaya hidup sedentari.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif korelasional. Menurut Sugiyono (2017:8), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan dianalisis dengan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

Tipe deskriptif korelasional dipilih karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena yang terjadi, tetapi juga menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel, yaitu penggunaan TikTok (variabel X) dan gaya hidup sedentari (variabel Y). Dengan menggunakan tipe penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai seberapa besar pengaruh penggunaan TikTok terhadap kecenderungan gaya hidup sedentari pada mahasiswa, khususnya di kalangan Gen Z.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:11), metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu (bukan di laboratorium) dengan cara mengedarkan kuesioner atau angket kepada responden.

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel penggunaan TikTok (X) terhadap gaya hidup sedentari (Y) pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Lampung. Melalui metode survei, peneliti dapat mengumpulkan data secara sistematis dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38), variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu:

1) Variabel Independen (X): Penggunaan TikTok

Variabel ini menggambarkan intensitas dan pola penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa. Variabel ini diukur berdasarkan lima indikator yang diadaptasi dari Valkenburg dan Peter (2013), yaitu:

- Frekuensi penggunaan
- Durasi penggunaan
- Tujuan penggunaan
- Jenis konten yang ditonton
- Interaktivitas pengguna

2) Variabel Dependen (Y): Gaya Hidup Sedentari

Variabel ini menggambarkan tingkat kecenderungan perilaku tidak aktif secara fisik yang dilakukan mahasiswa dalam kesehariannya. Variabel ini diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari *Sedentary Behavior Questionnaire (SBQ)* oleh Rosenberg et al. (2010), yaitu:

- Total waktu duduk atau berbaring
- Waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial
- Frekuensi aktivitas fisik
- Perilaku pasif seperti scrolling tanpa gerakan
- Aktivitas sedentari lainnya seperti menonton TV atau bermain gim

Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel ini akan dianalisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

3.4 Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan untuk memberikan batasan pengertian yang jelas terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, agar tidak terjadi perbedaan penafsiran. Penelitian ini memiliki dua variabel utama, yaitu penggunaan TikTok (variabel X) dan gaya hidup sedentari (variabel Y).

1. Penggunaan TikTok (Variabel X)

Penggunaan TikTok dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bentuk paparan media (*media exposure*) yang melibatkan aktivitas individu dalam mengakses dan memanfaatkan fitur-fitur aplikasi TikTok. Menurut model *Differential Susceptibility to Media Effects Model* (DSMM) yang dikembangkan oleh Valkenburg dan Peter (2013), penggunaan media merupakan proses aktif yang diarahkan oleh tujuan (*goal-directed media use*) serta dipengaruhi oleh kerentanan disposisional dan sosial individu. Dalam konteks ini, penggunaan TikTok bukan sekadar upaya mencari kepuasan, melainkan sebuah interaksi intens antara pengguna dengan stimulus media yang dapat memicu respons. Bagi mahasiswa sebagai bagian dari Gen Z, pola penggunaan media yang berulang dan berdurasi lama ini menciptakan paparan yang konsisten, yang secara teoretis dipandang mampu mengubah kebiasaan fisik dan membentuk efek perilaku, seperti kecenderungan gaya hidup sedentari.

2. Gaya Hidup Sedentari (Variabel Y)

Gaya hidup sedentari merupakan pola perilaku dengan aktivitas fisik yang sangat rendah dan pengeluaran energi kurang dari 1,5 METs (*Metabolic Equivalent of Task*) World Health Organization (2020) mendefinisikan perilaku sedentari sebagai segala bentuk aktivitas yang dilakukan dalam posisi duduk, berbaring, atau diam, di luar waktu tidur. Menurut

Rosenberg et al. (2010) dalam *Sedentary Behavior Questionnaire* (SBQ), perilaku sedentari mencakup aktivitas seperti menonton televisi, bermain gim, menggunakan komputer atau ponsel, dan aktivitas sejenis yang dilakukan dalam waktu lama tanpa pergerakan fisik yang berarti. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup sedentari dapat muncul akibat tingginya penggunaan media digital, termasuk TikTok, yang cenderung mendorong aktivitas pasif dan menurunkan intensitas aktivitas fisik harian.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran dari definisi konseptual yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian agar dapat diukur secara empiris. Dalam konteks penelitian ini, definisi operasional menjelaskan batasan yang digunakan peneliti untuk memahami dan mengukur masing-masing variabel.

1. Penggunaan TikTok (Variabel X)

Penggunaan TikTok dalam penelitian ini didefinisikan sebagai paparan media (*media exposure*) yang melibatkan aktivitas mahasiswa dalam mengakses, mengonsumsi konten, serta berinteraksi di aplikasi TikTok. Variabel ini diukur melalui lima indikator yang diadaptasi dari model *Differential Susceptibility to Media Effects Model* (DSMM) oleh Valkenburg dan Peter (2013), yaitu: frekuensi, durasi, tujuan, jenis konten, dan interaktivitas.

Peneliti mengklasifikasikan penggolongan penggunaan media sosial berdasarkan adaptasi Teori Kultivasi pada media digital (Morgan et al., 2015). Durasi penggunaan dikategorikan berdasarkan klasifikasi *Heavy Users* apabila waktu penggunaan mencapai dua jam atau lebih per hari. Batasan ini merujuk pada klasifikasi intensitas media sosial menurut Khasanah dan Setyawan (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan di atas 180 menit (3 jam) per hari merupakan kategori tinggi yang signifikan dalam memicu perubahan perilaku dan dampak kesehatan.

Selanjutnya, frekuensi penggunaan dikategorikan "tinggi" apabila mahasiswa mengakses aplikasi TikTok sebanyak tiga kali atau lebih dalam sehari (Pew Research Center, 2023).

2. Gaya Hidup Sedentari (Variabel Y)

Yang dimaksud dengan gaya hidup sedentari dalam penelitian ini adalah kecenderungan mahasiswa untuk melakukan aktivitas dengan pengeluaran energi yang rendah, yaitu sebesar 1,5 METs atau kurang, seperti duduk, berbaring, menatap layar gawai, menonton video, atau menggunakan media sosial dalam waktu yang lama di luar waktu tidur.

Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup sedentari difokuskan pada perilaku pasif mahasiswa saat menggunakan media sosial TikTok serta aktivitas sedentari lainnya yang menunjukkan adanya *time displacement* atau pengalihan waktu dari aktivitas fisik harian. Variabel ini mengadaptasi konsep dari *Sedentary Behavior Questionnaire* (SBQ) yang dikembangkan oleh Rosenberg et al. (2010), yang mengukur kebiasaan duduk, aktivitas pasif, waktu penggunaan media berbasis layar, serta aktivitas sedentari akademik.

Batasan kategorisasi waktu duduk dan penggunaan layar yang dikategorikan sebagai “lama” dalam penelitian ini merujuk pada durasi enam jam atau lebih per hari. Batasan tersebut merupakan kriteria *prolonged sitting* yang umum digunakan dalam studi kesehatan masyarakat dan dalam instrumen SBQ untuk mengidentifikasi tingkat perilaku sedentari yang tinggi.

Tabel 2. Tabel Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Parameter / Tolak Ukur (Cara Ukur)	Rujukan Indikator & Batasan	Skala
Penggunaan TikTok (X)	Frekuensi	Diukur berdasarkan jumlah pembukaan aplikasi dalam sehari. Kategori	Valkenburg dan Peter (2013) (Indikator); Pew Research	Likert 1-5

		tinggi: ≥ 3 kali/hari.	Center (2023) (Batasan frekuensi Gen Z).	
	Durasi	Diukur berdasarkan total waktu penggunaan harian. Kategori lama: ≥ 2 jam/hari.	Valkenburg dan Peter (2013) (Indikator); Morgan et al., (2015) (adaptasi Teori Kultivasi pada media digital)	Likert 1-5
	Tujuan	Diukur melalui motif akses seperti hiburan, informasi, dan sosial.	Valkenburg dan Peter (2013) (<i>Goal-directed media use</i>).	Likert 1-5
	Jenis Konten	Diukur berdasarkan preferensi isi (hiburan vs edukasi).	Valkenburg dan Peter (2013) (<i>Content-dependent effects</i>).	Likert 1-5
	Interaktivitas	Diukur melalui keterlibatan teknis (<i>like, comment, share</i>).	Valkenburg dan Peter (2013) (<i>Media features</i>).	Likert 1-5
Gaya Hidup Sedentari (Y)	Waktu Duduk/ Berbaring	Diukur berdasarkan total waktu posisi statis. Kategori tinggi: ≥ 6 jam/hari.	Rosenberg et al. (2010) (Indikator); WHO (2020) (Standar perilaku sedentari berisiko).	Likert 1-5
	Waktu Media Sosial	Diukur berdasarkan durasi penggunaan layar tanpa aktivitas fisik (≥ 3 jam/hari).	Biddle et al. (2011) (Prediktor perilaku sedentari berbasis layar).	Likert 1-5
	Aktivitas Fisik	Diukur melalui frekuensi olahraga dalam seminggu. Kategori rendah: < 3 kali/minggu.	Rosenberg et al. (2010) (Indikator); WHO (2020) (Batasan aktivitas fisik minimal).	Likert 1-5

	Perilaku Pasif	Diukur melalui kebiasaan <i>mindless scrolling</i> yang menyebabkan tubuh diam.	Valkenburg dan Peter (2013) (<i>Non-intentional behavioral effects</i>).	Likert 1-5
	Aktivitas Sedentari Lain	Diukur melalui durasi aktivitas duduk statis lainnya (belajar/bekerja).	Rosenberg et al. (2010) (Indikator SBQ).	Likert 1-5

(Sumber : diolah oleh peneliti, 2025)

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, instrumen kuesioner menggunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Menurut Sugiyono (2013:132), skala Likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi opini, sikap, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial tertentu. Skala ini dinilai tepat untuk mengidentifikasi tingkat persetujuan atau penolakan responden terhadap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner.

Penelitian ini menerapkan skala Likert lima poin (1–5). Penggunaan lima poin dipilih karena memberikan variasi jawaban yang lebih luas, sehingga responden dapat menyatakan sikapnya dengan lebih tepat. Selain itu, adanya pilihan netral di tengah rentang jawaban memungkinkan responden yang benar-benar tidak memiliki pendapat untuk memberikan jawaban yang objektif, sehingga mengurangi risiko bias dalam pengisian kuesioner. Skala lima poin juga mempermudah proses analisis statistik, terutama saat menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Adapun rincian skala Likert beserta skor yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Rincian Sekala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Sugiyono, 2017:93)

Dengan demikian, penggunaan skala Likert lima poin dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan terukur dalam menggambarkan persepsi responden. Hal ini mendukung tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung secara lebih mendalam.

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung pada tahun akademik 2024/2025. Pemilihan populasi ini didasarkan pada karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu mahasiswa yang merupakan bagian dari Gen Z (*digital native*) dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, terutama TikTok.

Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dipilih karena mereka memiliki keterkaitan erat dengan aktivitas media digital dalam proses pembelajaran, hiburan, maupun komunikasi sosial. Oleh karena itu, populasi ini dianggap representatif untuk meneliti pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari.

Tabel 4. Jumlah Mahasiswa Aktif tahun Akademik 2024/2025

No.	Angkatan	Jumlah Mahasiswa (Orang)
1	2019	29
2	2020	33
3	2021	67

4	2022	211
5	2023	177
6	2024	185
7	2025	204
Total		906

(Sumber : Laporan Data Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas
Lampung, 06 Oktober 2025)

3.7.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), *sampel* adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak sederhana di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden (Arikunto, 2019).

Teknik ini dipilih karena populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi bersifat relatif homogen, terutama dalam hal akses dan intensitas penggunaan media sosial. Dengan pengambilan secara acak, setiap mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden, sehingga dapat meminimalkan bias dan menghasilkan data yang representatif.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan Rumus Yamane (1967), yang pertama kali diperkenalkan dalam buku *Elementary Survey Sampling* (edisi 1967; revisi 1973). Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum yang representatif dari populasi dengan jumlah yang diketahui.

Rumus Yamane ditulis sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi (906 mahasiswa)

e = margin of error (0,05 atau 5%)

Berdasarkan data yang ada, jumlah populasi (N) adalah 278 dan margin of error (e) sebesar 0,05, sehingga perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{906}{1 + 906(0,05^2)} = \frac{906}{1 + 906(0,0025)} = \frac{906}{3,265} \approx 277,49$$

Jumlah sample yang dibutuhkan = 278 Responden

Sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah 278 responden dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 5%. Namun, dalam pelaksanaannya, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 285 responden yang telah mengisi kuesioner secara lengkap dan memenuhi kriteria yaitu yang merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, dengan rentan usia 17-24 tahun sebagai bagian dari Gen Z, dan juga pengguna aktif Tiktok.

Keputusan untuk menggunakan jumlah sampel sebesar 285 responden (melebihi batas minimal) didasarkan pada pertimbangan metodologis untuk menjamin kualitas dan representativitas data. Secara teoretis, peningkatan jumlah sampel di atas batas minimal (*oversampling*) membantu meningkatkan presisi temuan dan mengurangi potensi *error* penelitian, sehingga hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih kuat terhadap populasi (Hair et al., 2018).

Selain itu, penggunaan 285 responden juga berfungsi untuk mengantisipasi potensi data yang tidak valid atau bias saat proses *cleaning* data, sehingga memastikan jumlah sampel akhir tetap berada di

atas ambang batas minimal yang disyaratkan (Sekaran & Bougie, 2019). Dengan demikian, 285 responden dinilai sangat memadai dan representatif untuk mewakili populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137), teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data empiris yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer dalam metode penelitian kuantitatif. Kuesioner dipilih karena mampu menjangkau responden dalam jumlah besar dan memungkinkan peneliti memperoleh data yang terukur mengenai variabel penelitian, yaitu penggunaan TikTok (variabel X) dan gaya hidup sedentari (variabel Y).

3.9 Sumber Data

3.9.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2017:137). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*) kepada mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung tahun akademik 2024/2025.

Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel:

- a) Variabel X (Penggunaan TikTok) mengacu pada indikator dari Valkenburg dan Peter (2013), yaitu frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, tujuan penggunaan, jenis konten yang ditonton, dan interaktivitas.

- b) Variabel Y (Gaya Hidup Sedentari) mengacu pada indikator dari Rosenberg et al. (2010) dalam *Sedentary Behavior Questionnaire (SBQ)*, yaitu total waktu duduk, waktu menggunakan media sosial, aktivitas fisik, perilaku pasif, dan aktivitas sedentari lain.

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui platform digital seperti Google Form, sehingga responden dapat mengisi secara mandiri dan hasilnya langsung direkap secara otomatis untuk analisis selanjutnya.

3.9.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang selain responden, seperti pustaka, laporan, jurnal, dan sumber tertulis lainnya. Peneliti menggunakan buku, jurnal, dan penelitian lainnya yang relevan dengan judul penelitian, terutama yang berkaitan dengan penggunaan media sosial TikTok, teori *Uses and Effects*, serta gaya hidup sedentari.

3.10 Teknik Pengolahan Data

Menurut Moh. Pabundu Tika (2005:63–75), sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan tahap pengolahan data terlebih dahulu. Pengolahan data bertujuan untuk memeriksa, mengorganisasi, dan menyiapkan data agar siap untuk dianalisis. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk mempermudah proses perhitungan statistik.

Tahapan pengolahan data dalam penelitian ini meliputi beberapa langkah berikut:

1. *Editing Data*

Dilakukan untuk memeriksa kembali data dari kuesioner agar tidak terdapat kekosongan jawaban, kesalahan pengisian, atau data ganda.

2. *Coding Data*

Memberikan kode atau angka pada setiap jawaban responden agar data kualitatif dapat diubah menjadi bentuk kuantitatif. Misalnya, jawaban pada skala Likert diberi kode angka 1–5.

3. *Entry Data*

Setelah semua data diberi kode, tahap selanjutnya yaitu memasukkan data ke dalam program SPSS untuk diolah dan disusun sesuai kebutuhan analisis.

4. *Analysis Data*

Tahap akhir yaitu menganalisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup sedentari mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

3.11 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji instrumen penelitian untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar layak dan dapat dipercaya. Instrumen yang baik harus memenuhi dua kriteria utama, yaitu validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan agar data yang diperoleh akurat, sesuai dengan tujuan penelitian, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.11.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267), uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu instrumen dalam mengungkapkan data sesuai dengan tujuan pengukurannya. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu

mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total. Rumus korelasi Pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

X = skor item pernyataan

Y = skor total

Kriteria pengambilan keputusan:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 (5%), maka item pernyataan dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid dan perlu direvisi atau dihapus.

Dengan demikian, uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel penggunaan TikTok dan gaya hidup sedentari secara tepat sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.

3.11.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017:268), reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi atau keajegan suatu instrumen, yaitu sejauh mana alat ukur tersebut memberikan hasil yang stabil apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Dengan demikian, reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya karena menghasilkan data yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi

internal dalam mengukur konstruk yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Secara teoretis, rumus Cronbach's Alpha dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{S^2} \right)$$

Keterangan:

- α : nilai reliabilitas
- k : Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum Si^2$: Jumlah variasi butir
- S^2 : Total variasi

3.12 Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui pengaruh variabel independen (penggunaan TikTok) terhadap variabel dependen (gaya hidup sedentari), penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y : Variabel dependen (gaya hidup sedentari)
- a : Konstanta, yaitu nilai Y ketika X = 0
- b : Koefisien regresi, menunjukkan besarnya perubahan Y untuk setiap kenaikan satu satuan X
- X : Variabel independen (penggunaan TikTok)

3.13 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:284), uji hipotesis merupakan langkah untuk menentukan apakah dugaan atau hipotesis penelitian dapat diterima atau

ditolak berdasarkan hasil analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial TikTok (X) terhadap gaya hidup sedentari (Y) pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial) dengan bantuan program SPSS.

Menurut Priyatno (2016:140), uji t digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat signifikan atau tidak. Uji t juga bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel terikat.

Secara matematis, rumus uji t dapat ditulis sebagai berikut:

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

Keterangan:

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n : jumlah responden

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika t hitung > t tabel atau Sig. < 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari.
2. Jika t hitung ≤ t tabel atau Sig. > 0,05, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut.

Dengan demikian, uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis bahwa penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis (uji t) yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 13,460, yang mana lebih besar dari t-tabel sebesar 1,968, dengan tingkat signifikansi sebesar $< 0,001$. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok (meliputi durasi, frekuensi, dan atensi), maka akan semakin tinggi pula tingkat gaya hidup sedentari (perilaku pasif/minim aktivitas fisik) yang dilakukan oleh mahasiswa.
2. Besaran pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup sedentari di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung adalah sebesar 39%. Hal ini didasarkan pada nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,390. Sementara itu, 61% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti beban tugas akademik, hobi lain, atau faktor lingkungan tempat tinggal. Secara teoretis, temuan ini mengonfirmasi penerapan teori *Uses and Effects*, di mana penggunaan media TikTok memberikan efek perilaku nyata berupa kecenderungan untuk berdiam diri dalam waktu yang lama.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan dan temuan dalam penelitian ini, peneliti merumuskan saran-saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis (Pengembangan Ilmu): Mengingat variabel penggunaan TikTok dalam penelitian ini berkontribusi sebesar 39% terhadap gaya hidup sedentari, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan bagi Gen Z, seperti intensitas pengerjaan tugas akademik berbasis digital atau penggunaan platform *streaming* video lainnya. Selain itu, untuk mengatasi kelemahan data yang bersifat *self-report* (persepsi subjektif), penelitian mendatang disarankan menggunakan metode observasi langsung atau alat pengukur aktivitas fisik (*wearable device*) guna memperoleh data durasi perilaku sedentari yang lebih akurat secara medis.
2. Saran Praktis: Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung diharapkan dapat meningkatkan kesadaran terhadap *digital wellbeing* dengan menerapkan pola istirahat aktif (*active breaks*) di sela-sela penggunaan media sosial guna meminimalisir dampak kesehatan dari gaya hidup sedentari. Pihak Jurusan juga dapat berperan aktif dalam memberikan edukasi mengenai keseimbangan antara literasi media digital dengan kesehatan fisik, agar mahasiswa tidak hanya kompeten secara akademis dalam menguasai tren teknologi, tetapi juga tetap menjaga pola hidup sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyputri, R., et al. (2021). *Peningkatan perilaku sedentari di kalangan mahasiswa selama pandemi*. Jurnal Kesehatan Masyarakat, Universitas Pahlawan, Jakarta, hal. 12.
- Althoff, T., Seshadri, A., & Leskovec, J. (2017). *Large-scale physical activity data reveal worldwide activity inequality*. Nature, 547(7663), 336–339.
- APJII. (2024). *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ayuningtyas, F. W. (2023). *Hubungan perilaku sedentari dengan risiko penyakit metabolik pada remaja di Jakarta*. (Tesis, Universitas Indonesia).
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). *A Dependency Model of Mass-Media Effects*. Communication Research.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). *The Origins of Individual Media-System Dependency: A Sociological Framework*. Communication Research, 12(4), 485–510.
- Bayti, A., et al. (2020). *Generasi Z dan perilaku media sosial*. Jurnal Ilmiah, Universitas Pahlawan, Jakarta, hal. 10.
- Bencsik, A., Horváth-Csasz, G., & Tímea, J. (2016). *Y and Z Generations at Workplaces*. Journal of Competitiveness.
- Biddle, S. J. H., et al. (2011). *The sedentary behaviour and obesity paradigm—a focus on screen time and other sedentary behaviours in youth*. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 8(1), 1-13.

- Bungin, B. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Paradigma, Metode dan Aplikasi Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cahyo, E., et al. (2018). *Durasi menonton video pendek dan aktivitas sedentari mahasiswa*. Jurnal Kesehatan Masyarakat, Universitas Pahlawan, Jakarta, hal. 11.
- Carrillo Durán, M. V., & Castillo Díaz, A. (2011). *Cómo crear marcas digitales (Digital Interactive Brand) para la generación digital*. Revista de Estudios de Juventud, 92, 151–164.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Databoks. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia terbanyak kedua di dunia per April 2023*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/e55f918fb00588b/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Dewi, H. Y., & Aprianti, A. (2024). *Hubungan Penggunaan Media Sosial, Kualitas Tidur, dan Pola Makan dengan Status Gizi Remaja: Correlation Between Intensity of Sosial Media Use, Sleep Quality and Diet with Nutritional Status of Adolescents*. Jurnal Surya Medika (JSM), 10(3), 325–333. <https://doi.org/10.33084/jsm.v10i3.9074>
- Dimock, M. (2019, 17 Januari). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Djarwanto. (1994). *Statistik Non Parametrik*. Yogyakarta: BPFE.
- Etika, A. N., dkk. (2023). *Dampak Akun Media Sosial terhadap Perilaku Sedentary pada Mahasiswa Kesehatan*. Universitas Kadiri.

- Finandita, W. A., & Indrawati, V. (2021). *Gaya Hidup Sedentari, Screen Time, dan Pola Makan terhadap Status Gizi Remaja SMAN 1 Bojonegoro*. Universitas Negeri Surabaya.
- Gamble, S. (2005). *The public life of the media: Social theory and communication*. Sage Publications.
- Gao, F., & Liu, S. (2020). *The relationship between smartphone use and sedentary behavior among young adults: A systematic review*. *Psychological Reports*, 123(2), 522-540.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., et al. (2018). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Hartanti, & Mawarni. (2020). *Hubungan antara stres dan aktivitas sedentari pada mahasiswa*. Diakses dari: <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jkt/article/download/29629/22158/110732>
- Hidayah, dkk. (2024). *Gaya Hidup Sedentari dan Risiko Kesehatan*.
- Hidayat, P. A. W. (2024). *Hubungan screen time dalam penggunaan gadget terhadap interaksi sosial dan kemampuan bahasa pada anak usia prasekolah*. (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). <http://repository.upi.edu/129542/>
- Hidayat, R., dkk. (2023). *Transformasi Digital dan Perubahan Perilaku Gen Z di Provinsi Lampung*. *Jurnal Sosial dan Teknologi*.
- Hormes, J. M., dkk. (2014). *Craving Facebook? Behavioral addiction to online social networking and its association with emotion regulation deficits*. *Addiction*.

- Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Hasil Utama Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes).
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Laporan tentang perilaku sedentari dan kesehatan di Indonesia*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Pedoman Gaya Hidup Sedentari*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kira, A., et al. (2023). *Passive Social Media Consumption and Mental Health Outcomes: A Scoping Review*. Journal of Medical Internet Research.
- KISP. (2021). *Penelitian mengenai frekuensi dan durasi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa*. Jurnal Ilmiah, Universitas Pahlawan, Jakarta.
- Kurniawan. (2020). *Indikator Interaksi Media Sosial dalam Pengaruh Perilaku*.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction (2nd ed.)*. Routledge.
- Lorenz-Spreen, P., et al. (2019). *Short Video Exposure and Attention Span*. Nature Communications.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Meilina, Y., & Kusuma, H. (2022). *Pengaruh penggunaan TikTok terhadap aktivitas fisik selama pandemi*. Jurnal Kesehatan Masyarakat, Universitas Pahlawan, Jakarta, hal. 10.
- Nashrudina. (2025). *The Role of TikTok in Shaping Generation Z's Slang: Semantic Change and Language Use in Digital Communication*. Jurnal Cultural Narratives. Vol. 2, No. 3, hlm. 146–156.

- Nurhaditio, D., & Hartanto, D. (2023). *Pengaruh Paparan Instagram terhadap Kebutuhan Informasi Pengguna*.
- O'Higgins, S., et al. (2020). *Screen time behaviour and physical activity among young adults: A systematic review*. BMC Public Health, 20(1), 1-11.
- Omar, B., & Wang, D. (2020). *Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage*. International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM), 14(4), 121–137.
- Owen, N., Healy, G. N., Matthews, C. E., & Dunstan, D. W. (2010). *Too much sitting: The population-health science of sedentary behavior*. Exercise and Sport Sciences Reviews, 38(3), 105–113.
- Permatasari, I. P., & Susanto, R. A. (2021). *Tingkat Literasi Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Jurnal Komunikasi Massa, 1(1), 1-10.
- Pertiwi, R. A., & Nadhiroh, S. R. (2023). *Hubungan Tingkat Adiksi Media Sosial dan Aktivitas Fisik dengan Status Gizi Mahasiswa Universitas Airlangga*.
- Pew Research Center. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. PewResearch.org. Diakses dari: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2019/01/17/where-millennials-end-and-gen-z-begins/>
- Pratama, A., & Sani, A. (2022). *Literasi Digital dan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Global.
- Prudential Indonesia. (2021, 14 April). *Dampak Sedentary Lifestyle untuk Kesehatan Fisik dan Mental*. Diakses melalui : <https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/dampak-sedentary-lifestyle/>

- Quiroz, N. T. (2020). *TikTok: La aplicación favorita durante el aislamiento*. Revista Argentina de Estudios de Juventud, 14, 1–9.
- Rakhmayanti, R. (2020). *Penelitian tentang perilaku sedentari di kalangan remaja Indonesia*. Jurnal Ilmiah, Universitas Pahlawan, Jakarta.
- Rakhmayanti, R. (2020). *Pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup remaja di Indonesia*. Diakses dari: Rakhmayanti Research.
- Rosenberg, D. E., Bull, F. C., Marshall, A. L., & Sallis, J. F. (2010). *The Sedentary Behavior Questionnaire (SBQ): A new instrument for assessing frequency and duration of sedentary activities*. Journal of Physical Activity and Health, 7(suppl 1), S79–S85.
- Rosenberg, D. E., Bull, F. C., Marshall, A. L., Sallis, J. F., & Bauman, A. E. (2010). *Assessment of sedentary behavior with the International Physical Activity Questionnaire (IPAQ): Reliability and validity test in adults*. Journal of Physical Activity and Health, 7(3), 382–390.
- Rosenberg, D. E., et al. (2010). *Reliability and validity of the Sedentary Behavior Questionnaire (SBQ) for use in adolescents*. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 7(1), 17.
- Saintout, N. (2013). *L'ère des défis: Les tendances et challenges sur les médias sociaux*. Presses Universitaires de France.
- Saputra, A. (2019). *Penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap aktivitas fisik mahasiswa*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Universitas Pahlawan, Jakarta, hal. 9.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (8th ed.)*. John Wiley & Sons.

- Sensor Tower. (2020, 29 April). *TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever*. Diakses melalui : <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>
- Silwanah, A. S., & Amaliah, A. (2019). *Hubungan Aktivitas Sedentari dengan Kejadian Obesitas pada Anak Usia Sekolah Dasar di SD Frater Thamrin Makassar*. Jurnal Info Kesehatan, 9(2), 86–92.
- Statista. (2024). *Jumlah Pengguna TikTok Global dan Indonesia per April 2024*. Diakses dari: www.statista.com
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- The Intercept. (2020, 16 Maret). *Leaked TikTok documents reveal how moderators are told to censor content*. Diakses melalui : <https://www.google.com/search?q=https://theintercept.com/2020/03/16/tiktok-leaked-documents-china-censorship/>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The Differential Susceptibility to Media Effects Model. *Journal of Communication*, 63(2), 221–243. <https://doi.org/10.1111/jcom.12024>
- Van Dijck, J. (2016). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Vaterlaus, J. Mitchell, Madison Winter. (2021). *TikTok: an exploratory study of young adults' uses and gratifications*. The Social Science Journal

We Are Social. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. Diakses dari: <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>

We Are Social. (2024). *Laporan pengguna TikTok di Indonesia*. Diakses dari: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: The Global Overview Report. Diakses dari: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Wibowo, A. H., & Rachmawati, A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Keterampilan Komunikasi Mahasiswa*. Jurnal Kajian Komunikasi, 8(2), 171-180.

Winarsih, Y. (2018). *Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Remaja*. Jurnal Komunikasi Massa, 10(1), 45–56.

World Health Organization (WHO). (2020). *Guidelines on physical activity and sedentary behaviour*. Geneva: World Health Organization. Diakses melalui : <https://www.who.int/publications/i/item/9789240015128>

World Health Organization. (2023). *Physical activity*. World Health Organization. <https://www.who.int/health-topics/physical-activity>

Zuo, H., & Wang, T. (2019). *Analysis of TikTok User Behavior from the Perspective of Uses and Gratifications Theory*. Proceedings of the 2019 International Conference on Literature, Art and Human Development.