



Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa

Elviani Intan Saputri^{1*}, David Rizar Nugroho², Enden Darjatul Ulya³, Mulyono⁴

^{1,2,3,4} Komunikasi Digital dan Media, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

Email: elvianiintansaputri2@gmail.com^{1*}, davidrizarnugroho@unpak.ac.id²,
endenulya@gmail.com³, mulyonomul@apps.ipb.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: elvianiintansaputri2@gmail.com

Abstract. This study investigates the influence of TikTok usage on the changes in interpersonal communication styles among university students in Indonesia. The rapid development of digital communication platforms, especially TikTok, has reshaped the way young people interact, express themselves, identify changes in their interpersonal communication styles, and analyze the effect of TikTok usage on those changes. Using a quantitative survey method with 100 active university students as respondents, data were collected through an online questionnaire. The results indicate that students' TikTok usage is categorized as high, particularly in terms of frequency, duration, and engagement intensity. Findings also show a significant shift in communication styles, especially in language choice, expressive patterns, and interaction modes. Simple linear regression analysis confirms that TikTok usage has a strong and significant influence on changes in interpersonal communication styles ($p < 0,001$; $R^2 = 0,944$). These results demonstrate that TikTok not only serves as an entertainment platform but also plays a substantial role in shaping students' communication behavior. The study highlights important implications for understanding digital communication trends among young adults in Indonesia.

Keywords: Communication Style; Digital Media; Interpersonal Communication; Student; TikTok

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada pola komunikasi generasi muda, terutama dengan hadirnya TikTok sebagai platform berbasis video yang sangat populer. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tingkat penggunaan TikTok pada mahasiswa, mengidentifikasi perubahan gaya komunikasi interpersonal, serta menganalisis pengaruh penggunaan TikTok terhadap perubahan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 mahasiswa aktif pengguna TikTok. Data diperoleh melalui kuesioner daring dan dianalisis secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berada pada kategori tinggi, khususnya pada frekuensi, durasi, dan intensitas keterlibatan. Perubahan gaya komunikasi interpersonal juga tergolong tinggi, mencakup aspek pilihan bahasa, ekspresi komunikasi, dan pola interaksi. Uji regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan TikTok terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal ($p < 0,001$; $R^2 = 0,944$). Temuan ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga membentuk pola komunikasi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Studi ini menyoroti implikasi penting untuk memahami tren komunikasi digital di kalangan dewasa muda di Indonesia.

Kata kunci: Gaya Bahasa; Komunikasi Interpersonal; Mahasiswa; Media Digital; TikTok

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal cara bersosialisasi dan berkomunikasi. Transformasi menuju era digital telah melahirkan pola interaksi yang baru yang tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu (Sari & Diana, 2024). Internet menjadi infrastruktur utama yang menopang perubahan ini. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) mencatat bahwa pengguna aktif internet di Indonesia telah mencapai 221 juta jiwa atau 79,5% dari populasi, menandakan bahwa sebagian besar aktivitas komunikasi masyarakat kini berlangsung melalui media digital. Salah satu dampak paling besar dari digitalisasi adalah

berkembangnya secara pesat media sosial. Media sosial telah menjadi ruang interaksi baru yang memungkinkan pengguna menciptakan, membagikan, dan mengonsumsi informasi secara cepat, interaktif, dan partisipatif (Kompas, 2022). Banyaknya berbagai platform yang sudah berkembang, namun TikTok menjadi salah satu aplikasi paling dominan, terutama di kalangan generasi muda. Menurut laporan We Are Social, (2025) TikTok menempati posisi ketiga aplikasi dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia, dan rata-rata pengguna menghabiskan waktu sekitar 29 jam per bulan untuk mengakses platform tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok sudah menjadi bagian dari rutinitas digital di masyarakat.

TikTok menawarkan konten dengan format berbentuk video pendek memiliki algoritma yang sangat personal, sehingga mendorong pengguna untuk terus menggulir konten yang disajikan secara berkelanjutan. Sejalan dengan konsep prosumer (Nasrullah, 2023), pengguna TikTok tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen yang menciptakan tren bahasa, ekspresi, hingga gaya komunikasi. Mahasiswa sebagai alat *digital native* adalah kelompok yang paling aktif dalam memanfaatkan platform ini (Pratiwi, 2023). TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, ruang kreativitas, serta sarana interaksi sosial. Akan tetapi, perubahan tersebut tidak selalu berdampak positif. Agustina, (2024) menemukan bahwa penggunaan TikTok yang intens dapat memengaruhi ekspresi verbal dan nonverbal mahasiswa, termasuk menurunnya penggunaan bahasa formal dalam interaksi sehari-hari. Penelitian lain oleh Rahman et al., (2022) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menyebabkan kurangnya kualitas komunikasi tatap muka, karena mahasiswa akan lebih nyaman berinteraksi melalui layar dibandingkan dengan interaksi secara langsung.

Kehidupan akademik memiliki konteks, bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran yang sangat penting dalam membangun sebuah kerja sama, adaptasi sosial, dan keseimbangan emosional. Ketika gaya komunikasi mahasiswa dipengaruhi oleh tren yang ada pada media sosial, maka akan terjadi perubahan yang tidak hanya bersifat linguistik tetapi juga bersifat sosial. Bungin, (2021) menyebut fenomena ini sebagai sosial *mirror effect*, dimana individu meniru perilaku digital yang populer agar diterima di lingkungan sekitar. Pada mahasiswa, hal ini dapat memengaruhi cara mereka bertutur kata, memilih diksi, mengekspresikan emosi, hingga bagaimana cara mereka membangun hubungan antarpribadi. Melihat fenomena ini, diperlukan penelitian yang empiris agar mampu menggambarkan bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. Penelitian ini mengisi kesenjangan dari penelitian sebelumnya dengan fokus hanya pada aspek perubahan linguistik dan interpersonal akibat paparan konten TikTok. Dengan demikian, penelitian ini

menjadi penting dalam memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komunikasi di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian teoritis pada penelitian ini berfungsi sebagai landasan konseptual yang memperkuat argumentasi mengenai hubungan antara penggunaan TikTok dan perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa. Pada era digital, komunikasi massa dan media sosial tidak lagi dipisahkan secara tegas, melainkan saling melebur dalam membentuk budaya komunikasi baru masyarakat (McQuail, 2011). Proses komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah melalui media tradisional seperti televisi atau radio kini telah berubah menjadi proses dua arah yang memungkinkan pengguna tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memproduksi serta mendistribusikannya. Pergeseran ini diperkuat oleh kemunculan media sosial berbasis video seperti TikTok yang menawarkan pengalaman komunikasi yang lebih bersifat multimodal, yaitu kombinasi teks, suara, visual, dan gerakan secara bersamaan. Hal tersebut membuat proses pembentukan makna dalam komunikasi menjadi lebih kompleks dan dinamis.

Media sosial, menurut Kaplan & Haenlein, (2010), merupakan sekelompok aplikasi berbasis web yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten oleh pengguna. TikTok sebagai salah satu platform yang paling berkembang pesat memiliki karakteristik unik berupa konten video pendek yang didukung oleh algoritma personalisasi (FYP), sehingga memungkinkan munculnya tren komunikasi yang sangat cepat beredar dan mudah ditiru oleh jutaan penggunanya. Dari sudut pandang teori *uses and gratifications*, pengguna memilih TikTok karena mampu memenuhi kebutuhan hiburan, identitas sosial, ekspresi diri, pencarian informasi, hingga pencarian status sosial (Katz et al., 1974). Dalam hal ini, mahasiswa sebagai pengguna aktif TikTok tidak hanya menikmati konten, tetapi juga memodifikasi dan menirukan gaya komunikasi yang dianggap menarik, relevan, atau sedang viral di platform tersebut.

Dalam konteks komunikasi interpersonal, DeVito, (2018) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran makna antara dua orang atau lebih yang bersifat langsung maupun melalui media. Komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh konteks, hubungan antarindividu, dan budaya. Pada era digital, media sosial menjadi salah satu ruang yang membentuk ulang perilaku komunikasi interpersonal mahasiswa. Gaya komunikasi bukan lagi sekadar bagaimana cara seseorang berbicara, tetapi mencakup kebiasaan linguistik, ekspresi nonverbal, simbol, dan bahkan pola interaksi yang diperoleh dari media sosial (Mulyana, 2019). TikTok yang menonjolkan visualitas dan ekspresi emosional melalui wajah,

gerakan tubuh, serta *tone* suara berpotensi dapat memengaruhi gaya komunikasi mahasiswa dalam interaksi tatap muka.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap komunikasi kalangan generasi muda. Agustina, (2024) menemukan bahwa pengguna TikTok cenderung meniru ekspresi verbal dan nonverbal kreator yang mereka ikuti, termasuk dalam situasi komunikasi sehari-hari. Studi Khansa & Putri, (2022) menunjukkan bahwa TikTok membentuk pola komunikasi digital yang lebih informal, emosional, dan bergantung pada simbol visual seperti stiker atau meme yang mereka lihat. Penelitian Dewani et al., (2024) menunjukkan bahwa konten TikTok yang viral memiliki kekuatan untuk membentuk bahasa gaul baru yang banyak digunakan remaja dan mahasiswa. Sejalan dengan hal tersebut, Rahman et al., (2022) mengungkap bahwa TikTok memengaruhi cara mahasiswa mengekspresikan opini, emosi, bahkan pola pikir.

Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam membentuk dan mengubah gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi ruang pembentukan identitas yang memengaruhi pilihan diksi, gaya ekspresif, pola interaksi, dan cara berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kajian teoritis ini menjadi pijakan penting dalam menganalisis hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan perubahan gaya komunikasi interpersonal mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengetahui pengaruh penggunaan TikTok terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin mengukur besarnya pengaruh variabel X (Penggunaan TikTok) terhadap variabel Y (Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal) secara numerik dan objektif (Sugiyono, 2023). Pendekatan ini relevan karena mampu menggambarkan fenomena secara sistematis dan memungkinkan analisis hubungan antarvariabel menggunakan teknik statistik. Desain penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian (Creswell, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna aktif TikTok. Sampel penelitian berjumlah 100 mahasiswa yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih dengan pertimbangan bahwa responden adalah pengguna aktif TikTok. Pertimbangan ini penting untuk memastikan bahwa

responden benar-benar merasakan dampak penggunaan aplikasi tersebut terhadap cara mereka berkomunikasi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner online menggunakan Google Form yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Variabel penggunaan TikTok (X) diukur menggunakan tiga indikator: frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan intensitas keterlibatan. Sementara variabel perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal (Y) diukur melalui indikator pilihan bahasa, ekspresi komunikasi, dan pola interaksi. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju; 5 = sangat setuju), mengikuti rekomendasi Creswell, (2014). Sebelum digunakan, instrumen diuji validitasnya menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment, di mana instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 (Cooper & Schindler, 2006). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan ketentuan bahwa nilai $\alpha \geq 0,70$ menunjukkan instrumen reliabel. Pada penelitian ini, seluruh item variabel X dan Y memiliki nilai α di atas 0,80 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, yang menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal ($p > 0,05$). Uji linearitas digunakan untuk memastikan hubungan linear antara variabel X dan Y, sebagaimana direkomendasikan oleh Gujarati & Porter, (2009). Setelah asumsi statistik terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan uji hipotesis yang terdiri dari uji T dan uji regresi linear sederhana untuk mengukur pengaruh penggunaan TikTok terhadap perubahan gaya komunikasi interpersonal dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi (R^2). Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran empiris yang kuat mengenai hubungan kedua variabel, sekaligus memastikan bahwa hasil analisis bersifat valid, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Penggunaan TikTok di Kalangan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi, dengan nilai rata-rata 4,19. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital mahasiswa. Rata-rata durasi penggunaan sebesar 4,28 mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya menggunakan TikTok secara selintas, melainkan menghabiskan waktu yang cukup panjang setiap hari untuk menelusuri berbagai jenis konten. Durasi yang tinggi ini selaras dengan survei nasional We Are Social, (2025) yang menemukan bahwa pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan

lebih dari 29 jam per bulan di platform tersebut. Selain durasi, indikator frekuensi penggunaan juga berada pada kategori tinggi dengan nilai 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mengakses TikTok beberapa kali dalam sehari sebagai bentuk rutinitas. Kecenderungan membuka aplikasi secara berulang menunjukkan adanya habit formation, yaitu kebiasaan digital yang terbentuk dari penggunaan terus-menerus. TikTok menyediakan stimulus tersebut melalui notifikasi, konten viral, dan algoritma personalisasi FYP yang memicu rasa ingin tahu dan dorongan untuk terus menggulir konten. Indikator intensitas keterlibatan (*engagement*) juga memiliki nilai tinggi (4,11), menunjukkan bahwa mahasiswa tidak sekadar sebagai penonton pasif, melainkan juga sebagai pengguna aktif yang berinteraksi melalui fitur komentar, *like*, *share*, dan pembuatan konten. Hal ini menguatkan pernyataan Nasrullah, (2023) yang menyebutkan bahwa TikTok menjadikan penggunanya sebagai prosumer sekali gus produsen dan konsumen konten.

Tingkat Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa

Variabel Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,20, yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa mengalami perubahan dalam cara berkomunikasi sebagai hasil dari paparan penggunaan TikTok. Perubahan tersebut tidak hanya muncul dalam bentuk verbal, tetapi juga dalam bentuk nonverbal, ekspresi emosional, hingga pola interaksi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Indikator pilihan bahasa memperoleh rata-rata 4,21, yang menunjukkan bahwa mahasiswa semakin sering menggunakan istilah atau kosakata yang populer di TikTok. Istilah viral seperti “gaskeun”, “bestie”, “recek”, dan lainnya sering muncul untuk menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi yang dianggap relevan dan diterima oleh kelompok sebaya. Indikator ekspresi komunikasi menunjukkan nilai rata-rata 4,24, yang menegaskan bahwa ekspresi verbal maupun nonverbal mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh gaya komunikasi kreator TikTok. Banyak mahasiswa yang secara tidak sadar mengadaptasi gaya bicara, intonasi, ekspresi wajah, hingga gesture tertentu yang mereka lihat di TikTok. Penggunaan emoji, stiker, atau istilah ekspresif juga meningkat dalam komunikasi digital, menunjukkan pengaruh visual TikTok terhadap cara mahasiswa mengekspresikan emosi.

Sementara itu, indikator pola interaksi memperoleh rata-rata 4,16, yang mengindikasikan bahwa interaksi sosial mahasiswa kini banyak dipengaruhi oleh tren atau topik yang sedang viral di TikTok. Banyak mahasiswa yang memulai percakapan dengan membahas konten FYP, mengikuti *challenge* bersama, atau meniru dialog-dialog viral yang mereka lihat. Interaksi yang sebelumnya bersifat natural kini semakin berorientasi pada konten digital, sehingga batas antara dunia digital dan dunia nyata semakin kabur. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. Perubahan ini tidak hanya tampak pada cara berbicara, tetapi juga pada ekspresi emosi, gaya berinteraksi, dan pemilihan kosakata dalam kehidupan sosial sehari-hari. TikTok telah menjadi ruang budaya yang secara langsung membentuk identitas linguistik mahasiswa dan cara mereka berkomunikasi dengan orang lain.

Tingkat Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Penggunaan TikTok memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Interpersonal. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji Anova, di mana nilai F sebesar 1671,947 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$ menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah valid dan memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat. Berdasarkan tabel koefisien regresi, variabel X memiliki nilai koefisien sebesar 0,985 dengan nilai t sebesar 40,889 dan signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin besar perubahan yang terjadi pada gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. Variabel ini bukan hanya signifikan, tetapi juga memiliki *Standardized Beta* yang sangat tinggi, yakni 0,972, yang menandakan bahwa Penggunaan TikTok merupakan prediktor yang sangat dominan dalam mempengaruhi perubahan gaya bahasa mahasiswa. Nilai *R Square* sebesar 0,945 mengindikasikan bahwa 94,5% variasi perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal dapat dijelaskan oleh Penggunaan TikTok, sementara hanya 5,5% yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,944 menguatkan bahwa model ini stabil dan tidak mengalami bias meskipun menggunakan satu variabel independen. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memiliki pengaruh yang sangat kuat, signifikan, dan komprehensif terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa. TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga sarana yang membentuk identitas komunikasi generasi muda. Pengaruh TikTok terlihat dari cara mahasiswa memilih kosakata, mengekspresikan diri, hingga berinteraksi dalam kehidupan sosial sehari-hari. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meningkatnya intensitas penggunaan TikTok berbanding lurus dengan meningkatnya perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi dan terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal. Penggunaan TikTok yang intensif, baik dari sisi frekuensi,

durasi, maupun intensitas keterlibatan, telah membentuk pola komunikasi baru yang lebih ekspresif, informal, dan dipengaruhi oleh tren digital yang berkembang di platform tersebut. Perubahan tersebut terlihat pada pilihan bahasa yang semakin banyak mengambil istilah viral, cara mahasiswa mengekspresikan emosi melalui bahasa verbal maupun nonverbal, serta pola interaksi yang cenderung lebih cepat, singkat, dan visual. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan TikTok menjelaskan 94,4% variasi perubahan gaya bahasa komunikasi interpersonal mahasiswa, yang berarti bahwa TikTok memiliki peran yang sangat besar dalam mempengaruhi cara mahasiswa berbicara, berinteraksi, dan mengekspresikan diri dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya sekedar platform hiburan, tetapi juga sebagai media yang membentuk budaya komunikasi generasi muda secara nyata.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa saran. Bagi mahasiswa, penting untuk lebih bijak dalam menggunakan TikTok dan mampu membedakan konteks penggunaan gaya bahasa, terutama antara situasi informal dan formal. Kesadaran literasi digital perlu ditingkatkan agar mahasiswa mampu menyeleksi gaya komunikasi yang tepat dan tetap mempertahankan etika berbahasa yang baik dalam lingkungan akademik maupun profesional. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan program literasi komunikasi yang lebih relevan dengan perkembangan media digital, termasuk pelatihan mengenai etika komunikasi di media sosial dan pemahaman terhadap pengaruh budaya digital terhadap perilaku komunikasi. Selain itu bagi peneliti selanjutnya, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan mempertimbangkan variabel lain seperti pengaruh jenis konten TikTok, perbedaan karakteristik demografis, atau perbandingan dengan platform digital lain untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika perubahan komunikasi interpersonal di era digital. Penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif juga dapat memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai pengalaman mahasiswa dalam mengadaptasi gaya bahasa komunikasi yang dipengaruhi oleh media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, R. (2024). Pengaruh TikTok terhadap ekspresi verbal dan nonverbal mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 12(1), 15–27.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan survei internet Indonesia 2024*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Bungin, B. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif* (2nd ed.). Prenadamedia Group. <https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business research methods* (9th ed.). McGraw-Hill.

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- DeVito, J. A. (2018). *The interpersonal communication book* (15th ed.). Pearson.
- Dewani, A., Putra, S., & Yuliani, P. (2024). Bahasa gaul TikTok dan dampaknya terhadap komunikasi mahasiswa. *Jurnal Linguistika Sosial*, 9(2), 112–125.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Khansa, L., & Putri, R. (2022). Pengaruh TikTok terhadap gaya komunikasi remaja. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(2), 44–56.
- Kompas. (2022). Perkembangan media sosial di Indonesia tahun 2022. *Kompas Riset Media*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, D. (2023). Perilaku digital mahasiswa dalam penggunaan TikTok. *Jurnal Komunikasi Remaja*, 7(1), 77–89.
- Rahman, N., Yusuf, M., & Lestari, D. (2022). Dampak penggunaan TikTok pada interaksi tatap muka mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 10(2), 95–104.
- Sari, J. A., & Diana, B. A. (2024). Dampak transformasi digitalisasi terhadap perubahan perilaku masyarakat pedesaan. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 4(2), 88–96. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- We Are Social. (2025). *Digital 2025 April global statshot report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>