

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN TIKTOK @shellasaukia
TERHADAP PERILAKU HEDONISME ALUMNI ANGKATAN 7 PUTRI
PONDOK PESANTREN MODERN MUHAMMADIYAH BOARDING
SCHOOL YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh:

Suaka Azkia Salsabiila

NIM. 20102010054

Dosen Pembimbing Skripsi

Nitra Galih Imansari, M.Sos.

NIP. 19940915 202012 2 008

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1222/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES TIKTOK @SHELLASAUKIA TERHADAP PERILAKU HEDONISME ALUMNI ANGKATAN 7 PUTRI PONDOK PESANTREN MODERN MUHAMMADIYAH BOARDING SCHOOL YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SUAKA AZKIA SALSABILA
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010054
Telah diujikan pada : Kamis, 04 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 66bad73c55b7c



Pengaji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 66b7f62a575d



Pengaji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 66bab637b4dd7



Yogyakarta, 04 Juli 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66bc5a8a011d2

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 5581

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta
mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat
bahwa skripsi Saudara:

Nama : Suaka Azkia Salsabiila

NIM : 20102010054

**Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok
@shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni
Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern
Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program
Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu dalam bidang sosial.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera
dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kamu ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Juni 2024

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

Nitra Galih Ulmansari, M. Sos
NIP. 19940915 202012 2 008

Ketua Jurusan

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
NIP 19840307 201101 1 013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suaka Azkia Salsabiila
NIM : 20102010054
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti ini tidak benar, maka penulis siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 29 Mei 2024

Yang menyatakan,



Suaka Azkia Salsabiila
20102010054

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Suaka Azkia Salsabiila

NIM : 20102010054

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran saya tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal yang tidak diinginkan maka saya akan menyangkut-pautkan kepada pihak fakultas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 29 Mei 2024

Yang menyatakan,



Suaka Azkia Salsabiila
20102010054

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadirat Allah SWT dan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, peneliti persembahkan skripsi ini dengan segenap kerendahan hati teruntuk orang tua saya yakni Bapak Suyatno dan Ibu Rosdiana yang selalu memberikan, mendo'akan, mendukung, baik berupa materi ataupun kasih sayang. Serta kepada adik, keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada kalian semua. Aamiin ya rabbal'aalamiin.

Tidak lupa skripsi ini juga saya persembahkan untuk almamater saya, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan

Kalijaga Yogyakarta.

Terimakasih telah menjadi wadah untuk saya belajar.

MOTTO

“Bumi memiliki banyak gunung dan padang rumput yang indah, langit spektakuler, serta danau yang tenang. Terdapat hutan yang lebat, ladang bunga, dan pantai berpasir di sini juga. Selain itu, langit dipenuhi dengan banyak bintang, dan setiap hari menawarkan janji matahari terbit dan terbenam yang baru. Namun, yang paling penting bagi dunia adalah keberadaan orang-orang yang menghargai dan menikmatinya.”

-Michael Josepshon-

“Syukurilah hari ini, dan lihatlah betapa indahnya esok hari”



KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan kasih sayang dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta”**.

Penulis menyadari bahwa selama proses hingga terselesaiannya skripsi ini banyak mendapatkan kontribusi dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, yakni kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
4. Nitra Galih Imansari, M.Sos., selaku pembimbing skripsi yang berkenan selalu memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan masukan atas skripsi ini.
5. Drs. Abdul Rozak, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingannya
6. Seluruh dosen dan staff Komunikasi dan Penyiaran Islam yang memberikan kemudahan, bimbingan, serta arahan, selama perkuliahan berlangsung.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua saya bapak Suyatno dan ibu Rosdiana yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, sabar dan keikhlasan mendukung di segala langkah putrimu, tak lupa juga dengan segala pengorbanan dan doa yang tidak pernah berhenti tercurah untukku sampai saat ini.

8. Terkhusus untuk adik saya Chintami Nayla Akbar. Saya sangat berterimakasih atas dukungan, doa dan telinga yang selalu siap untuk mendengarkan semua keluh kesah saya. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala cita-citamu.
9. Keluarga besar saya, sepupu, paman, bibi, ncang, ncing, dan keluarga besar yang lainnya. Saya berterimakasih atas segala doa serta dukungannya hingga terselesaikannya perkuliahan ini.
10. Seluruh teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. Terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di perkuliahan ini.
11. Teruntuk teman-teman alumni angkatan 7 PPM MBS Yogyakarta. Terimakasih telah menjadi teman selama 6 tahun yang rasanya amat singkat. Kebersamaan sampai detik ini masih terasa dan semoga tidak akan pernah pudar. Hajat dan apa yang dicita-citakan semoga tercapai.
12. Kepada teman-teman dekat saya, Aza, Riza, Nala, Faaza, Titi, Huwaida, Shofi, Fathi, Dimas, Sigit, Arip, Ica, Elfa, Thalia, Zulia, Shairi, Nicky, Nikmat, Dhiya, Dhygas, Elmak, Landung, Luthfi Tinggi, dan yang lainnya yang tidak bisa saya tulis namanya satu-persatu. Terimakasih telah bersama-sama di masa-masa perkuliahan saya. Semoga sukses selalu untuk kedepannya dan tercapai segala apa yang kalian cita-citakan.
13. Kepada seluruh pemain sepak bola Tim Nasional Indonesia putra maupun putri terutama tim dibawah asuhan coach Shin Tae Yong: Jay Idzes, Rafael Struick, Justin Hubner, Arhan, Sandy Walsh, Ragnar, Ernando, Rizky Ridho, dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu. Terimakasih telah menghibur saya dalam beberapa pertandingan di sela-sela skripsi saya, menang maupun kalah merupakan sebuah tanda semangat untuk saya yang termotivasi bahwa sesungguhnya proses tidak pernah menghianati hasil. Semoga selalu memberikan hasil yang terbaik untuk Indonesia.
14. Untuk diriku sendiri, Suaka Azkia Salsabiila. Terimakasih sudah berjuang sampai sejauh ini, terimakasih atas badan, fikiran, tenaga dan perasaan

yang dilimpahkan sepenuhnya untuk menjalani apa yang menjadi tanggung jawab. Semoga senantiasa Tuhan memberikan segala kenikmatan untuk mempermudah dalam langkah menuju tujuan mulia.

Semoga Tuhan yang Maha Esa senantiasa memberikan ganjaran atas segala kebaikan yang telah diberikan selama ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih diperlukan banyak perbaikan dan masukan yang konstruktif. Semoga naskah ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 29 Mei 2024

Peneliti

Suaka Azkia Salsabiila
NIM 20102010054



ABSTRAK

Teknologi yang semakin maju dan berkembang pesat menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang mudah diakses dimanapun dan kapanpun, pengguna juga dapat berbagi informasi dengan cepat. Hal ini menimbulkan dampak perilaku sosial khususnya pada perilaku hedonisme yang disebabkan oleh antusiasme tinggi untuk mengikuti *trend* yang sedang beredar. Kebanyakan hal ini diakibatkan karena tingginya intensitas mengakses suatu akun *content creator* dengan unggahan bertema gaya hidup pengusaha sukses di media sosial pada aplikasi TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh akses terhadap akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarluaskan kuesioner melalui WhatsApp kepada 63 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas akses terhadap akun TikTok @shellasaukia berkorelasi dengan perilaku hedonisme alumni, meskipun dalam tingkat frekuensi yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa trend perilaku dan gaya hidup yang glamour saat ini dapat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Analisis regresi linier sederhana menunjukkan penolakan terhadap hipotesis alternatif (H_a) dan penerimaan terhadap hipotesis nol (H_0). Kesimpulan dari penelitian ini konsisten dengan teori peluru atau jarum hipodermik, menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari akses terhadap akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme, dengan tingkat signifikansi variabel X sebesar 0,000 ($<0,05$), mengindikasikan pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Kata Kunci : Intensitas, TikTok, Perilaku Hedonisme, Alumni Pondok Pesantren



ABSTRACT

Technology that is increasingly advanced and developing rapidly makes social media a communication tool that is easily accessible anywhere and anytime, users can also share information quickly. This has an impact on social behavior; especially hedonistic behavior which is caused by high enthusiasm for following current trends. Most of this is due to the high intensity of accessing a content creator account with uploads on the lifestyle of successful entrepreneurs on social media on the TikTok application. This research aims to explore the influence of access to the TikTok account @shellasaukia on the hedonistic behavior of female class 7 alumni of the Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta Islamic Boarding School. The research method uses a quantitative approach by distributing questionnaires via WhatsApp to 63 respondents. The research results show that the intensity of access to the @shellasaukia TikTok account is correlated with alumni hedonistic behavior, although at a moderate frequency level. This shows that the current trend of glamorous behavior and lifestyle can be influenced by the high intensity of social media use. Simple linear regression analysis shows rejection of the alternative hypothesis (H_a) and acceptance of the null hypothesis (H_0). The conclusions of this research are consistent with the hypodermic bullet or needle theory, showing that there is a significant influence of access to the TikTok account @shellasaukia on hedonistic behavior, with a significance level for variable X of 0.000 (<0.05), indicating the influence of variable X on variable Y.

Keywords: Intensity, TikTok, Hedonistic Behavior, Islamic Boarding School Alumni



DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	19
H. Hipotesis.....	20
I. Sistematika Pembahasan	21
BAB II	22
METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Definisi Konseptual.....	23
C. Definisi Operasional	25
D. Populasi dan Sampel	30
E. Instrument Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36

G.	Uji Validitas dan Reabilitas	37
H.	Analisis Data	44
BAB III.....		47
GAMBARAN UMUM		47
A.	Akun TikTok Shella Saukia	47
B.	Karakteristik Responden	53
BAB IV		57
HASIL PENELITIAN		57
A.	Deskripsi Hasil Penelitian	57
B.	Data Hasil Penelitian.....	59
C.	Analisis Data	64
D.	Pembahasan.....	75
BAB V.....		78
PENUTUP		78
A.	Kesimpulan	78
B.	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		84
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian Variabel (X) Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia dan Variabel (Y) Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta.	84
Lampiran 2.	Hasil Olah Data.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hubungan Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta	19
Gambar 3. 1 Profil Akun TikTok @shellasaukia	49
Gambar 3. 2 Unggahan Konten dan Komentarnya	50
Gambar 3. 3 Unggahan Konten Travelling dan Promosi Produk	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Operasional.....	25
Tabel 2. 2 Skor Skala Likert.....	36
Tabel 2. 3 Validitas variabel Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia	38
Tabel 2. 4 Validitas variabel Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta	40
Tabel 2. 5 Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia	42
Tabel 2. 6 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Hedonisme.....	43
Tabel 3. 4 Data Responden Berdasarkan UsiaError! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 1 Skor Hipotetik Data Penelitian.....	59
Tabel 4. 2 Perhitungan Kategori Skor Subjek Penelitian.....	61
Tabel 4. 3 Kategorisasi skor Variabel X (Intensitas Mengakses).....	62
Tabel 4. 4 Kategorisasi skor Variabel Y (Perilaku Hedonisme).....	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linieritas	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 8 ANOVA Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	69
Tabel 4. 9 COEFFICIENTS Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi serta trend yang beredar menciptakan beberapa sikap atau perilaku yang kurang terpuji, salah satunya perilaku hedonisme. Hedonisme adalah keyakinan bahwa kesenangan adalah aspek yang paling utama dalam kehidupan manusia.

Hedonisme dapat diartikan sebagai suatu paham bahwa sesuatu yang baik ialah untuk mencapai kesenangan dan menjauhi penderitaan. Hedonisme juga diartikan sebagai kenikmatan atau kesenangan dalam kehidupan baik jasmani maupun rohani, Perilaku hedonisme merupakan suatu dorongan dari individu untuk selalu berprinsip memegang sebuah kenikmatan.¹

Tujuan dari hedonisme sendiri diartikan untuk mencapai sebuah kenikmatan dalam hidup, namun makna hedonisme mengalami pergeseran, kenikmatan dalam hidup dinilai dari banyaknya materi saja, bergaya hidup yang glamor serba mewah, hanya mementingkan kepuasan dirinya sendiri untuk mencari kesenangan dan mendapat validasi dari banyak orang. Meskipun perilaku hedonisme dapat memberikan kesenangan bagi yang melakukannya, tetapi perilaku hedonisme dianggap

¹ Ismail, Maryam, *Hedonisme dan Pola Hidup Islam*, (Vol. 16. 2. 2019). Hal, 194.

sebagai perilaku yang menyimpang sebab akan memberikan dampak buruk yang dapat menjadikan semua orang menjadi tidak percaya diri, munculnya perilaku konsumtif, tidak mampu memanajemen pengeluaran, dan menjadi pribadi yang boros.²

Gaya hidup hedonisme sedang menyebar di kalangan generasi muda, terlihat dari kebiasaan sehari-hari untuk mengejar kesenangan, seperti keinginan untuk membeli barang-barang mewah, berani membayar kredit walaupun masih bergantung kepada orang tua. Seringkali mengabaikan kebutuhan dan lebih memilih melakukan aktivitas bersenang-senang dalam gemerlap dunia diskotik yang berdampak negatif dan tidak fokus terhadap program studi yang dijalankan, tidak memikirkan jerih payah orang tua, bahkan menjadi pekerja seks komersial untuk bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan mengorbankan banyak hal demi kepuasannya untuk bersenang-senang.³

Secara garis besar, Gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merujuk pada pengaruh yang berasal dari dalam diri individu tersebut dan didasari oleh keyakinannya sendiri untuk menjalani gaya hidup sesuai keinginannya. Ini mengasah gagasan bahwa seseorang harus memamerkan kemewahan dan kemegahan serta senang menjadi pusat perhatian. Pemikiran seperti inilah

² Amalina, Eka Ristu Nur, *Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Hedonisme Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung*, Skripsi. Universitas Lampung, 2021.

³ Jevannyya, Vionnalita dkk. *Gaya Hidup Hedonisme Dikalangan Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi*, Jurnal Holistik, (Vol. 14. 3, 2021). hal. 2.

yang menyebabkan terjadinya gaya hidup hedonis. Sedangkan, faktor eksternal merupakan penyebab terjadinya hedonisme yang datangnya dari luar. Pengaruh lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi gaya hidup hedonis. Misalnya, jika seseorang berteman dengan seseorang yang terbiasa dengan gaya hidup mewah, kemungkinan besar mereka juga akan mengikuti gaya hidup di lingkaran pertemanannya. Faktor terpenting penyebab hedonisme eksternal adalah sangat besarnya arus informasi eksternal atau globalisasi.

Sikap hedonisme dalam pemahaman umum masyarakat yaitu kecenderungan untuk berfoya-foya yang hanya diukur dengan materi yang menghalalkan segala cara. Contohnya penggunaan media sosial yang membuat Alumni Angkatan 7 Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School bergaya hidup konsumtif, menggunakan barang-barang *branded* untuk memenuhi gengsi, merelakan uang tabungan untuk kesenangan semata, cara berpakaian seperti artis ternama, mementingkan diri sendiri dengan kesenangannya, sehingga dinilai jauh dari apa yang diharapkan oleh masyarakat. Apabila perilaku hedonisme semakin menggejala di kalangan alumni pondok pesantren hal ini dapat mengkhawatirkan sebagai tenaga pendakwah bagi masyarakat dan bangsa.

Tidak dipungkiri penyebaran informasi yang cepat meluas memudahkan semua orang termasuk alumni pondok pesantren pun mengetahui informasi apa yang tengah hangat dibicarakan. Sebagai alumni pondok pesantren yang tinggal di tengah masyarakat umumnya menjadi

guru, ustadz atau ustadzah dan menjadi bagian dari masyarakat, maka mereka diharapkan ikut andil dalam bermasyarakat, khususnya siap dalam berpartisipasi aktif untuk membantu menyebarkan dan mengajarkan keilmuan agama yang mereka punya terhadap masyarakat, menerima harapan agar menjadi suri tauladan bagi masyarakat dan mempunyai moral yang tinggi.⁴

Salah satu *content creator* TikTok yang telah mengunggah sebanyak 3,171 video dan mendapatkan 203,2 juta *like* dengan nama akun @shellasaukia yang dikenal sebagai *crazy rich* asal Aceh berhasil memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mempromosikan bisnis *fashion*, *skincare*, hingga obat pelangsing dengan cara berjualan era modern pada saat ini di aplikasi TikTok, yaitu dengan mengadakan *live* atau siaran langsung untuk berjualan setiap harinya. Akun yang mempunyai jumlah *followers* 6,7 juta ini dengan ketekunannya, Shella Saukia berhasil memiliki rumah seperti istana, mobil yang mewah, hingga *travelling* ke berbagai negara.

Shella kerap mengugah video aktifitas hariannya seperti; *shopping* barang *branded*, promosi bisnis yang ia produksi, jalan-jalan ke beberapa negara, menghadiri acara mewah, menampilkan rumah megah nan mewahnya, hingga memperlihatkan omzet yang diraih dari hasil penjualan produknya. Namun, dalam unggahan video wawancara pada

⁴ Junaidi, Kholid, *Kontribusi Alumni Pondok Pesantren Dalam Pendidikan Moral Masyarakat Di Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk*, Skripsi. STAIN Kediri, 2012.

akun Youtube dr. Richard Lee, MARS. Shella mengatakan tujuan dari pamer harta kekayaan dengan memakai barang branded maupun tempat mahal (*fancy*) semata-mata hanya untuk keperluan promosi, agar produk yang ia jual terlihat cocok jika disandingkan dengan barang mewah.

Pada kenyataannya dan fenomena yang peneliti temui konten yang dibuat menarik perhatian dari remaja hingga orang dewasa dan bahkan orang tua. Sehingga mereka sangat tertarik untuk mengakses akun TikTok @shellasaukia. Dilihat dari gaya hidup *glamour* yang diunggah Shella Saukia pada akun TikToknya, membuat banyak masyarakat termasuk alumni pondok pesantren juga ingin merasakan hidup mewah, dari mereka tidak sedikit yang mengikuti gaya hidup *glamour* salah satu *content creator* TikTok ini. Konten yang Shella saukia unggah di akun TikToknya pasti memiliki respon positif maupun negatif, adapun masyarakat yang menanggapi isi konten sesuai dengan strategi promosi, ada juga yang menangkap jika Shella membuat konten hanya untuk keperluan pamer harta kekayaan yang ia miliki. Dalam hal ini menjadikan TikTok sebagai aplikasi yang memiliki pengaruh terhadap suatu hal bagi yang mengakses sesuai apa yang dibutuhkan.

Dalam konteks ini, karena TikTok memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku seseorang, saya sebagai peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern**

Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta. Guna dapat menyikapi dengan bijak dalam memaknai pemahaman hedonisme dan penggunaan social media terutama TikTok. Penelitian ini menggunakan teori peluru atau teori jarum hipodermik, yang memaparkan pengaruh sangat kuat terhadap khalayak massa.

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia dengan perilaku hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta?
2. Seberapa besar pengaruh antara intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia dengan perilaku hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia dengan perilaku hedonisme

Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia dengan perilaku hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian lain yang tertarik untuk menyelidiki dampak sosial dari perilaku hedonisme, serta dapat membantu dalam pengembangan konsep moral di kalangan alumni pondok pesantren.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menghasilkan pemikiran baru dan memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai perilaku hedonisme di kalangan alumni pondok pesantren yang ditimbulkan dari adanya pengaruh penggunaan aplikasi TikTok.

E. Kajian Pustaka

Dalam melakukan sebuah penelitian, penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan pertimbangan dan referensi dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Penelitian *Journal of Education Social and Development* yang dilakukan oleh Nur Madhinatul Ilmi, Jamaluddin Arifin, dan Herdianty R dengan judul “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna TikTok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dampak perilaku konsumtif pengguna TikTok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki dua aspek yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif yang ditimbulkan bahwa mahasiswa memiliki peningkatan pengetahuan produk, meningkatkan suasana hati dan harga yang lebih terjangkau. Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan seperti lebih eksis atau update mengikuti zaman, kecanduan akan suatu hal, dan meningkatkan gaya hidup konsumtif. Perbedaan terletak pada metode penelitian.⁵ Peneliti diatas menggunakan metode kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

Kedua, Penelitian Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan yang dilakukan oleh Nurul Wahyuni, Ana Yohana, dan

⁵ Ilmi, Nur Madhinatul, Jamaluddin Arifin, dan Herdianty, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna TikTok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar”, *Journal of Education Social and Development*, vol. 2, 2023.

Rizky Muslim Hidayat dengan judul “Implikasi Media Sosial (Instagram) pada Gaya Hidup di Kota Banjarmasin”. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa media sosial terutama instagram sangat popular dikalangan anak muda, instagram juga sudah menjadi gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dalam lingkup aktivitas sehari-hari dan dianggap sebagai kebutuhan primer karena intensitas mengakses >10 jam perhari. Proses eksternalisasi seperti mewujudkan impian, menyalurkan kreatifitas, dan keharusan dalam mengikuti trend yang sedang popular serta proses internalisasi seperti menjangkau informasi dunia luar, sumber inspirasi untuk berinovasi, dan sumber referensi kegiatan sehari-hari. Fungsi instagram mengalami pergeseran salah satunya menjadi *market place*, potensi yang dimiliki instagram diakui dan mampu memicu minat wirausaha.⁶ Peerbedaan penelitian ini terletak pada objek dan metode penelitian. Jika peneliti diatas menggunakan metode kualitatif dengan objek media social instagram sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan objek media social TikTok.

Ketiga, Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eka Ristu Nur Amalina dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Hedonisme Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung” Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh penggunaan media

⁶ Wahyuni, Nurul, Ana Yohana, dan Rizky Muslim Hidayat, “Implikasi Media sosial (Instagram) pada Gaya Hidup Di Kota Banjarmasin”, Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan, vol. 6, no. 2, 2022.

social terhadap perilaku hedonisme. Hasil dari penelitian ini bahwa pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku hedonisme mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung cukup berpengaruh dengan persentase yang sangat kecil yaitu 30,2%. Sementara 69,8% dipengaruhi oleh aktivitas, motivasi, lingkungan, pengamatan, serta kelas social.⁷ Perbedaan terletak pada objek penelitian. Peneliti berfokus pada perilaku hedonisme yang dipengaruhi oleh salah satu content creator TikTok sedangkan peneliti diatas perilaku hedonisme yang dipengaruhi oleh aplikasi TikToknya.

Keempat, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfiana Yuniar Rahmawati dengan judul “Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Museer Jogja Squad”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Museer Jogja Squad. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini bahwa terdapat pengaruh antara dua variabel yang diteliti dengan pengaruh yang ditimbulkan sebesar 36,72%.⁸ Perbedaan yang ditunjukan dari penelitian diatas terletak pada objek penelitian yang mana peneliti diatas berfokus pada perilaku narsisme remaja muslim

⁷ Eka Ristu Nur Amalina, *Ibid*. hal. ii.

⁸ Rahmawati, Alfiana Yuniar, *Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja muslim komunitas Muser Jogja Squad*, Skripsi. UIN Sunan Kaliga, 2023.

komunitas Muser Jogja Squad, sedangkan peneliti berfokus pada perilaku hedonism terhadap alumni putri pondok pesantren modern.

F. Kerangka Teori

1. Intensitas

a. Definisi Intensitas

Intensitas merujuk pada tingkat kesungguhan, ketekunan, dan semangat dalam melakukan suatu aktivitas. Ini juga dapat diartikan sebagai keintensifan, keintensan, ke-seriusan, dan kemendalamahan. Sementara itu, intens menggambarkan semangat, giat, energik, dan tajamnya fokus atau perhatian.⁹ Dalam KBBI arti intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya¹⁰. Intens dapat menunjukkan sebuah kekuatan, berarti kuat, keras, hebat. Tingkatan dapat menggambarkan sesering apa media social TikTok digunakan oleh alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta untuk melihat atau mengeksplor konten-konten yang dibagikan oleh @shellasaukia dalam jangka waktu tertentu, berinteraksi dengan atau mengambil informasi dari kolom komentar di video yang diunggah di akun *content creator* TikTok @shellasaukia.

Caplin mendefinisikan intensitas sebagai karakteristik kuantitatif dari suatu penginderaan, yang terkait langsung dengan

⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, (Bandung: PT: Mizan Pustaka, 2009), Hal.242.

¹⁰ KBBI. <https://kbbi.web.id/intensitas>, diakses tanggal 27 November 2023.

stimulus yang ada. Intensitas juga bisa diinterpretasikan sebagai kekuatan dari respons atau pengalaman.¹¹ Dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah seberapa kuatnya seseorang dalam menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Aspek-Aspek Intensitas

Menurut Horrigan, intensitas terjadi ketika didukung oleh faktor atau aspek, yaitu:¹²

1) Durasi

Durasi kegiatan mencerminkan kemampuan pengguna untuk bertahan lama dalam melakukan aktivitas tersebut. Waktu yang diinvestasikan dalam mengakses media memainkan peran penting dalam membentuk sikap seseorang. Dapat terlihat motivasi di diri seseorang ketika menggunakan waktunya untuk melakukan kegiatan.

2) Frekuensi

Frekuensi kegiatan mencerminkan seberapa sering seseorang melakukan aktivitas tertentu dalam jangka waktu tertentu. Sebagai contoh, seberapa sering platform media sosial

¹¹ Nuryani, Evi *Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang*, eJournal Ilmu Komunikasi, (Vol. 2, 3, 2014). Hal. 181.

¹² Horrigan, J. B. *New Internet Users:What They Do Online, What They Don't, and Implications for the 'Net's Future*. Diunduh dari https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2000/New_User_Report.pdf.pdf. (2002). Hal. 15.

TikTok digunakan untuk mengakses konten dalam periode yang ditentukan.

3) Atensi

Atensi aktivitas yang memfokuskan perhatian pada suatu objek, memiliki ketertarikan dan dapat memahami apa yang disajikan pada media sosial.

2. Hedonisme

a. Definisi Perilaku Hedonisme

Hedonisme adalah pandangan yang meyakini bahwa mencari kesenangan dan kenikmatan, terutama dalam bentuk materi, adalah tujuan utama dalam hidup seseorang.¹³ Menurut Aristippos seorang filsuf asal Yunani kuno, bahwa kebahagiaan adalah pencapaian nikmat dan kegembiraan sesegera mungkin. Namun, Epicurus memiliki pandangan yang berbeda dengan Aristippos. Bagi Epicurus, kebahagiaan terletak pada pencapaian kenikmatan yang bersifat sederhana dan tidak terlalu berlebihan, Epicurus juga menekankan pentingnya kenikmatan mental dan pikiran yang tenang.

Nadzir dan Ingarianti mendefinisikan gaya hidup hedonis sebagai Seseorang yang aktif mencari kesenangan dalam hidup, sering meninggalkan rumah untuk bersenang-senang bersama

¹³ KBBI. <https://kbbi.web.id/hedonisme>, diakses pada tanggal 26 November 2023.

teman, gemar berbelanja, dan selalu ingin menjadi fokus perhatian di lingkungannya.¹⁴

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku hedonisme adalah gaya hidup di mana seseorang menempatkan kesenangan sebagai fokus utama dalam hidup mereka. Dengan mengejar kesenangan ini, orang berharap dapat menikmati hidup dengan penuh kebahagiaan serta menghindari kesulitan atau kesialan. Gaya hidup hedonis inilah yang membentuk sikap remaja menjadi enggan menerima tantangan dan selalu ingin mengambil jalan pintas.

b. Dimensi Perilaku Hedonis

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Well dan Tigert dalam Engel (1993) gaya hidup hedonis memiliki tiga aspek¹⁵ diantaranya sebagai berikut :

1. Minat

Minat adalah ekspresi ketertarikan individu terhadap hal-hal di sekitarnya, yang dapat muncul terhadap objek, peristiwa, atau topik yang memberikan kesenangan atau kepuasan dalam kehidupan. Seperti makanan, barang

¹⁴ Anggraini, Ranti Tri Anggraini and Fauzan Heru Santhoso, ‘Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja’, 3.3 (2017), 131–40.

¹⁵ Deviana, Tina, *Pengaruh Religiusitas, Peer Attachment , Dan Karakteristik Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Hedonis Mahasiswa*, Skripsi. UIN Syarif hidayatullah, 2018. Hal. 19.

branded, tempat berkumpul, *fashion*, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

2. Aktivitas

Individu cenderung menghabiskan waktunya untuk melakukan aktivitas yang memberikan kesenangan langsung atau terlihat dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya, mereka lebih sering melakukan kegiatan di luar rumah, menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak terlalu dibutuhkan, dan sering pergi ke pusat perbelanjaan serta kafe.

3. Opini

Pendapat pribadi yang diungkapkan tergantung pada situasi atau konteks di mana pernyataan itu dibuat, baik itu mengenai isu sosial atau produk yang terkait dengan gaya hidup hedonis.

Menurut Martha, perilaku hedonis terdiri dari tiga aspek, yaitu kegiatan, minat, dan pendapat. Aspek-aspek tersebut tercermin dalam cara menarik perhatian, menghabiskan uang dengan boros, memilih teman, dan menikmati waktu luang.¹⁶

Perilaku seseorang dapat dikenali dari tindakan yang dilakukannya, seperti aktivitas yang berkaitan dengan memperoleh atau menggunakan barang dan jasa. Hal ini juga

¹⁶ Tina Deviana, *Ibid.* hal. 20.

mencakup proses pengambilan keputusan dalam menentukan kegiatan tersebut.

3. Teori *Uses and Gratification*

Teori ini menekankan pada audiens, konsumen, atau pengguna media, dengan penekanan pada sifat aktif mereka dan tujuan yang mereka miliki saat menggunakan media. Penggunaan media oleh audiens dipicu oleh kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Penilaian dan kepuasan terhadap media ditentukan oleh audiens itu sendiri, yang berarti mereka perlu mencari, menggunakan, dan memberikan respons terhadap konten media. Mengingat banyaknya media yang tersedia, media harus bersaing dengan sumber kepuasan lainnya, sehingga audiens memerlukan tujuan dan motivasi sebagai faktor pendorong dalam memilih media. Audiens dianggap aktif jika mereka sudah memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan yang mereka cari.¹⁷

Teori *uses and gratifications* memiliki lima asumsi penting yang dirumuskan oleh Richard dan Lynn H. Turner dalam buku *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*:

¹⁷ Oktaviani, Ade Ayu, Siti Komsiyah, dan Syaifudin, “*Uses and Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja*”, Jurnal IKRAITH-Humaniora, vol. 6, 2022.

1. Khalayak Aktif dan Penggunaan Medianya Berorientasi pada Tujuan

Asumsi ini menyatakan bahwa khalayak memiliki tingkat aktivitas yang berbeda dalam menggunakan media mereka dan berusaha mencapai tujuan tertentu melalui media tersebut.

McQuail dan rekan-rekannya membagi kebutuhan dan kepuasan khalayak dalam empat kategori:

- Pengalihan: Kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah.
- Hubungan Personal: Kepuasan yang didapat dari menggunakan media sebagai pengganti interaksi sosial dengan teman.
- Identitas Personal: Kepuasan yang diperoleh dengan menekankan nilai-nilai pribadi melalui media.
- Pengawasan: Kepuasan yang berasal dari media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan.

2. Inisiatif dalam Menghubungkan Kepuasan Kebutuhan pada Pilihan Media Tertentu Terletak pada Anggota Khalayak

Katz, Blumler, dan Gurevitch berpendapat bahwa kepuasan kebutuhan berkaitan dengan pilihan media yang dibuat oleh khalayak. Artinya, pengguna media memiliki kebebasan untuk memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Contohnya, seseorang yang ingin hiburan mungkin akan memilih menonton kartun atau film, sementara mereka yang mencari berita terbaru akan memilih tayangan berita.

3. Media Berkompersasi dengan Sumber Lainnya untuk Kepuasan Kebutuhan

Asumsi ini mengungkapkan bahwa media dan khalayak tidak beroperasi dalam kekosongan; mereka terintegrasi dalam masyarakat dan saling dipengaruhi oleh konteks sosial.

4. Orang Memiliki Kesadaran Diri mengenai Penggunaan Media, Minat, dan Motif Mereka Sehingga Dapat Memberikan Gambaran yang Akurat kepada Peneliti

Asumsi ini menjelaskan bahwa khalayak sadar akan penggunaan media, minat, dan motif mereka, dan ini memungkinkan mereka memberikan informasi yang jelas kepada peneliti tentang bagaimana mereka menggunakan media.

5. Penilaian Mengenai Nilai Isi Media Hanya Dapat Dilakukan oleh Khalayak

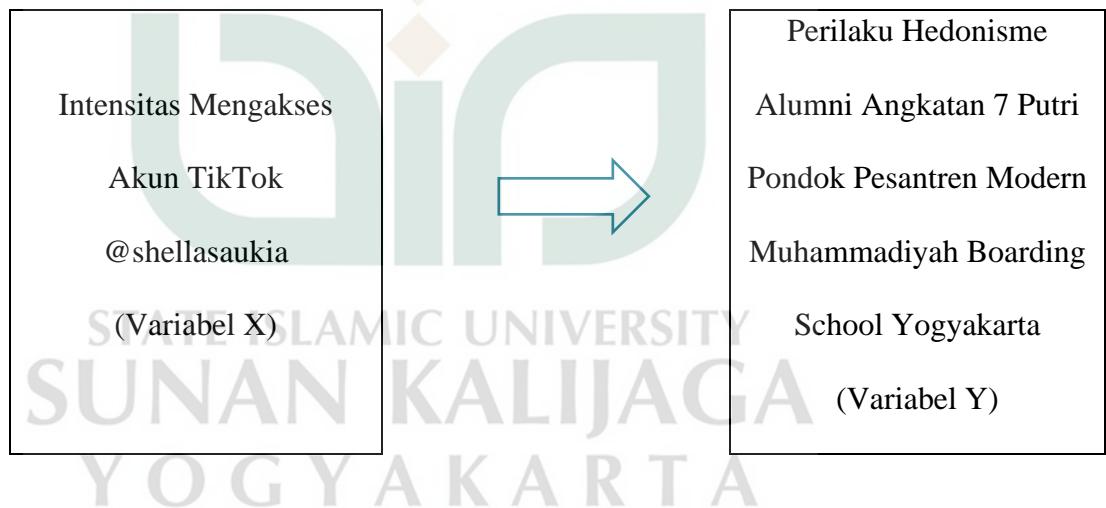
Asumsi ini menegaskan bahwa hanya khalayak yang dapat menilai nilai dari isi media dan memutuskan bagaimana media tersebut memenuhi tujuan mereka.¹⁸

¹⁸ Fiska, "Teori *Uses and Gratification*: Konsep dan Lima Asumsi Dasar", <https://www.gramedia.com/literasi/teori-used-and-gratification/>, diakses pada tanggal 5 Agustus 2024.

G. Kerangka Pemikiran

Dengan merujuk pada kerangka teori tersebut, untuk memfasilitasi pemahaman mengenai hubungan antara intensitas penggunaan akun TikTok @shellasaukia dengan perilaku hedonism alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teori peluru atau jarum hipodermik yang dapat diimplementasikan menjadi Kerangka pemikiran dalam penelitian ini mencakup hal-hal berikut ini :

Gambar 1. 1 Hubungan Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta



H. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka konsep dan pemikiran yang telah diuraikan oleh peneliti, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

Ho: Tidak terdapat pengaruh intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta.

Ha: Terdapat pengaruh intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta.



I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat diuraikan dalam langkah-langkah sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan. Bab ini berisi uraian lengkap yang meliputi: latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II berisi mengenai metode penelitian yang mencakup: jenis penelitian, variable penelitian, definisi konseptual dan operasional, populasi penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, uji instrument dan juga teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III berisi gambaran secara umum mengenai populasi penelitian, aplikasi TikTok dan perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta

BAB IV berisi pembahasan, menguraikan mengenai analisis data yang telah diperoleh dari responden yaitu pengaruh intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri pondok pesantren modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta

BAB V yaitu penutup, bab ini berisi uraian kesimpulan dan saran keseluruhan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data dan pembahasan mengenai Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal:

1. Hasil uji regresi linier sederhana menyatakan bahwa nilai t hitung $4,013 > T$ tabel $1,998$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun TikTok @shellasaukia terhadap perilaku hedonisme alumni angkatan 7 putri PPM MBS Yogyakarta.
2. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar $0,209$ dengan pengertian bahwa pengaruh variabel X (intensitas) memberikan pengaruh terhadap variabel Y (perilaku hedonisme) sebesar $20,0\%$ sedangkan $80,0\%$ lainnya berasal dari faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Beberapa rekomendasi berdasarkan analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Para pengguna media sosial, khususnya aplikasi TikTok, sebaiknya menggunakan platform tersebut secara bijak sesuai dengan konteks kehidupan sosial mereka. Hal ini dapat memberikan dampak positif yang lebih besar.
2. Masyarakat, terutama Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta, diharapkan dapat lebih selektif dalam menafsirkan konten hiburan dari media sosial, terutama TikTok, di mana banyak content creator menampilkan gaya hidup yang glamor dalam konten mereka. Disarankan untuk hidup sesuai kemampuan sendiri, tidak terpengaruh oleh opini orang lain, dan tetap bersyukur serta menerapkan nilai-nilai yang telah dipelajari selama pendidikan mereka.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian serupa dengan lebih mendalam dan menggali variabel-variabel yang lebih menarik serta menggunakan metode penelitian yang lebih canggih. Penelitian ini dapat mengeksplorasi pengaruh media sosial, khususnya aplikasi TikTok, terhadap berbagai fenomena perilaku sosial di sekitar kita.

DAFTAR PUSTAKA

Amalina, Eka Ristu Nur, *Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Hedonisme Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung*, Skripsi. Universitas Lampung, 2021.

Anggraini, Ranti Tri Anggraini and Fauzan Heru Santhoso, ‘Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja’, 3.3 (2017), 131–40.

Binus University, *Memahami Analisis Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Ilmiah*, https://accounting.binus.ac.id/2021/08/10/_trashed-2/ diakses pada tanggal 30 November 2023.

Binus University, *Uji Validitas dan Reabilitas*, <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>, diakses pada tanggal 29 November 2023.

Departemen Pendidikan Nasional, *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2009), Hal.242.

Deviana, Tina, *Pengaruh Religiusitas, Peer Attachment , Dan Karakteristik Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Hedonis Mahasiswa*, Skripsi. UIN Syarif hidayatullah, 2018. Hal. 19.

Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2020). Hal. 23.

Effendi, Sofian; Tukiran. *Metode Penelitian Survei’*. (Jakarta: LP3ES, 2014). Hal.

3.

Effendi, Sofian; Tukiran. *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta: LP3ES, 2014). Hal 111.

Febtriko, Anip; Ira Puspitasari, *Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa SMK Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot*, Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab, (Vol. 3.1. 2018), hal. 4.

Fiska,"Teori *Uses and Gratification*: Konsep dan Lima Asumsi Dasar", <https://www.gramedia.com/literasi/teori-used-and-gratification/>, diakses pada tanggal 5 Agustus 2024.

Gischa, Serafica, "Pengertian Intensitas Menurut Ahli", <https://www.kompas.com/skola/read/2023/08/07/140000769/pengertian-intensitas-menurut-ahli>, diakses pada tanggal 23 November 2023.

Horrigan, J. B. *New Internet Users: What They Do Online, What They Don't, and Implications for the 'Net's Future*. Diunduh dari https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2000/New_User_Report.pdf.pdf. (2002). Hal. 15.

<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/> diakses pada tanggal 30 November 2023.

Ilmi, Nur Madhinatul, Jamaluddin Arifin, dan Herdianty, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna TikTok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar", *Journal of Education Social and Development*, vol. 2, 2023.

- Ismail, Maryam, *Hedonisme dan Pola Hidup Islam*, (Vol. 16. 2. 2019). Hal, 194.
- Jevannyya, Vionnalita dkk. *Gaya Hidup Hedonisme Dikalangan Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi*, Jurnal Holistik, (Vol, 14. 3, 2021). hal. 2.
- Junaidi, Kholid, *Kontribusi Alumni Pondok Pesantren Dalam Pendidikan Moral Masyarakat Di Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk*, Skripsi. STAIN Kediri, 2012.
- KBBI. <https://kbbi.web.id/hedonisme>, diakses pada tanggal 26 November 2023.
- KBBI. <https://kbbi.web.id/intensitas>, diakses tanggal 27 November 2023.
- Matondang, Zulaika; Hamni Fadillah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*, (Medan: Merdeka Kreasi Grup). Hal. 55.
- Nuryani, Evi *Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang*, eJournal Ilmu Komunikasi, (Vol. 2. 3, 2014). Hal. 181.
- Oktaviani, Ade Ayu, Siti Komsiyah, dan Syaifudin, “*Uses and Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja*”, Jurnal IKRAITH-Humaniora, vol. 6, 2022.
- Pramuaji, Krisan Andreas; Lobby Loekmono, "Uji Validitas Dan Reabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy", Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha, Vol. 9.2. 2018. hal. 76.
- Prasetyo, Bambang; Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012). Hal. 119.

Rahmawati, Alfiana Yuniar, *Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja muslim komunitas Muser Jogja Squad*, Skripsi. UIN Sunan Kaliga, 2023.

Sampoerna University, *Apa Itu Instrument Penelitian? Jenis dan Contohnya*, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/instrumen-penelitian/>, diakses pada tanggal 28 November 2023.

Sastroasmoro, Sudigdo; Sofyan Ismael, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Klinis*, (Jakarta: Sagung Seto, 2010). Hal. 55.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014). Hal. 89.

Susanti, Dewi Sri; dkk, *Analisis Regresi dan Korelasi*, (Purwokerto: IRDH, 2019). Hal. 3.

Sutha, Diah Wijayanti, *Biostatistika*, (Jakarta: Media Nusa Creative Publishing, 2021). Hal. 75.

Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018). Hal.

5. Swarjana, I Ketut, *Populasi-Sampel Teknik Sampling dan Bias Dalam Penelitian*. (Yogyakarta: Andi, 2022). Hal. 13.

Wahyuni, Nurul, Ana Yohana, dan Rizky Muslim Hidayat, “Implikasi Media sosial (Instagram) pada Gaya Hidup Di Kota Banjarmasin”, Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan, vol. 6, no. 2, 2022.