

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PEMENUHAN  
KEBUTUHAN *SELF COMPASSION* BAGI KALANGAN REMAJA  
DI SMA TELADAN MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**DWI DIANGGRI YANI**

**198530191**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)9/10/23

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PEMENUHAN  
KEBUTUHAN *SELF COMPASSION* BAGI KALANGAN REMAJA  
DI SMA TELADAN MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

**OLEH:**

**DWI DIANGGRI YANI**

**198530191**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)9/10/23

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self  
Compassion* Bagi Kalangan Remaja Di Sma Teladan Medan

Nama : Dwi Dianggri Yani


NPM : 198530191

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA

Pembimbing I

  
Angga Tinova Yudha, S.Ikom, M.I.Kom

Pembimbing II



Dr. Elhanti Aullana Hasibuan, M.Si

Dekan



Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 27 September 2023

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah, dan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 27 September 2023



Dwi Dianggri Yani

198530191

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Dianggri Yani  
NPM : 198530191  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, penulis menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya dengan judul Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* Bagi Remaja Di SMA Teladan Medan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, maka Universitas Medan Area berhak untuk menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 27 September 2023

Yang Menyatakan,



METERAI TEMPEL  
368AKX620389906

Dwi Dianggri Yani

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* remaja SMA Teladan Medan serta berapa besar pengaruh media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* remaja SMA Teladan Medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *uses and gratification*, penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui kuesioner, peneliti melakukan serangkaian teknik analisis data, yaitu analisis data tabel tunggal, analisis tabel silang dan uji hipotetis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* remaja SMA Teladan Medan dan terdapat hubungan yang kuat di antara kedua variabel.

**Kata Kunci:** Media sosial; *Self Compassion*; TikTok



## **ABSTRACT**

*This research aims to investigate the impact and extent of TikTok social media on fulfilling the self-compassion needs of high school students at Teladan Medan. The study utilizes the uses and gratification theory and employs purposive sampling. Data is collected through questionnaires, and various data analysis techniques, such as single-table analysis, cross-table analysis, and hypothesis testing, are applied. The research findings indicate a significant influence of TikTok on meeting the self-compassion needs of high school students at Teladan Medan, with a strong correlation between the two variables.*

**Keywords:** *Self Compassion; Social Media; TikTok*



## RIWAYAT HIDUP

Dwi Dianggri Yani yang lahir di Batang Kuis, pada tanggal 15 November 2001. Penulis memeluk agama Islam dan sebagai anak ke-dua dari tiga bersaudara, buah kasih pasangan dari Ayahanda Budianto dan Ibunda Elvi Sukaesih. Penulis pertama kali menempuh pendidikan tepat pada umur 6 tahun di Sekolah Dasar Negeri 105323 tahun dan selesai 2007 pada tahun 2013, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Negeri 1 Batang Kuis dan selesai pada tahun 2016, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMA Swasta Teladan Medan penulis mengambil urusan IPS dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar pada salah satu perguruan tinggi swasta jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Penulis mengikuti organisasi Pemerintahan Mahasiswa Fisip Uma pada periode 2021-2022 sebagai anggota dari divisi Diskusi dan Penalaran. Pada bulan Juli 2022 penulis mengikuti program KKL yang diwajibkan oleh Universitas Medan Area di DISKOMINFO Kota Medan.

Berkat petunjuk Allah SWT, usaha dan disertai doa dari kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan Tinggi Universitas Medan Area, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* Bagi Remaja Di SMA Teladan Medan”.



## KATA PENGANTAR

Lafadz Alhamdulillah adalah sebuah ucapan rasa syukur bagi penulis atas Kehadirat Allah SWT dan Rahmat-Nya, atas segala nikmat dan kemudahan yang diberikan-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* Bagi Kalangan Remaja Di Sma Teladan Medan” dapat dikerjakan dan disusun sebaik mungkin.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan kewajiban menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Di Universitas Medan Area.

Kelancaran kegiatan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak-pihak yang memiliki peran penting dan berjasa dalam memberikan motivasi serta arahan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Effiati Juliana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
3. Bapak Dr Dedi Sahputra, MA sebagai Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan

Sistem Informasi.

4. Ibu Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA, selaku dosen pembimbing I, yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
5. Bapak Angga Tinova Yudha, S.Ikom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II, yang juga telah berbesar hati dalam membimbing serta memberikan motivasi dan masukan-masukan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Bapak Drs. H. Kasto Nadir, S.Pd.I, selaku kepala sekolah SMA Teladan Medan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Staff pegawai dan Siswa-siswi SMA Teladan Medan, penulis ucapkan terimakasih atas kerja sama selama proses penelitian berlangsung.
8. Semua Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan arahan selama penulis berkuliah di Universitas Medan area.
9. Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan arahan dalam penyusunan segala bentuk berkas terutama berkas skripsi.
10. Kepada kedua orang tua Ayahanda Budianto dan Ibunda Elvi Sukaesih, orang hebat yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan doa restu, kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi kepada penulis.
11. Kakanda tercinta Witri Epilia Utami dan Adik tecinta Tri Budi Sempurna atas motivasi dan semangat yang diberikan kepada penulis.

12. Teman-teman tersayang Sere Alia Maharani Simanjuntak, Salsa Bila Fitri Fakhri Hasibuan, Widya Pratiwi dan Naomi Septina Sinaga, dalam 4 tahun selama perkuliahan ini telah sama-sama memberikan dukungan, kerja sama dan semangat kepada penulis.

13. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa tugas skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini. Penulis berharap tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis

Dwi Dianggri Yani

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Hipotesis Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Akademis.....	8
1.5.3 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Komunikasi .....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	10
2.1.2 Proses Komunikasi .....	11
2.2 Media Sosial .....	12
2.2.1 Penggunaan Media Sosial.....	12
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	13
2.2.3 Motif Penggunaan Media.....	14

2.2.4 Dampak Media Sosial.....	16
2.3 Media Sosial TikTok .....	18
2.4 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	22
2.5 <i>Self Compassion</i> .....	27
2.5.1 Aspek – Aspek <i>Self Compassion</i> .....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	31
2.7 Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2 Jenis Penelitian .....	35
3.3 Variabel Penelitian .....	36
3.4 Populasi dan Sampel .....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5.1 Penelitian Lapangan.....	39
3.5.2 Penelitian Pustaka.....	40
3.6 Skala Pengukuran .....	41
3.7 Teknik Analisis Data .....	42
3.7.1 Analisis Tabel Silang (Crosstab) .....	42
3.7.2 Analisis Tabel tunggal .....	43
3.8 Uji Syarat Instrumen .....	43
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Lokasi Penelitian .....	50
4.2 Analisis Data .....	52

4.2.1 Analisis Data Tabel Tunggal Variabel X.....	52
4.2.2 Analisis Data Tabel Tunggal Variabel Y.....	66
4.2.3 Analisis Data Crosstabulatoins Variabel X dan Variabel Y.....	78
4.3 Uji Hipotesis.....	86
4.3.1 Koefisien Determinasi .....	86
4.3.2 Uji Anova.....	88
4.3.3 Uji Parsial .....	88
4.4 Pembahasan .....	91
4.4.1 Adakah pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan <i>Self Compassion</i> .....	91
4.4.2 Seberapa Besar Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan <i>Self Compassion</i> .....	92
4.4.3 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	93
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Saran Praktis .....	97
5.2.2 Saran Akademis .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2022 .....	2
Gambar 1. 2 Penggunaan TikTok di Indonesia.....	3



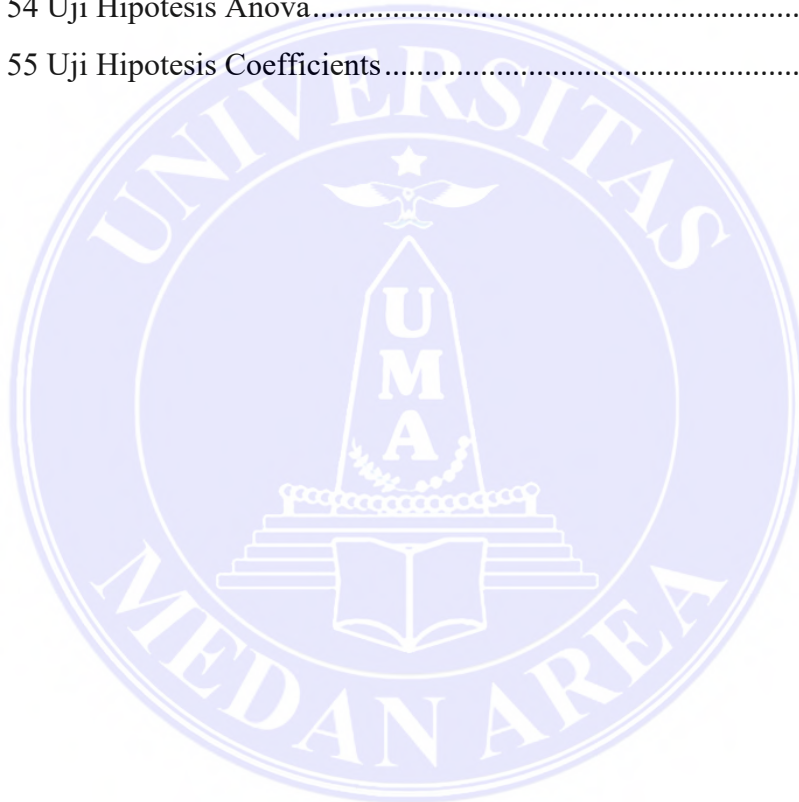
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	31
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 3.1 Populasi Siswa SMA Teladan Medan.....	37
Tabel 3.2 Contoh item pertanyaan dalam skala Likert .....	42
Tabel 3.3 Uji Validitas X .....	44
Tabel 3.4 Uji Validitas Y .....	45
Tabel 3.5 Indeks Reliabilitas.....	48
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas X .....	48
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Y .....	48
Tabel 4. 1 Jawaban responden X1.....	52
Tabel 4. 2 Jawaban responden X2.....	52
Tabel 4. 3 Jawaban responden X3.....	53
Tabel 4. 4 Jawaban responden X4.....	54
Tabel 4. 5 Jawaban responden X5.....	54
Tabel 4. 6 Jawaban responden X6.....	55
Tabel 4. 7 Jawaban responden X7.....	56
Tabel 4. 8 Jawaban responden x8 .....	57
Tabel 4. 9 Jawaban responden X9.....	58
Tabel 4. 10 Jawaban responden X10.....	58
Tabel 4. 11 Jawaban responden X 11.....	59
Tabel 4. 12 Jawaban responden X12.....	60
Tabel 4. 13 Jawaban responden X13.....	60
Tabel 4. 14 Jawaban responden X14.....	61
Tabel 4. 15 Jawaban responden X15.....	62
Tabel 4. 16 Jawaban responden X16.....	63
Tabel 4. 17 Jawaban responden X17.....	63
Tabel 4. 18 Jawaban responden X18.....	64



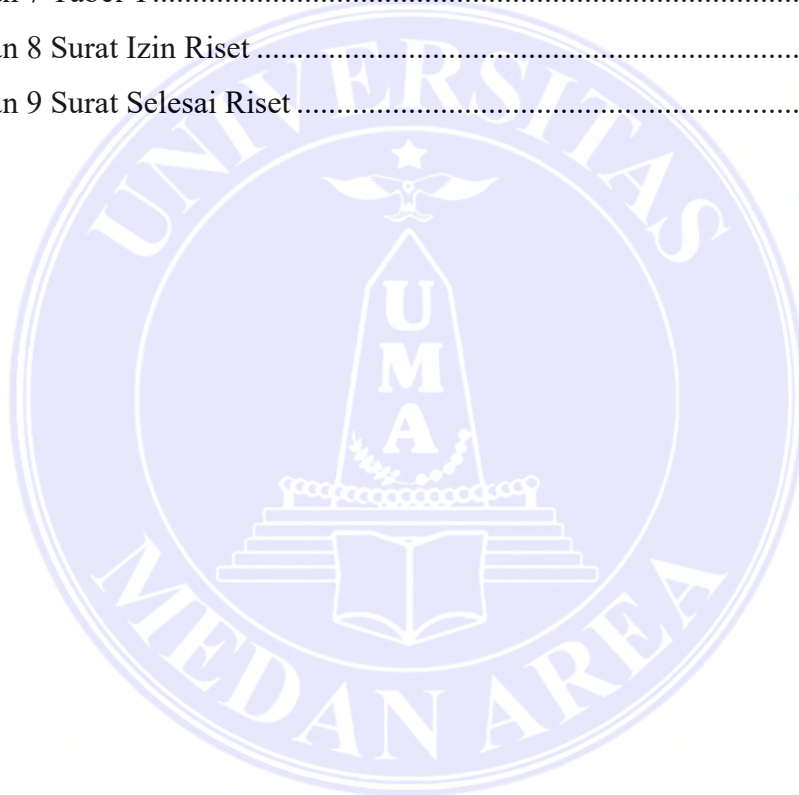
Tabel 4. 19 Jawaban responden X19.....	65
Tabel 4. 20 Jawaban responden X20.....	65
Tabel 4. 21 Jawaban responden Y1.....	66
Tabel 4. 22 Jawaban responden Y2.....	67
Tabel 4. 23 Jawaban responden Y3.....	68
Tabel 4. 24 Jawaban responden Y4.....	68
Tabel 4. 25 Jawaban responden Y5.....	69
Tabel 4. 26 Jawaban responden Y6.....	70
Tabel 4. 27 Jawaban responden Y7.....	70
Tabel 4. 28 Jawaban responden Y8.....	71
Tabel 4. 29 Jawaban responden Y9.....	72
Tabel 4. 30 Jawaban responden Y10.....	72
Tabel 4. 31 Jawaban responden Y11.....	73
Tabel 4. 32 Jawaban responden Y12.....	74
Tabel 4. 33 Jawaban responden Y13.....	75
Tabel 4. 34 Jawaban responden Y14.....	76
Tabel 4. 35 Jawaban responden Y15.....	77
Tabel 4. 36 Crosstabulation 1.....	78
Tabel 4. 37 Chi-square test 1.....	78
Tabel 4. 38 Crosstabulation 2.....	79
Tabel 4. 39 Chi-square test 2.....	79
Tabel 4. 40 Crosstabulation 3.....	80
Tabel 4. 41 Chi-square test 3.....	80
Tabel 4. 42 Crosstabulation 4.....	81
Tabel 4. 43 Chi-square tests 4.....	81
Tabel 4. 44 Crosstabulation 5.....	82
Tabel 4. 45 Chi-square tests 5.....	82
Tabel 4. 46 Crosstabulation 6.....	83

Tabel 4. 47 Chi-square tests 6 .....	83
Tabel 4. 48 Crosstabulation 7.....	84
Tabel 4. 49 Chi-square tests 7 .....	84
Tabel 4. 50 Crosstabulation 8.....	85
Tabel 4. 51 Chi-square tests 8 .....	85
Tabel 4. 52 Indeks Kriteria Korelasi .....	87
Tabel 4. 53 Uji Hipotesis Model Summary.....	87
Tabel 4. 54 Uji Hipotesis Anova.....	88
Tabel 4. 55 Uji Hipotesis Coefficients.....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Variabel X .....	107
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Variabel Y .....	117
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel X .....	126
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Y .....	131
Lampiran 6 Tabel r.....	135
Lampiran 7 Tabel T.....	136
Lampiran 8 Surat Izin Riset .....	137
Lampiran 9 Surat Selesai Riset .....	138



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Banyak media baru berbasis internet bermunculan sebagai akibat dari kemajuan teknologi komunikasi digital. Jaringan sosial adalah media baru yang paling banyak digunakan. Kemunculan media baru memungkinkan seseorang untuk membuat profil pribadi, sebagaimana yang dijelaskan oleh Boyd dan Ellison (dalam Pramiyanti dkk, 2017: 12)

Terry Flew (dalam Prasetya dkk, 2020: 11) menjelaskan bahwa media digital dapat juga disebut sebagai media baru. Penggunaan media baru, untuk menyampaikan pesan dan informasi yang berbeda dalam bentuk teks, foto, video, dan format lainnya harus memiliki akses jaringan internet. Berbagai pesan dan informasi ini dapat diubah menjadi format soft copy atau digital yang membuatnya mudah disebarluaskan.

Saat ini, media sosial menjadi jenis media baru yang paling diminati oleh masyarakat. Kaplan & Haenlein (dalam Rahmayani dkk, 2021: 12) mendefinisikan bahwa media sosial yang mencakup wiki, blog, forum jejaring sosial dan dunia virtual memungkinkan pengguna dapat dengan mudah untuk ikut serta berbagi dan membuat konten. Wiki, jejaring sosial dan blog adalah media populer yang digunakan di seluruh belahan dunia. Media sosial adalah istilah yang digunakan untuk berbagai program berbasis internet yang dibangun menggunakan teknologi pendukung produksi dan ideologi dan pertukaran *user*

*generated content*. Karakteristik yang unik dan juga memadukan antara teks, audio dan visual, mengakibatkan jumlah pengguna media sosial mengalami peningkatan.



**Gambar 1.1** Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2022

Sumber: *hootsuite we are social indonesian digital report 2022*

Melansir dari data yang ditunjukkan Hootsuite, pengguna internet sebanyak 204,7 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2022, dari data tersebut juga berjumlah 370,1 juta pengguna ponsel dan 191,4 juta pengguna aktif di media sosial. Menurut data, aplikasi TikTok diunduh 92,07 juta pengguna, hal ini membuat jumlah total unduhan awal tahun hampir 1 Miliar. ByteDance memungkinkan pasar untuk mematokkan aplikasi TikTok terhadap pengguna yang berumur 13 tahun ke atas, akan tetapi aplikasi ini hanya menunjukkan data kepada pengguna berusia 18 tahun ke atas. Data Hootsuite menampilkan bahwa pengguna TikTok mencapai 47,6%. Pada awal tahun 2022, 66,0% audiens pengguna TikTok di Indonesia adalah perempuan sementara 34,0% adalah laki-laki (Riyanto, 2022: 2).



**Gambar 1.2 Penggunaan Tiktok di Indonesia**

Sumber: *hootsuite we are social indonesia digital report 2022*

Berdasarkan fenomena yang telah diamati, aplikasi Tiktok sangat populer di kalangan remaja dan berfungsi sebagai ruang aktualisasi diri selain mampu menghilangkan lelah, memberikan hiburan, mengusir kebosanan dan mengisi waktu luang (Mumtaz dan Saino, 2021: 5).

Menurut Head of User and Content Operation Tiktok Indonesia, Angga Nugraha Putra (dalam Mumtaz dan Saino, 2021: 5) menyebutkan bahwa lima kategori konten teratas yang paling populer adalah pakaian, kecantikan, komedi, vlog dan makanan. Kategori lain selain lima ini ada juga seperti konten olah raga dan perawatan hewan peliharaan, tetapi masih kurang disukai. Para remaja sangat tertarik dengan konten kecantikan, yang mencakup berbagai video yang menampilkan tips make up, tutorial make up dan review produk make up.

Dari hasil observasi dengan beberapa siswa SMA Teladan Medan, terlihat bahwa beberapa akun TikTok yang menghibur adalah @aulianuz, @hii\_genta, @erikarichardo, @ejpeace.ent, @manusianlangit, @delvindjohan, @asmarandhanty.talks dimana jenis kontennya adalah komedi, parodi, tutorial, edukasi, kerajinan tangan, *mental health* dan mengenai alam.

Mikhael (2019: 8) menunjukkan bahwa aplikasi TikTok sebagian besar digunakan oleh remaja untuk memenuhi permintaan mereka akan interaksi sosial dan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dan pendapat mereka melalui materi video.

Masa remaja adalah masa pertumbuhan yang dilalui setiap orang. Sementara, waktu perkembangan remaja periode perkembangan individu dalam peralihan masa anak, remaja dan dewasa adalah ketika mencapai kematangan emosional, mental, sosial, dan fisik. Akibatnya, tiap individu memiliki sifat yang berbeda-beda. Perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang menghadirkan berbagai persoalan dan tantangan (Fitri dkk, 2018: 8).

Van Berkel & Reeves (dalam Faletihan dan Bachtiar, 2021: 3) mengemukakan bahwa kalangan remaja sangat rentan terhadap stres jika mereka masih berada di bangku bersekolah. Mereka diharapkan berhasil dalam hal akademis serta dalam kehidupan sosial mereka, terlepas dari kenyataan bahwa mereka saat ini sedang melalui tahap penemuan diri yang sulit. Karena ketidakmampuan para remaja untuk menyeimbangkan kewajiban sosial, kewajiban akademik, dan tuntutan pribadi, banyak remaja yang gagal dalam mengendalikan emosi mereka, pada akhirnya mengarah pada emosi atau

kemarahan yang mengacu pada penyimpangan yang negatif di kalangan remaja (Das & Avci, 2015). Dinamika aktivitas kerja kelompok, interaksi sosial, aspek interpersonal, masalah yang berkaitan dengan keinginan dan tuntutan pribadi dan faktor akademik di kelas adalah sumber stres bagi siswa (Melaku dkk, 2015: 2).

Fenomena stres juga terjadi di SMA Swasta Teladan Medan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sibuea (2020: 8), di SMA Swasta Teladan Medan dengan bantuan guru bimbingan konseling, stres akademik pada siswa muncul terkait dengan pelaksanaan tes, ujian, tenggat waktu, tekanan dari orang tua untuk mencapai prestasi di sekolah, serta pertimbangan mengenai pilihan jurusan dan karier di masa depan. Akibatnya, para siswa merasa terbebani dengan tekanan akademis, mereka merasakan kompetisi yang ketat untuk mencapai nilai tertinggi, dan mereka juga merasa terbebani oleh harapan yang signifikan baik dari diri mereka sendiri maupun dari orang lain.

Kurikulum 2013 telah diterapkan di sekolah-sekolah termasuk sekolah tersebut yang telah meningkatkan standar pengajaran di sana dan memberi siswa lebih banyak waktu untuk belajar dan lebih banyak tugas. Selain itu, para siswa mengungkapkan bahwa mereka merasa ditekan oleh orang tua mereka untuk mencapai standar akademik yang lebih tinggi (Sibuea, 2020: 8).

Dari faktor-faktor tersebut sudah nampak bahwa stres yang dihadapi remaja cukup meresahkan dan harus segera mendapatkan penanganan. Crane & Ward (dalam Aisa dkk, 2021: 7) salah satu cara untuk menurunkan tingkat stres remaja adalah melalui *self healing*. Karena kata *healing* dipahami sebagai proses penyembuhan, pengobatan, atau prosedur penyembuhan. *Self healing*



dimaksudkan sebagai penyembuhan atau jenis terapi yang dilakukan secara mandiri melalui sistem kepercayaan diri sendiri dan juga dibantu oleh lingkungan sekitar dan faktor luar lainnya, karena konteks *self* atau diri memiliki peran krusial dalam meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Beck (dalam Aisa dkk, 2021: 7) *self healing* sangat berkaitan dengan keyakinan. Selain itu, karena proses interaksi internal yang terjadi di dalam ruang diri itu sendiri, penyembuhan diri juga terhubung dengan komunikasi intrapersonal. *Self* dapat dibatasi menjadi *individu known to individual* yang didalamnya memuat berbagai komponen dan proses yang dapat didefinisikan seperti persepsi, kognisi, memori, rasa dan keinginan, motivasi, kesadaran, dan hati nurani.

Salah satu metode *self healing* yaitu *self-compassion*, yang merupakan jenis menerima rasa sakit atau pengalaman yang tidak menyenangkan dari diri sendiri. Seiring dengan keinginan untuk terlepas dari keadaan atau peristiwa yang menantang, *self compassion* juga memerlukan pemahaman tentang apa yang menyebabkan penderitaan dan bertindak dengan cara berbelas kasih terhadap diri sendiri (Ma'arif, 2022: 35).

Maka dari itu, penelitian ini dilakukan pada remaja SMA Teladan Medan yang menggunakan media sosial TikTok untuk melihat pengaruh yang terjadi pada remaja tersebut. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* Bagi Kalangan Remaja Di SMA Teladan Medan”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil sebuah rumusan masalah yaitu:

1. Adakah pengaruh media sosial TikTok terhadap terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah suatu hal yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan.

## 1.4 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Hipotesis alternatif ( $H_a$ ): ada pengaruh antara media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan.
2. Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : tidak ada pengaruh antara media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi kalangan remaja di SMA Teladan Medan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan siswa dapat mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* bagi remaja SMA. Selain itu, diharapkan individu yang masih berstatus mahasiswa dapat memperoleh manfaat dari temuan penelitian ini. Diperkirakan bahwa para peneliti akan belajar tentang media sosial sendiri. Dan memberikan data dan saran kepada peneliti lain yang ingin mengangkat masalah dan menciptakan pengetahuan dari studi terkait.

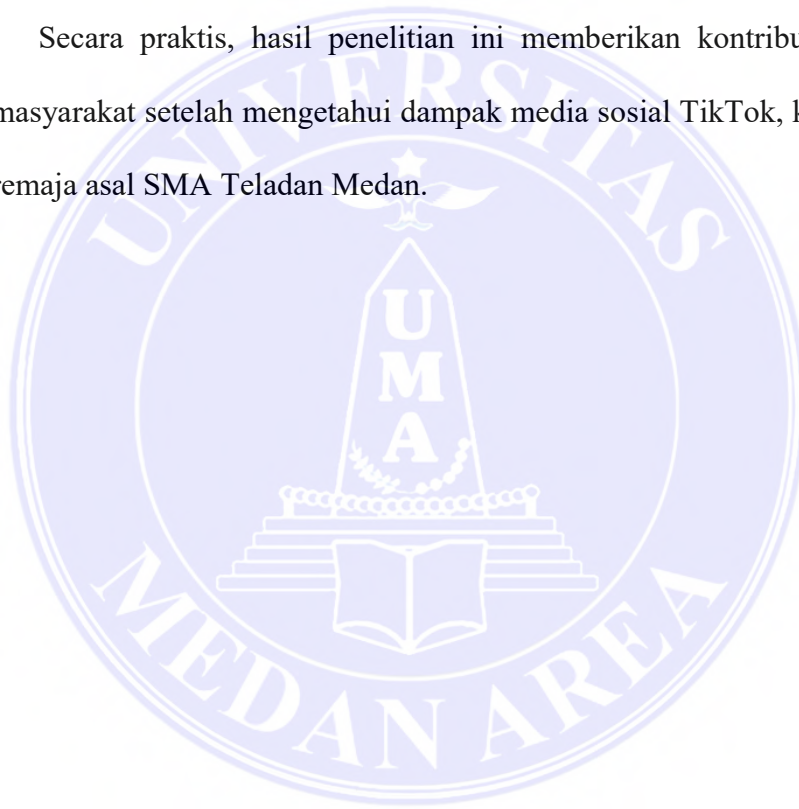
### 1.5.2 Manfaat Akademis

Dari sudut pandang akademis, harapannya adalah bahwa temuan dari penelitian ini akan memperkaya pemahaman para peneliti mengenai media sosial TikTok sebagai bentuk new media. Selain itu, juga akan diinvestigasi

dampaknya terhadap pemenuhan kebutuhan self compassion di kalangan remaja di SMA Teladan Medan, dengan demikian memberikan referensi bagi para peneliti dalam memahami peran aplikasi TikTok sebagai media massa yang memiliki pengaruh terhadap remaja di SMA.

### 1.5.3 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi positif bagi masyarakat setelah mengetahui dampak media sosial TikTok, khususnya pada remaja asal SMA Teladan Medan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata Latin *communicatio* adalah istilah kata *communication* dalam bahasa Inggris. Hafied Cangara mengatakan hal yang sama, bahwa komunikasi didasarkan pada istilah latin *communis*, yang artinya menumbuhkan rasa kebersamaan diantara dua orang atau lebih.

Vardiasnyah (2008: 25-26) secara terminologi, beberapa ahli komunikasi menjelaskan komunikasi berdasarkan pendapat dan sudut pandang mereka masing-masing, yaitu:

1. Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi merupakan suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
2. Berelson & Stainer “Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain”.
3. Gode “Komunikasi merupakan suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”.

4. Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”.

Menurut beberapa definisi yang dijelaskan di atas oleh para ahli, komunikasi umumnya didefinisikan sebagai penyampaian pesan verbal dan nonverbal yang memiliki makna tertentu. Lebih khusus lagi, komunikasi dapat didefinisikan sebagai transfer pengetahuan atau ide satu orang kepada orang lainnya melalui saluran atau sarana tertentu.

### **2.1.2 Proses Komunikasi**

Menurut Effendy, proses komunikasi adalah penyampaian ide, informasi, pendapat, keyakinan, perasaan dan sebagainya yang sedang berlangsung oleh komunikator kepada komunikan menggunakan simbol, seperti bahasa, gambar, warna dan hal-hal lain yang memiliki syarat (Rustiana, 2010: 5). Proses komunikasi menurut Satriani (2011: 7), mengacu pada komunikasi sebagai proses berbagi dan berdialog yang berdampak satu sama lain daripada hanya pertukaran pesan. Langkah-langkah yang diambil oleh komunikator dan komunikan selama komunikasi disebut sebagai proses komunikasi.

Proses ini dimulai dengan komunikator merumuskan pemikiran, ide, atau pesan dan diakhiri dengan respons dan efek penerima. Ada unsur komunikasi di setiap tahap. Komunikasi memerlukan faktor-faktor tertentu agar dapat terjadi, yang dikenal sebagai faktor komunikasi (Indardi, 2016: 5)

1. Komunikator, individu yang berbicara selama prosedur komunikasi untuk menyampaikan pesan.
2. Pesan, sesuatu yang disampaikan dalam proses komunikasi.
3. Media komunikasi, alat atau metode apa yang digunakan untuk penyampaian pesan.
4. Komunikan, penerima pesan dalam proses komunikasi.
5. Efek, dampak komunikasi yang dialami komunikator sebagai akibat dari penerimaan pesan selama komunikasi.
6. Umpan balik, tanggapan atau reaksi komunikan setelah menerima pesan dari komunikator.
7. Gangguan: Gangguan atau hambatan yang dapat mengganggu atau merusak transmisi atau interpretasi pesan.
8. Tujuan: Niat atau tujuan komunikasi, baik untuk memberikan informasi, mempengaruhi, menghibur, atau tujuan lainnya.

## 2.2 Media Sosial

### 2.2.1 Penggunaan Media Sosial

Penggunaan dalam KBBI dijelaskan sebagai tindakan, aktivitas, atau cara untuk menggunakan sesuatu. Penggunaan adalah tindakan dalam menempatkan sesuatu untuk digunakan atau memakainya, seperti sarana atau barang. Frekuensi dan durasi penggunaan media ini dapat menunjukkan tingkat penggunaan media (Elvinaro, 2004: 16).

Syahputro (2020: 9) media sosial adalah platform yang berisi konten informasi buatan pengguna yang mudah diakses, menggunakan teknologi penerbitan dan dimaksudkan untuk mempromosikan pengaruh, komunikasi dan interaksi dengan anggota audiens publik lainnya. Teknik menggunakan media sosial sebagai media pemasaran untuk mempromosikan sebuah brand dan brand sebuah perusahaan telah berkembang bahkan diadopsi pada saat ini. Penciptaan dan pertukaran informasi yang mudah digeneralisasi dimungkinkan oleh media sosial, media sosial sebagai sebuah program berbasis internet yang diciptakan dengan prinsip dan teknologi dasar Web 2.0.

Media sosial adalah platform online yang mendorong komunikasi antar manusia. Teknologi berbasis web digunakan oleh platform media sosial untuk mengubah komunikasi menjadi wacana interaktif. Facebook, Blog, Wikipedia, Twitter, Instagram, Path dan TikTok adalah beberapa platform media sosial paling terkenal yang tersedia saat ini (Nasrullah, 2017: 45).

### 2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Bentuk lain dari media siber tidak memiliki karakter unik seperti media sosial. Hanya media sosial yang memiliki beberapa batasan dan ciri khusus dibandingkan dengan media lainnya. Berikut ciri-ciri media sosial:

- a. Jaringan (*network*), jaringan sosial karakter dari media sosial. Struktur sosial yang dikembangkan dalam jaringan atau di internet berfungsi sebagai fondasi untuk media sosial. Jaringan yang dibuat pengguna adalah jejaring yang dimediasi secara teknologi melalui tablet,



smartphone atau komputer. Sebuah komunitas akhirnya muncul dari jaringan pengguna, misalnya di Instagram, Facebook, Twitter dan platform lainnya.

- b. Informasi (*information*), pengguna mulai mengonsumsi informasi sebagai komoditas di media sosial. Ini pada dasarnya adalah barang-barang yang diproduksi dan tersebar di antara pengguna. Pengguna dan pengguna lain membuat jaringan dari kegiatan terkait konsumsi ini, yang pada akhirnya mengarah pada institusi masyarakat berjejaring, baik sengaja atau tidak sengaja.
- c. Arsip (*archive*), arsip adalah informasi yang telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan oerangkat untuk pengguna media sosial. Informasi yang dibagikan pengguna Facebook tidak akan hilang begitu saja ketika hari, bulan atau bahkan tahun berlalu.
- d. Interaktif (*interactivity*), salah satu fitur mendasar dari media sosial adalah penciptaan jaringan antar pengguna. Alih-alih hanya memperluas pertemanan atau pengikut online yang ada, jaringan ini harus dirancang di sekitar interaksi pengguna.

### 2.2.3 Motif Penggunaan Media

Kata motif berasal dari *motive* yang mengacu pada dorongan dari seseorang untuk memilih di antara beberapa kegiatan sesuai dengan tujuan. Sementara seseorang bergerak, bertindak, dan berperilaku sesuai dengan definisi objektif motif, yaitu aktivitas menghasilkan impuls dalam diri sendiri

untuk melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan atau pemenuhan (Rakmat, 2001: 81).

Setiap orang pasti memiliki motivasi yang berbeda saat memilih media karena berbagai alasan, yang kemudian mempengaruhi seberapa puas setiap orang dengan penggunaan media tersebut. Ketika berbicara tentang motif dalam kaitannya dengan konsumsi media, yang dimaksud adalah semua hal yang memotivasi orang untuk menggunakan media dan untuk apa mereka menggunakannya. Khalayak membuat keputusan pemilihan media yang didasarkan pada tujuan dan keinginan mereka. Semua media, termasuk media cetak dan elektronik, tercakup dalam daftar media ini. Tuntutan individu yang berasal dari lingkungan sosial dan psikologis dipenuhi melalui media, itulah sebabnya disebut sebagai motif.

Dilansir dari McQuail (2011: 45), motif penggunaan media oleh seseorang dapat di bagi menjadi empat kelompok yaitu :

- a. Motif Informasi (*Information Seeking*), motif ini didasarkan pada gagasan bahwa orang memanfaatkan media untuk belajar lebih banyak atau mencari informasi umum.
- b. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*), motif ini terkait dengan keinginan untuk menggunakan media untuk memajukan pemahaman seseorang dan memenuhi kebutuhan identitas pribadi melalui interaksi dengan cita-cita media lain.
- c. Motif Integrasi dan Integrasi Sosial (*Social Integration and Integration*), motif ini terkait dengan keinginan untuk

menggunakan media untuk mendorong keterlibatan sosial dan koneksi yang lebih baik.

- d. Motif Hiburan (*Entertainment*), Penggunaan media untuk hiburan terhubung dengan motif ini.

#### 2.2.4 Dampak Media Sosial

Saat ini, hampir semua orang menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, LinkedIn, YouTube, dan Line. Namun, jika kita menggunakannya secara tidak benar, itu akan berdampak negatif pada pengguna. Orang tua dan individu lain yang berada di sekitar anak-anak dan remaja telah menggunakan internet sejak usia muda, dengan atau tanpa disadarinya. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk mengkaji efek positif dan negatif dari penggunaan media sosial pada remaja dalam konteks psikologis (Gani, 2020: 27).

##### a. Dampak Positif Media Sosial

- Memperluas hubungan pertemanan. Meskipun mereka belum pernah bertemu secara langsung, platform media sosial ini memudahkan anak-anak muda untuk berteman dengan orang-orang di seluruh dunia.
- Teman yang mereka temui secara online akan menginspirasi mereka untuk belajar bagaimana memperbaiki diri sejak berinteraksi dan menerima *feed back* satu sama lain.

- Situs jejaring sosial meningkatkan perhatian, emosional, kasih sayang, dan empati anak-anak dan remaja. Misalnya, memberi ucapan ulang tahun teman, meninggalkan komentar pada status, foto, atau video teman mereka dan tetap berhubungan dengan teman-teman meskipun belum pernah ketemu atau tidak dapat bertemu langsung.

#### b. Dampak Negatif Media Sosial

- Seorang siswa yang menggunakan media sosial secara berlebihan dapat kehilangan minat untuk belajar karena perhatiannya akan terganggu.
- Jika terlibat dalam komunikasi online yang berlebihan. Anak-anak dan remaja memiliki kurangnya minat dalam interaksi sosial. Tingkat pemahaman bahasa mulai memburuk.
- Anak-anak dan remaja akan lebih peduli pada diri mereka sendiri sebagai akibat dari media sosial. Mereka akan kehilangan kesadaran akan lingkungan di sekitar mereka. Remaja mungkin sebagai akibat dari kurangnya empati di dunia nyata.
- Anak-anak dan remaja dibebaskan dari persyaratan ejaan dan tata bahasa di media sosial. Mereka merasa jauh lebih sulit untuk membandingkan komunikasi sosial dan interpersonal sebagai hasilnya.
- Banyak remaja kecanduan mengakses media sosial ketika terlambat, yang menghambat produktivitas dan keterampilan sosial mereka.

## 2.3 Media Sosial TikTok



**Gambar 2.1 Logo Aplikasi TikTok**

Sumber: [www.tiktok.com](http://www.tiktok.com)

TikTok adalah platform yang memungkinkan pengguna membuat video singkat dan menarik yang dapat menarik perhatian banyak pemirsa dengan menawarkan efek khusus yang khas dan menarik. Pada September 2016, aplikasi TikTok dirilis. Banyak orang, termasuk anak-anak dan orang dewasa, menyukai program ini yang memungkinkan pengguna menghasilkan video kecil dengan fitur musik (Aji, 2012: 24).

Dilansir dari situs Kompas.com, dikarenakan adanya kurang lebih 3.000 laporan masyarakat tentang konten negatif pada aplikasi TikTok yang diterima Kominfo, serta laporan dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia dan Kementerian Perlindungan Perempuan dan Anak terkait banyaknya konten pornografi, asusila, dan menyinggung agama. Aplikasi TikTok diblokir pada tahun 2018.

TikTok kembali populer dengan 315 juta unduhan hingga 2020. Seperti dilansir liputan6.com, organisasi riset aplikasi seluler, Sensor Tower, membuat

daftar aplikasi dengan pendapatan terbanyak pada Februari 2021. Dengan unduhan tersebut, terlihat jelas bahwa TikTok menghasilkan pendapatan yang cukup besar. TikTok berada di puncak daftar ini dengan penghasilan lebih dari 110 juta USD atau lebih dari Rp1,5 miliar. 22 TikTok memberikan 375 juta dolar AS, atau hampir 5,9 triliun, dari pendapatan untuk membantu memerangi wabah virus Covid-19.

TikTok juga terkenal sebagai program yang memungkinkan pengguna untuk membuat film singkat dengan efek khas dan membaginya dengan teman atau pengguna lain. Efek unik ini tidak umum dan menarik (Nurhalimah, 2019: 39). Dukungan musik yang luar biasa disediakan oleh aplikasi sosial video pendek ini, memungkinkan pengguna untuk tampil tanpa batasan dan mendorong kreativitas mereka sebagai *content creators*.

Selain itu, banyak pengguna TikTok juga menggunakan media sosial ini untuk meluapkan emosi, baik masalah perasaan, curhat, konten sehari-hari, dan hal-hal lainnya. Namun, mengekspresikan diri yang terlalu berlebihan di media sosial akan merugikan pengguna.

Aplikasi TikTok telah menjadi populer sebagai platform media sosial di Indonesia, disebabkan oleh beberapa faktor, seperti yang dikemukakan oleh Hasiholan (2020: 75), yaitu:

- a. Video pendek yang merefleksikan realitas dan situasi umum

Video yang berdurasi pendek diproduksi oleh kreator sangat erat kaitannya dengan keadaan masyarakat dan dikemas sebagai konten

utama *entertainment*, *science*, dan *fashion*, akibatnya sangat menarik perhatian penonton.

b. Layanan video pendek yang sederhana

Aplikasi ini memberikan kebebasan kepada kreator untuk menciptakan konten video singkat (15 detik sampai 3 menit). Di sini, kreator berkesempatan untuk membuat konten dan layanan pencarian dimulai dari pemilihan lagu yang tersedia. Fitur pemilihan lagu menawarkan kemudahan dengan mengkategorikan lagu yang sudah tersedia. Kreator yang bingung menggunakan lagu bisa langsung memilih judul lagu saat kreator lain menggunakan lagu tersebut, sehingga meminimalisir proses pembuatan konten yang sebelumnya rumit.

c. Tampilan antarmuka aplikasi yang ramah pengguna

TikTok menawarkan kemudahan yang sederhana dan mudah digunakan, memungkinkan pengguna TikTok untuk memilih sendiri antar muka musik dan efek khusus dan kemudian membuat video pendek dari musik favorit sebagai keindahan dan gerakan lambat.

d. Tingkat produksi yang canggih

TikTok menggunakan fitur konten yang disesuaikan dengan preferensi dan persyaratan pengguna sehingga mudah untuk mendapatkan popularitas. Hal ini dapat dicapai karena sifat teknologi dan relevansi video dengan pengguna di halaman utama..

e. Kebebasan untuk pengguna

Menurut teori komunikasi, aplikasi TikTok memungkinkan penggunaannya mandiri. Dengan kata lain, ketersediaan film untuk membantu ekspresi diri dan pelestarian kehidupan yang bahagia. Saat pengguna mencapai beranda TikTok, TikTok merekomendasikan materi tertentu kepada pengguna. Pengguna seluler dapat dengan bebas menggeser atau beralih. Untuk menyukai koleksinya, klik dua kali pada layar konten favorit Anda. Selain itu, pemirsa dapat mengambil bagian dalam percakapan dan komentar secara real-time dengan menggunakan alat perpesanan di sisi kanan layar. Pengguna dapat mengirimkan film-film tersebut menggunakan fitur perpesanan ke Instagram, Insta stories, Whatsapp, Facebook, Line, Telegram, dan email. Fungsi ini dapat dibagikan. Ini cepat dan mudah digunakan, dan dapat dengan cepat memenuhi kebutuhan banyak pengguna.

f. Konten utama yang membahas tren saat ini

Mayoritas pengguna aplikasi TikTok adalah milenial, dan mereka sangat tertarik dengan tren terbaru, termasuk yang terkait dengan *dance chalange*, interpretasi emosional, pemandangan menakjubkan, daya tarik, dan gerakan tubuh yang menggambarkan gaya mode terkini.

g. Efek selebritas

Seiring semakin banyaknya artis yang menggunakan aplikasi TikTok di Indonesia, masyarakat pun mengikutinya. Sementara sangat sedikit artis yang menggunakan TikTok pada tahun 2017, sejumlah besar artis



sekarang membuat profil mereka sendiri, memposting konten, dan membagikannya di platform media sosial lainnya.

h. Pemasaran yang menarik

Dengan meminimalkan biaya representasi, meningkatkan konten yang lucu, mempromosikan berbagi video yang cepat dan mendorong partisipasi langsung, TikTok mengiklankan aplikasi dengan cara yang menarik.

## 2.4 Teori *Uses and Gratification*

Pada tahun 1940-an, teori ini mulai tumbuh ketika sejumlah peneliti mulai menggali pemahaman tentang alasan mengapa orang membaca koran dan mendengarkan radio. Untuk menentukan popularitas acara seperti kuis dan serial drama radio, para peneliti mempelajari siaran radio. Pemenuhan apa yang dicapai agar mereka puas menonton program. Herzog dikreditkan dengan memulai studi penggunaan dan kepuasan. Dia meneliti dan mengkategorikan sejumlah faktor yang membuatnya lebih memilih surat kabar daripada radio. Dia melihat bagaimana kebutuhan dan keinginan orang mempengaruhi media yang mereka pilih (Morissan, 2010: 82).

Teori atau model jarum hipodermik telah berkembang menjadi Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*) diperkenalkan dalam buku "*The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*," oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Menurut pandangan ini, memilih dan menggunakan media melibatkan partisipasi aktif dari

pengguna. Pengguna media mencari sumber media terbesar untuk memenuhi kebutuhan mereka. Artinya, menurut pendekatan ini, pengguna memiliki kemungkinan lain untuk memenuhi kebutuhan mereka (Nurudin, 2017: 191-192).

Elihu Katz dan Herbert Blumer menjelaskan bahwa teori ini mengkaji asal-usul psikologis dan sosial dari kebutuhan yang menghasilkan harapan terhadap media tertentu. Maka, ini mengakibatkan pola berbagai paparan media atau partisipasi kegiatan lain, yang pada gilirannya menyebabkan kepuasan tuntutan dan efek lainnya. (Nurudin, 2017: 191).

Menurut Baran dkk (2010, 298-299) Teori penggunaan dan kepuasan didasarkan pada lima prinsip dasar, yaitu:

1. Khalayak terlibat dan menggunakan media karena adanya tujuan .
2. Khalayak berinisiatif meningkatkan kebutuhan akan pemenuhan pada media tertentu.
3. Media bersaing dengan sumber kebutuhan lain.
4. Individu sangat menyadari minat, motivasi dan penggunaan media mereka.
5. Penilaian nilai tentang bagaimana individu menghubungkan kebutuhan dengan media atau konten tertentu harus ditunda.

Pemilihan media oleh audiens berdasarkan kepuasan, keinginan, persyaratan, atau motif adalah inti dari teori ini. Pada dasarnya, pengaruh audiens tidak dapat dicapai dengan komunikasi, terutama melalui media massa. Teori ini memperhitungkan pemilihan media yang aktif dan disengaja oleh audiens, yang menghasilkan motivasi penggunaan media dan kepuasan dengan motivasi ini.

Saat menggunakan media, audiens melakukannya karena berbagai alasan dan bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Empat penjelasan disebutkan oleh McQuail dan kolega mengapa audiens mengonsumsi media. (West dkk, 2013: 105), yaitu:

1. Pengalihan (disversion), adalah ketiadaan dari kewajiban atau rutinitas.
  - a. Mundur dari isu yang sedang berlangsung
  - b. Beristirahat
  - c. Merasakan keindahan batin dan keindahan visual
  - d. Menghabiskan waktu
  - e. Ekspresi emosi
2. Hubungan personal, terjadi karena khalayak menggunakan media sebagai pengganti teman.
  - a. Menyadari kondisi orang lain, kemampuan bersimpati sosial
  - b. Menghubungkan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa keterikatan
  - c. Menemukan topik untuk berbicara dan interaksi dalam masyarakat
  - d. Menunjang dalam melaksanakan peran sosial
  - e. Memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan keluarga, teman, dan masyarakat
3. Identitas pribadi, sebagai sarana untuk meningkatkan nilai pribadi.
  - a. Menemukan sokongan bagi prinsip-prinsip personal
  - b. Menghubungkan dengan prinsip-prinsip personal (dalam media)
  - c. Meningkatkan pemahaman diri sendiri

- d. Menemukan contoh perilaku
4. Pengawasan (*surveillance*), sebagai informasi tentang cara media membantu orang mencapai tujuan.
- a. Menggali informasi mengenai kejadian dan situasi di sekitar, dalam masyarakat, dan global
  - b. Menelusuri saran mengenai berbagai pandangan, permasalahan praktis, dan hal-hal terkait pengambilan keputusan
  - c. Memenuhi kebutuhan dan minat umum
  - d. Mendapatkan ketenangan hati dengan belajar lebih banyak
  - e. Pembelajaran dengan *self education*

Morisan (dalam Fachri, 2018: 8) teori ini mengalami kemajuan saat para pakar mulai mengelompokkan atau membuat tipe dari alasan yang mendorong individu untuk menggunakan atau mengonsumsi media. Teori hierarki kebutuhan dan motivasi oleh Abraham Maslow semakin menguatkan gagasan ini. Maslow mengatakan bahwa tingkatan kebutuhan dan dorongan dimulai dengan keperluan biologis, dilanjutkan oleh keamanan, dimensi sosial, penghargaan, dan akhirnya mencapai tahap pencapaian penuh potensi diri. Teori ini menyatakan bahwa orang selalu berusaha untuk memenuhi satu tingkat kebutuhan, dan setelah mereka melakukannya, mereka akan berusaha untuk memenuhi tingkat kebutuhan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian para ahli membantu teori penggunaan dan kepuasan berkembang. Alan Rubin menemukan motivasi di balik penggunaan media berikut (Fachri, 2018: 9).

1. Mengisi waktu luang
2. Menyediakan teman atau rasa kebersamaan
3. Memancing kegembiraan atau sensasi
4. Melarikan diri dari rutinitas
5. Mendapatkan hiburan atau kesenangan
6. Berinteraksi dengan orang lain secara sosial
7. Merasa rileks atau santai
8. Mendapatkan informasi
9. Memahami konten media

Setiap individu memiliki motivasi khas dalam menggunakan media. Penelitian yang dilakukan oleh Katz, Gurevich, dan Hadassah Haas pada tahun 1973 mengungkapkan bahwa orang menggunakan media sebagai cara untuk menghindar, melarikan diri, atau berinteraksi dengan sesama.

Dalam *Uses and Gratifications*, diyakini bahwa orang sering beralih ke media untuk memenuhi keinginan mereka dan menghindari media yang dianggap tidak mampu memenuhinya. Kebutuhan audiens berdampak pada media yang dipilihnya. Jika media tidak dapat memenuhi kebutuhan audiens, mereka tidak akan tertarik pada media lain yang sama-sama menarik.

Tuntutan ini mengarah pada timbulnya motif dan motif akan menentukan penggunaan media oleh orang-orang dan tingkat selektivitas mereka.

## 2.5 Self Compassion

Neff & Germer (Ma'arif: 2022: 31) menjelaskan bahwa *self compassion* adalah elemen cinta yang melibatkan ketulusan dalam menghadapi rasa sakit, baik yang dirasakan oleh diri sendiri maupun orang lain, tanpa pembelaan atau penilaian. *Self compassion* berarti menerima peristiwa negatif atau rasa sakit dalam diri individu dengan penuh pengertian. Selain itu, *self compassion* juga mencakup keinginan untuk melepaskan diri dari kondisi atau peristiwa yang sulit, serta usaha dalam memahami akar penderitaan dan memberikan perlakuan penuh kasih sayang pada diri sendiri (Ma'arif, 2022: 31). Dengan demikian, perpaduan antara motivasi, pemahaman, dan tindakan membentuk konsep welas asih dalam diri individu.

Menurut Rubin, *self compassion* (Ma'arif, 2022: 33) mengacu pada kemampuan individu untuk membandingkan dan memahami pengalaman pribadi mereka dengan pengalaman orang lain, dengan pemahaman bahwa pengalaman seperti rasa sakit, kegagalan, dan ketidakmampuan adalah komponen yang tak terhindarkan dari kehidupan manusia dan bahwa setiap individu kasih sayang harus diberikan kepada diri sendiri. Lebih jauh lagi, *self compassion* berasal dari istilah Wispe (Ma'arif, 2022: 34), yang didefinisikan sebagai kemampuan yang melibatkan rasa sakit yang dialami sendiri, bukan mencoba untuk menghindari atau melepaskan diri darinya, dan berusaha untuk mengurangi rasa sakitnya sendiri. Neff K., di sisi lain, menjelaskan bahwa *self compassion* adalah kemampuan yang melibatkan pengenalan terhadap diri sendiri tanpa menghakimi rasa sakit, kegagalan, atau

ketidakmampuan yang dialami, melalui pemahaman bahwa ketiga aspek tersebut merupakan bagian dari pengalaman hidup manusia.

Dari penafsiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self compassion* merupakan kemampuan individu untuk secara jujur dalam memahami rasa sakit, kegagalan, dan ketidakmampuan yang berkaitan dengan diri sendiri, dengan mengakui secara wajar bahwa hal-hal tersebut merupakan bagian alami dari pengalaman hidup manusia secara umum.

### 2.5.1 Aspek – Aspek *Self Compassion*

Neff K. (dalam Ma'arif: 2022: 36) mengidentifikasi beberapa aspek yang terkait dengan *self compassion*, di antaranya:

#### 1) *Self-kindness*

Merupakan bentuk kemurahan hati dan pengertian yang dimiliki oleh seseorang terhadap dirinya sendiri, tanpa melakukan penghakiman atau kritikan terhadap diri sendiri..

- a) Menunjukkan kepedulian terhadap diri sendiri.
- b) Memiliki pemahaman terhadap diri sendiri.
- c) Memberikan perasaan hangat pada diri sendiri.
- d) Menyediakan kenyamanan pada diri sendiri.
- e) Menerima diri tanpa syarat.

#### 2) *Common humanity*

Merupakan kecondongan individu untuk melihat pengalaman pribadi mereka sebagai bagian dari pengalaman umum, daripada memisahkannya dari pengalaman orang lain.

- a) Menyadari bahwa tiap individu tidaklah sempurna.
- b) Mengakui bahwa setiap orang pernah mengalami kegagalan.
- c) Memahami bahwa setiap individu pernah melakukan kesalahan.
- d) Mengakui bahwa setiap orang menghadapi tantangan dalam hidup.

### 3) *Mindfulness*

Merupakan metode individu dalam mengartikan pikiran dan emosi yang mengganggu dengan cara yang lebih proporsional daripada berlebihan.

- a) Mengakui pengalaman yang menyakitkan dengan keseimbangan.
- b) Tidak mengabaikan pengalaman yang menyakitkan.
- c) Tidak memperkuat pengalaman yang menyakitkan.
- d) Tidak mengabaikan perasaan yang sakit.
- e) Tidak memperkuat perasaan yang sakit

Peneliti memilih untuk menggunakan aspek-aspek *self compassion* tersebut berdasarkan paparan di atas karena aspek-aspek yang dijelaskan oleh Neff mencakup kemampuan individu untuk memahami dan mengakui apa yang ada di dalam dirinya sendiri serta apa yang ada di luar dirinya. Hal ini membantu menggambarkan



gambaran umum tentang *self compassion*, di mana individu memiliki pemahaman yang seimbang dan inklusif terhadap pengalaman dan perasaan mereka, tanpa mengabaikan bagian-bagian tertentu dari diri mereka atau menguatkan secara berlebihan.



## 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian terdahulu**

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa	Mela Rahmayani, Muhamad Ramdhani, Fardiah Oktariani Lubis	Teori Determinasi	Kuantitatif	Tingkat intensitas secara signifikan mempengaruhi perilaku kecanduan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2018-2019 Universitas Singaperbangsa Karawang. Lebih khusus, sub variabel intensitas penggunaan aplikasi Tiktok juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kecanduan di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.
2.	Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap <i>Self</i> - Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media	Alya Zachra Fauzia, Sri Maslihah, dan Helli Ihsan		Kuantitatif	Tipe kepribadian extraversion dan neurotisme berdampak pada pengungkapan diri seseorang di Instagram, meskipun dari setiap kategori, dampak tipe kepribadian pada pengungkapan diri agak kecil..

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Teori	Metode	Hasil Penelitian
	Sosial Instagram Di Kota Bandung				
3.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Feb)	Yoga Maulana Putra	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	Kuantitatif	Penggunaan platform media sosial seperti Twitter dalam hal konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi berdampak pada seberapa baik tuntutan informasi proyek akhir terpenuhi dalam hal kebutuhan saat ini, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan yang melelahkan, dan pendekatan kebutuhan mengejar ketinggalan sebesar 56,7%. Sisanya sebesar 43,3% disumbang oleh unsur lain.
4.	Pengaruh Media Sosial Instagram @Jarambah_Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Reyhan Putra Avero, Achmad Manshur Ali Suyanto		Kuantitatif	Variabel kebutuhan informasi (Y) dipengaruhi oleh variabel media sosial (X). Media sosial Instagram @jarambah-Bandung memasok 70,5% kebutuhan informasi kota Bandung terkait pariwisata, dengan 29,5% sebagian besar variabel lain yang turut

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Teori	Metode	Hasil Penelitian
	Wisata Di Kota Bandung				mempengaruhi belum diikutsertakan dalam penelitian ini. Iklan konvensional dari majalah, surat kabar, radio, televisi, atau dari mulut ke mulut adalah contoh elemen tambahan.
5.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Dian Mustika Ramadhani H. Djafar, Yuliani Rachma Putri	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	Kuantitatif	Variabel permintaan informasi dipengaruhi secara positif oleh variabel penggunaan media sosial (X) (Y). Kebutuhan informasi (Y) dipengaruhi oleh beragamnya penggunaan media sosial (X) sebesar 59,8% Sementara faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini berdampak pada 40,2% sisanya. Media konvensional, seperti iklan dari radio, televisi, majalah, dan surat kabar, mungkin menjadi faktor lain. Faktor lain adalah melalui kesempatan dan percakapan langsung dengan kerabat dekat.

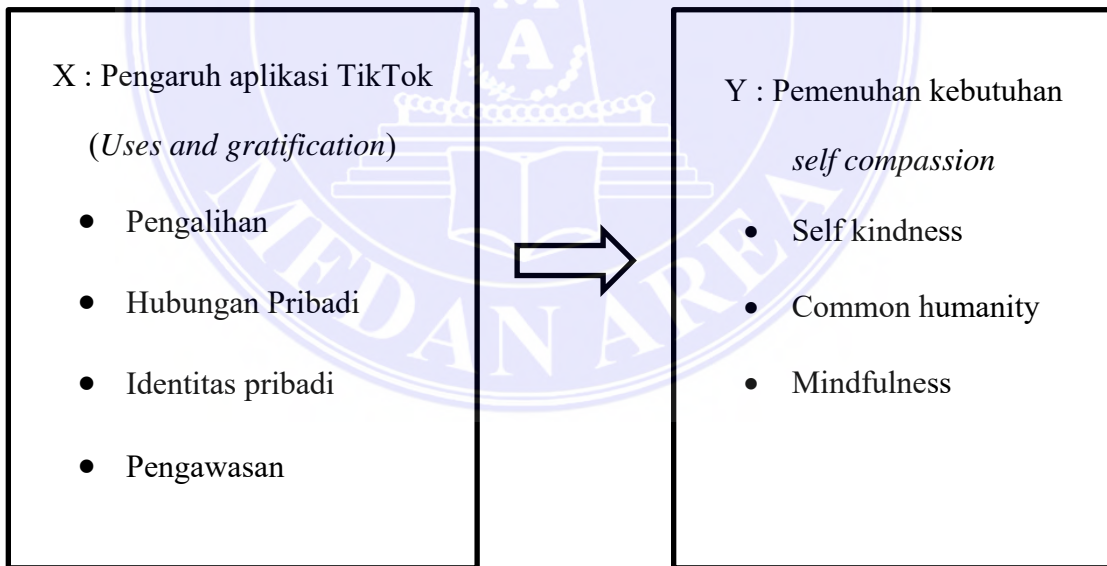
Sumber: Peneliti (2023)

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pendekatan konseptual yang menjelaskan cara hubungan antara teori dan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah saling terkait. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh aplikasi Tik Tok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* yang memiliki 2 variabel yaitu variabel independen (X) pengaruh aplikasi Tik Tok dan juga variabel dependen (Y) pemenuhan kebutuhan *self compassion*.

Berdasarkan hal tersebut, maka dibuat kerangka pemikiran konseptual sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran**



Sumber: Peneliti (2023)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di SMA Teladan Medan, yang berlokasi di Jl. Bersama No.268-A/Jl.Pertiwi No.95, Bantan, Kec. Medan Tembung, Kota Medan Prov. Sumatera Utara, yang menjadi fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* pada remaja di SMA Teladan Medan. Penelitian ini akan difokuskan pada siswa- kelas X-XI di SMA Teladan Medan sebagai subjek penelitian dalam skripsi ini.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai tanggal 17 hingga 21 Juni 2023.

#### 3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yang berfokus pada data angka atau numerik. Pendekatan ini berdasar pada prinsip bahwa fakta dan emosi tidak dapat diisolasi satu sama lain, dan ruang lingkup penelitiannya melibatkan fakta-fakta yang ditemukan (Punaji, 2013: 47).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk secara sistematis dan akurat mengobservasi masalah yang terkait dengan fakta dan karakteristik khusus suatu objek. (Mahmud, 2011: 100). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif ini, peneliti

memberikan penjelasan rinci tentang subjek penelitian dan alasan yang mendorong pengumpulan dan analisis data. Selanjutnya, mereka mendefinisikan prosedur penelitian, yang mencakup sasaran penelitian (populasi dan sampel), metode yang digunakan untuk mendapatkan sumber data, mengolah informasi, mengolah data dan analisis data yang dikumpulkan serta bagaimana data tersebut dikumpulkan.

### 3.3 Variabel Penelitian

Dalam konteks penelitian ilmiah, variabel merujuk pada semua elemen yang diamati dalam penelitian dan dapat diukur ketika memiliki perbedaan (Putnaji, 2013: 162).

Peneliti biasanya menggunakan dua variabel atau faktor dalam penelitian mereka: variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab disebut variabel bebas atau variabel independen, sementara variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil disebut variabel tergantung atau variabel dependen. Kedua variabel ini digunakan karena peran dan fungsi masing-masing variabel dalam penelitian (Putnaji, 2013: 164).

Dalam penelitian yang dijalankan oleh peneliti, terdapat dua jenis variabel utama, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (variabel X): Variabel yang berfungsi sebagai penyebab atau pengaruh yang diduga memengaruhi perubahan pada variabel terikat (variabel Y). Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas adalah Penggunaan Media Sosial TikTok.

2. Variabel terikat (variabel Y): Variabel yang diukur dan diamati untuk menentukan apakah ada pengaruh dari variabel bebas (variabel X). Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Tingkat Pemenuhan Kebutuhan *Self-Compassion* pada Remaja.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Arikunto (2013: 173) menjelaskan bermacam-macam subjek, variabel, konsep, atau kejadian dapat disebut sebagai populasi. Sedangkan menurut Nawawi (2007: 98) populasi adalah kategori luas di mana orang atau individu dengan bobot bervariasi diidentifikasi oleh peneliti, dievaluasi, dan ditarik kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan diatas, yang yang menjadi subjek penelitian ini adalah siswa dari SMA Teladan Medan. Pemilihan hal tersebut mempertimbangkan bahwa remaja dalam usia 15-18 tahun adalah usia produktif dimana sering menggunakan media sosial.

**Tabel 3.1 Populasi Siswa SMA Teladan Medan**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
Siswa Laki-Laki	319
Siswa Perempuan	567
<b>Total</b>	<b>886</b>

Sumber: *dapo.kemendikbud.go.id*



### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik khusus dan mewakili populasi yang bersangkutan atau sejumlah kecil individu atau elemen dari populasi yang diamati. Sampel adalah anggota dari populasi yang memenuhi karakteristik. *Purposive sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan katakteristik tertentu adalah teknik pengambilan sampel non-probability sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan yang dijelaskan oleh Arikunto (2013: 160).

Berdasarkan definisi di atas, terdapat kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini:

1. Siswa aktif di SMA Teladan Medan.
2. Pengguna media sosial TikTok

Maka, perhitungan untuk mengukur sampel dapat menggunakan rumus slovin, yaitu:

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

$$n = \frac{886}{1 + 886(0,1)^2}$$

$$n = \frac{886}{9,86}$$

$$n = \mathbf{89,85}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang diperlukan.

N: Jumlah keseluruhan populasi

e: Tingkat kesalahan sampel

Sehingga, peneliti telah memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 90 orang sebagai responden dalam penelitian ini.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Guna mencapai tujuan penelitian, data dikumpulkan melalui metode-metode berikut:

#### 3.5.1 Penelitian Lapangan

Dalam penelitian ini dibutuhkannya penelitian lapangan untuk mendapatkan data maupun informasi. peneliti akan terjun langsung kelapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data :

##### 1. Observasi

Metode observasi melibatkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap subjek penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung (Juliansyah, 2011: 140).

Dengan bantuan observasi, peneliti dapat lebih memahami perilaku manusia, melakukan evaluasi, dan melakukan pengukuran banyak faktor sambil juga mendapatkan umpan balik. Hasil observasi seperti perilaku, kejadian, objek atau keadaan untuk mengetahui lebih lanjut

tentang penggunaan aplikasi TikTok oleh para remaja di SMA Teladan Medan.

## 2. Kuesioner

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam teknik komunikasi tak langsung, di mana responden menjawab serangkaian pertanyaan tertulis yang disampaikan melalui media tertentu, tanpa interaksi langsung dengan peneliti. (Subana, 2000: 30).

Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi lengkap tentang semua responden, termasuk termasuk data pribadi, sikap, pengalaman, pendapat, dan berbagai informasi lainnya yang relevan. Tujuan lain dari kuesioner ini adalah untuk apakah penggunaan media sosial TikTok memiliki dampak pada pemenuhan kebutuhan self-compassion remaja di SMA Teladan Medan.

### 3.5.2 Penelitian Pustaka

Penelitian pustaka adalah metode pengumpulan data melalui pencarian informasi dari dokumen-dokumen pendukung baik dalam bentuk dokumen tertulis, dokumen elektronik maupun foto-foto yang dapat mendukung proses penulisan penelitian.

### 3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2007: 131), untuk memastikan bahwa alat ukur akan memberikan data kuantitatif saat digunakan untuk pengukuran, skala pengukuran berfungsi sebagai acuan untuk mengatur interval-interval yang sempit dalam instrumen tersebut. Tujuan pengukuran adalah untuk mengubah sifat-sifat data empiris menjadi format yang dapat diteliti oleh peneliti. Tujuan utama pengukuran adalah untuk menetapkan nilai numerik ke data empiris sesuai dengan berbagai kriteria atau metode yang telah ditentukan. Skala Likert digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini.

Menurut Tahir (2016: 42) Skala Likert (*Method of Summated Rating*) digunakan untuk mengukur bagaimana individu atau kelompok mengamati isu sosial dalam hal sikap, pandangan, dan persepsi. Variabel yang akan diukur dikarakterisasi menggunakan skala likert sebagai dimensi, dimensi sebagai sub-variabel, dan terakhir sub-variabel sebagai indikator terukur. Metrik yang dapat diukur ini dapat digunakan sebagai tahap awal untuk membuat item instrumen berbasis pertanyaan yang memerlukan tanggapan dari responden. Untuk mengukur sentimen publik tentang fenomena atau objek yang sedang diselidiki dan persepsi mereka tentangnya. Terdapat empat penentuan skor dari jawaban kuesioner dengan skala Likert, yaitu :

- a. Pernyataan dengan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1
- b. Pernyataan dengan jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
- c. Pernyataan dengan jawaban Setuju (S) diberi skor = 3
- d. Pernyataan dengan jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor = 4

Instrumen penelitian berdasarkan skala Likert dapat dibuat sebagai daftar checklists atau pertanyaan pilihan ganda. Berikut ini adalah beberapa contoh pertanyaan dan pembobotan untuk skala Likert:

**Tabel 3.2 Contoh item pertanyaan dalam skala Likert**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Aplikasi TikTok memberikan kepuasan penggunaan kepada penggunanya.			✓	

Sumber: Sugiyono, 2007

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode di mana data dapat disusun dalam bentuk yang lebih simpel dan mudah dibaca, sehingga dapat diimplementasikan dengan lebih baik. Teknik analisis data ini merupakan suatu kegiatan menganalisis dengan memeriksa keseluruhan data penelitian, hingga dapat di peroleh suatu kesimpulan. Setelah data di peroleh langkah selanjutnya yaitu menganalisis data.

#### 3.7.1 Analisis Tabel Silang (Crosstab)

Setelah data di peroleh langkah selanjutnya yaitu menganalisis data. Dalam proses analisis data dihubungkan dalam beberapa langkah yakni analisis tabel silang (crosstab) dan analisis tabel tunggal. Dalam hal ini Penulis menggunakan

analisis tabel tunggal. Analisis tabel silang merupakan cara menganalisis data dengan menyajikan data yang di dapat dengan dua variabel yang berbeda kedalam satu kerangka yang meliputi baris dan kolom dengan demikian maka karakteristik dari analisis tabel silang yakni terdapat kolom dan baris, serta variable X dan Y atau variabel lainnya yang mempunyai hubungan deskriptif (Sigih Santoso dan Tjiptono, 2001: 137). Metode analisis data tabel silang (*crosstab*) digunakan untuk mengevaluasi apakah ada hubungan atau keterkaitan antara dua variabel yang berbeda.

### 3.7.2 Analisis Tabel tunggal

Analisis tabel tunggal adalah suatu metode analisis yang membagi variabel tunggal menjadi kategori-kategori dalam kolom, dengan tujuan menghitung frekuensi dan presentase setiap kategori. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau keterkaitan antara variabel tersebut. (Suryanto, 2011: 106).

## 3.8 Uji Syarat Instrumen

### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang mengindikasikan sejauh mana suatu instrumen atau alat pengukuran benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan atau relevan dengan konsep atau karakteristik yang ingin diukur. Salah satu metode pengujian yang dikenal sebagai uji validitas memiliki kemampuan untuk menunjukkan atau mengetahui tingkat kelayakan berbagai instrumen

serta menemukan dan membuktikan bahwa variabel sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2017: 160). Dalam penelitian ini, validitas akan diuji menggunakan komputer melalui perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai total item yang diperbaiki atau nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom (df). Jika  $r$  hitung lebih besar ( $>$ ) dari  $r$  tabel dan nilai yang dihasilkan positif, maka pernyataan dinyatakan valid.

Oleh Karena itu, peneliti melakukan uji validitas dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,2050 untuk tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dengan jumlah peserta (N) sebanyak 90. Hasil perhitungan menggunakan program SPSS versi 25 menghasilkan hasil berikut ini:

**Tabel 3.3 Uji Validitas X**

<b>Instrumen Penelitian</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Status</b>
X1	0,713	0,2050	Valid
X2	0,608	0,2050	Valid
X3	0,703	0,2050	Valid
X4	0,651	0,2050	Valid
X5	0,666	0,2050	Valid
X6	0,617	0,2050	Valid
X7	0,614	0,2050	Valid
X8	0,612	0,2050	Valid
X9	0,724	0,2050	Valid

Instrumen Penelitian	r Hitung	r Tabel	Status
X10	0,685	0,2050	Valid
X11	0,674	0,2050	Valid
X12	0,675	0,2050	Valid
X13	0,610	0,2050	Valid
X14	0,607	0,2050	Valid
X15	0,652	0,2050	Valid
X16	0,529	0,2050	Valid
X17	0,629	0,2050	Valid
X18	0,664	0,2050	Valid
X19	0,625	0,2050	Valid
X20	0,593	0,2050	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan data dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang diuji menggunakan kuesioner telah terbukti valid dan telah memenuhi uji instrumen, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel.

**Tabel 3.4 Uji Validitas Y**

Instrumen Penelitian	r Htiung	r Tabel	Status
Y1	0,747	0,2050	Valid
Y2	0,770	0,2050	Valid
Y3	0,699	0,2050	Valid



Instrumen Penelitian	r Htiung	r Tabel	Status
Y4	0,689	0,2050	Valid
Y5	0,668	0,2050	Valid
Y6	0,789	0,2050	Valid
Y7	0,726	0,2050	Valid
Y8	0,734	0,2050	Valid
Y9	0,788	0,2050	Valid
Y10	0,774	0,2050	Valid
Y11	0,772	0,2050	Valid
Y12	0,831	0,2050	Valid
Y13	0,793	0,2050	Valid
Y14	0,805	0,2050	Valid
Y15	0,641	0,2050	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Hasil uji coba kuesioner mengenai penggunaan media sosial TikTok menghasilkan 20 pertanyaan yang valid, sementara uji coba terhadap kuesioner mengenai pemenuhan *self compassion* menghasilkan 15 pertanyaan yang valid, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang diujikan menggunakan kuesioner oleh peneliti dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan uji instrumen.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan prosedur pengujian yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu item dapat diandalkan atau konsisten dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Jika hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan konsistensi yang relatif stabil, instrumen tersebut dapat dianggap memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Dengan demikian, kebenaran hasil yang terkait dengan masalah keandalan instrumen menjadi lebih meyakinkan.

Pengujian reliabilitas ini menggunakan metode Alfa Cronbach, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$R_{11}$  = Reliabilitas

$K$  = jumlah butir soal yang valid

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varians total

$\sigma_i^2$  = varians total

**Tabel 3.5 Indeks Reliabilitas**

Indeks Reliabilitas	Klasifikasi
$0,80 < r_{ii} \leq 1,00$	Realibilitas tinggi
$0,60 < r_{ii} \leq 0,80$	Realibilitas cukup
$0,40 < r_{ii} \leq 0,60$	Realibilitas rendah
$0,20 < r_{ii} \leq 0,40$	Realibilitas sangat rendah
$0,00 < r_{ii} \leq 0,20$	Tidak reliabel

Sumber: Sugiyono, 2007

Di bawah ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk variabel X (Penggunaan media sosial TikTok) dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan *self compassion*).

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	20

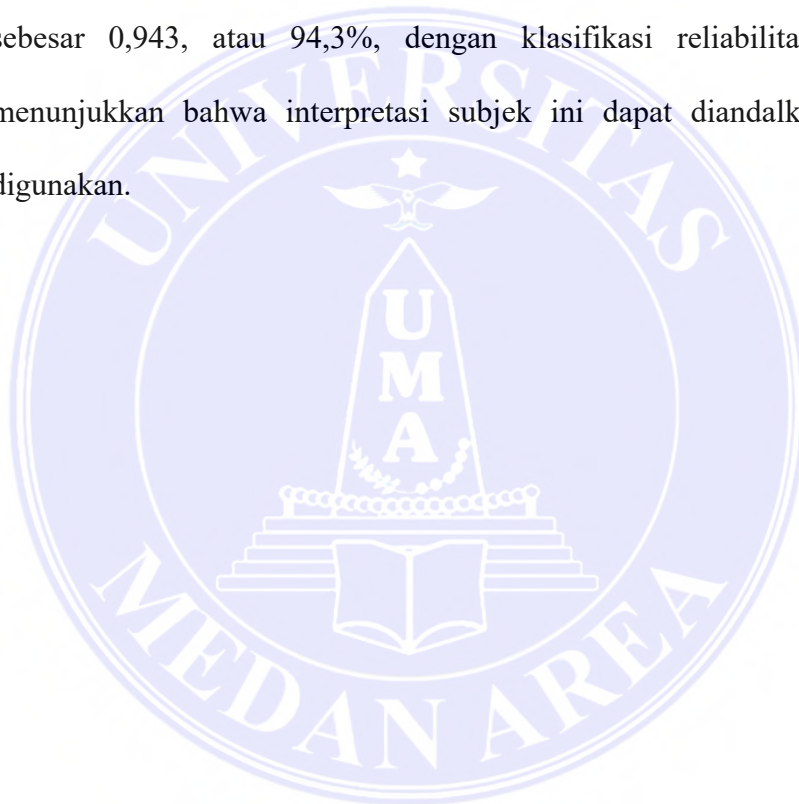
Sumber: Peneliti (2023)

**Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,943	15

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 3.6 menggambarkan hasil uji dengan menggunakan SPSS 25 metode Cronbach's Alpha, menunjukkan bahwa variabel X, yaitu penggunaan media sosial TikTok, memiliki reliabilitas sebesar 0,924, atau 92,4%, dengan klasifikasi realibilitas tinggi yang menunjukkan bahwa interpretasi subjek ini dapat diandalkan dan pantas digunakan. Tabel 3.7 menunjukkan bahwa variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan empati diri, memiliki reliabilitas sebesar 0,943, atau 94,3%, dengan klasifikasi reliabilitas tinggi yang menunjukkan bahwa interpretasi subjek ini dapat diandalkan dan pantas digunakan.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* pada remaja di SMA Teladan Medan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menghasilkan kesimpulan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hal ini terbukti melalui uji T bahwa  $12,332 > 1.98729$ , yang berarti hasil penelitian ini dinyatakan terdapat pengaruh dan uji F bahwa  $F_{hitung} = 152,083$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000$  lebih kecil dari ( $<$ )  $0,05$ , maka diketahui bahwa Media Sosial TikTok mempunyai pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan *self compassion* terhadap remaja di SMA Teladan Medan.
2. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar  $0,633$  atau  $63,3\%$ . Hal tersebut berarti bahwa dalam penelitian ini sebesar  $63,3\%$  pemenuhan kebutuhan *self compassion* remaja dapat dipengaruhi oleh media sosial TikTok dan  $36,7\%$  lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Uji hipotesis menunjukkan terdapat hubungan yang kuat di antara kedua variabel.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

Media sosial TikTok ini dapat membantu memenuhi kebutuhan *self compassion* remaja dengan presentase 63,3% namun, tetap diperlukan pengawasan serta peran dari semua pihak terhadap remaja dalam penggunaan media ini. Walaupun banyak kontendari aplikasi TikTok mengandung hal-hal positif namun tidak menutup kemungkinan terdapat hal-hal negatif juga, diperlukan sikap bijak dari remaja dalam menggunakan media sosial ini.

### 5.2.2 Saran Akademis

Disarankan agar peneliti berikutnya melaksanakan penelitian kualitatif agar melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai teori *uses and gratification* terhadap penggunaan media sosial TikTok.

## DAFTAR PUSTAKA

### a. Buku

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori komunikasi massa: Dasar, pergolakan, dan masa depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Elvinaro, A., Lukiaty, K., & Karlinah, S. (2004). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Haramain, M. (Ed.). (2020). *Masyarakat Dan Gejala Problematika Sosial Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- McQuail, Denis. 1996 *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga, Jakarta.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Morissan, A. C. W., & Hamid, F. (2010). *Teori komunikasi massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Prenada Media Grup, Jakarta.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*.
- Nawawi, Hadari. (2007). *Metode Penelitian Bidangn Sosial*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Noor, J. (2021). *Metodologi penelitian: skripsi, tesis, disertasi & karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Novianti, D. A. (2020). *COVID-19: catatan linimasa para analis muda*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- Punaji, S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan, Ed. IV*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Rakhmat, J. (2007). "Metode Penelitian Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Subana, M., & Sudrajat, M. (2000). Statistik pendidikan. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono, D. (2012). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Suryanto, B., & Sutinah. (2011). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Kencana Media Group.
- Tahir, A. (2016). Metode Penelitian Dalam Bidang Kesehatan. Makassar: Masagena.
- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). Populasi Dan Sampel. Pengantar Statistika, 1, 33.
- Vardiansyah, D. (2008). Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Indeks, Jakarta.
- West, R, Turner, L. H., (2013). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Salemba Humanika Jakarta.
- Widjaya, A. W. (2000). Ilmu komunikasi: pengantar studi. Rineka Cipta.

## **b. Skripsi**

- Afandi, I. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus Pada Remaja Usia 16-19 Tahun Di Wilayah Kelurahan Karang Timur Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang) (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif idayatullah Jakarta).
- Ma'arif, T. N. (2022). Pengaruh self compassion terhadap penyesuaian diri pada santri remaja al Hamidiyah Jombang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sibuea, M. (2020). Pengaruh Layanan Konseling Kelompok Pendekatan Cognitive Behavioral Theraphy Terhadap Stres Akademik Siswa Kelas Xi Di Sma Swasta Teladan Medan Tahun Ajaran 2020/2021 (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Medan).
- Syahputro, E. N. (2020). Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial. Caremedia Communication.



### c. Jurnal

- Adisaputra, F., Budyartati, S., & HS, A. K. (2020). Hubungan penggunaan aplikasi tik tok dengan degradasi karakter siswa SD. *Prosiding Konferensi Ilmiah Dasar*, 2, 1-11.
- Aisa, A., Hasanah, I., Hasanah, U., & Wahyuningrum, S. R. (2021). Self-Healing Untuk Mengurangi Stres Akademik Mahasiswa Saat Kuliah Daring. *Pamomong; Journal of Islamic Educational Counseling*, 2(2), 136-153.
- Aji, W. N. (2018, December). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia (Vol. 431, No. 2, pp. 431-440)*.
- Bachtiar, M. A., & Faletahan, A. F. (2021). Self-healing sebagai metode pengendalian emosi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 6(1), 41-54.
- Bahrien, B., & Ardianty, S. (2017). Pengaruh Efektivitas Terapi Self Healing Menggunakan Energi Reiki terhadap Kecemasan Menghadapi Ujian Skripsi. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1), 141-148.
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi tik-tok seru-seruan atau kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59-65.
- Bulele, Y. N. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572)*.
- Caniago, A., & Hero, E. (2022). Fenomena Mengunggah Film Pendek di Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 24-35.
- Das, G., & Avcı, I. A. (2015). The effect of anger management levels and communication skills of Emergency Department staff on being exposed to violence. *Med Glas (Zenica)*, 12(1), 99-104.
- Farmawati, C., Ula, M., & Qomariyah, Q. (2021). Prevention of COVID-19 by strengthening body's immune system through self-healing. *Populasi*, 28(2), 70-81.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil kepercayaan diri remaja serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1-5.

- Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2).
- Hasiholan, Togo. P, dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19, Vol. 5.
- Indardi, H. (2016). Proses Komunikasi Interpersonal yang Dibangun oleh Orang Tua kepada Anak Penyandang OCD (OBSESSIVE COMPULSIVE DISORDER) Dalam Tahap Penyembuhan. *Jurnal e-Komunikasi*, 4(2).
- Latifi, Z., Soltani, M., & Mousavi, S. (2020). Evaluation of the effectiveness of self-healing training on self-compassion, body image concern, and recovery process in patients with skin cancer. *Complementary therapies in clinical practice*, 40, 101180.
- Melaku, L., Mossie, A., & Negash, A. (2015). Stress among medical students and its association with substance use and academic performance. *J Biomed Educ*, 2015(4), 1-9.
- Mikhael, A. (2019). Use of Tiktok for Gratifications and Self-Expression among Urban Generation Z. *Binus University*.
- Mumtaz, Z. S., & Saino, S. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282-291.
- Murjiati, W. (2021). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 4(1), 37-44.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Deepublish.
- Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2017). Motif remaja dalam menggunakan media baru (studi pada Remaja di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 95-103.
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01-10.

- Rahmasari, D. (2020). *Self healing is knowing your own self*. Surabaya: Unesa University Pres.
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327-3343.
- Redho, A., Sofiani, Y., & Warongan, A. W. (2019). Pengaruh self healing terhadap penurunan skala nyeri pasien post Op. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 1(1), 205-214.
- Ros, R., Nisa, C., Azzahra, N., & Ruzain, R. B. (2021). Efektivitas Self-Healing Technique Sebagai Strategi Penurunan Stres Pada Penderita Autoimmune Disease. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 18(2), 144-156.
- Rustiana, A., & Rosmawati, N. H. (2010). Pengaruh Tata Ruang Dan Komunikasi Intern Terhadap Efektivitas Kerja Guru Di Smk Negeri 9 Semarang. *Dinamika Pendidikan*, 5(1).
- Satriani, I., Muljono, P., & Lumintang, R. W. E. (2011). Komunikasi Partisipatif Pada Program Pos Pemberdayaan Keluarga (Studi Kasus di RW 05 Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor). *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 9(2).
- Watie, E. D. S. (2016). Periklanan dalam media baru (advertising in the new media). *Jurnal The Messenger*, 4(1), 37-43.

#### **d. Publikasi Elektronik**

- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. 2020. Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia, dalam Kompas.com, diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-an-TikTok-terbanyak-di-dunia>. [11, September, 2020].
- Riyanto, A. D. 2022. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022, diunduh di <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> tanggal 15 November 2022

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Slide 1

#### Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Dwi Dianggri Yani, Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi Tugas Akhir. Penelitian saya berjudul "**Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* Bagi Kalangan Remaja di SMA Teladan Medan.**"

Dengan kerendahan hati, saya memohon kesediaan dan waktu Anda untuk membantu dalam pengisian kuesioner ini. Untuk

Segala bentuk data dan jawaban yang direkam dalam form ini akan terjamin kerahasiannya sesuai kode etik dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan teman-teman dalam pengisian kuesioner ini.

Apabila terdapat pertanyaan dapat menghubungi saya melalui: e-mail: [dwidweek.15@gmail.com](mailto:dwidweek.15@gmail.com)

Saya telah membaca dan memahami informasi yang diberikan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, saya bersedia menjadi responden dengan sukarela tanpa paksaan dari pihak manapun. Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak akan merugikan saya sebagai responden. Dengan memilih "Saya bersedia" pada bagian ini, maka saya bersedia melanjutkan pengisian kuesioner hingga selesai.

- Saya bersedia
-

*Slide 2*

### **Identitas Diri**

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Jurusan :  
Kelas :  
Mengikuti Ekstrakurikuler :

---

*\*Slide 3*

### **Petunjuk Pengisian**

Kuesioner ini terdiri dari beberapa butir pertanyaan dengan 4 alternatif jawaban:

4. Sangat Setuju (SS)
3. Setuju (S)
2. Tidak Setuju (TS)
1. Sangat Tidak Setuju (STS)

Note:

1. Mohon baca setiap pernyataan dengan seksama.
  2. Silakan pilih opsi yang paling sesuai dengan kondisi diri Anda.
  3. Semua pilihan tidak ada nilai benar dan salah.
- 



\*Slide 4

**Penggunaan Media Sosial TikTok (Variabel X)**

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya membuka media sosial TikTok untuk melepaskan diri dari rasa jenuh.				
2.	Saya membuka TikTok untuk bersantai dan mengisi waktu luang.				
3.	Konten di TikTok dapat membuat diri saya melupakan sejenak dari permasalahan.				
4.	Saya cenderung membuka media sosial TikTok untuk mendapatkn hiburan				
5.	Dengan menonton video di TikTok, dapat mengalihkan rasa amarah saya.				
6.	Saya menonton video di TikTok untuk memperoleh pengetahuan.				
7.	Saya menonton video TikTok untuk menemukan bahan percakapan ketika berbincang dengan orang lain.				
8.	Saya menonton video TikTok untuk mengetahui apa yang bisa saya lakukan di lingkungan sekitar saya.				
9.	Saya menggunakan TikTok untuk dapat terhubung dan berinteraksi dengan keluarga, teman atau orang lain.				
10.	Saya menonton video TikTok untuk menghilangkan rasa kesepian.				
11.	Saya menonton video TikTok untuk meningkatkan rasa percaya diri saya.				
12.	Saya menonton video TikTok untuk menjadi sarana saya mencari referensi yang mungkin akan saya tiru.				
13.	Saya menonton video TikTok untuk lebih memahami bagaimana harus bersikap dalam suatu peristiwa.				
14.	Saya menonton video TikTok untuk memenuhi kesenangan pribadi				
15.	Saya mencari konten creator di TikTok untuk menjadi role model saya.				
16.	Saya merasa harus mencari tau konten/informasi apa yang sedang viral.				
17.	Dengan video berdurasi pendek saya mendapatkan informasi dengan mudah.				
18.	Saya menonton video TikTok untuk mengetahui peristiwa/tren yang sedang terjadi.				
19.	Saya menonton TikTok untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan dan himbauan.				

20.	Saya membuka Tiktok untuk mencari konten video yang menghibur.				
-----	--	--	--	--	--

\*Slide 5

### Pemenuhan Kebutuhan *Self Compassion* (Variabel Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Menonton video di TikTok adalah rasa kepedulian saya terhadap diri sendiri.				
2.	Setelah menonton konten/informasi di TikTok saya dapat memahami diri sendiri.				
3.	Konten di TikTok memberikan kenyamanan pada diri saya.				
4.	Konten yang ada di TikTok membuat saya terhibur.				
5.	Setelah menonton konten/informasi di TikTok saya tidak berpikir negatif kepada diri sendiri.				
6.	Setelah menonton video TikTok saya memahami bahwa ketidaksempurnaan dimiliki oleh setiap individu.				
7.	Setelah menonton video TikTok saya memahami bahwa setiap individu pernah merasakan kegagalan.				
8.	Setelah menonton video TikTok saya memahami bahwa setiap individu pernah membuat kesalahan.				
9.	Setelah menonton video TikTok saya memahami bahwa setiap manusia mengalami tantangan hidup.				
10.	Setelah menonton video TikTok saya mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan dan himbauan.				
11.	Setelah menonton konten TikTok saya tidak melarikan diri dengan mendramatisir tentang apa yang sedang terjadi pada diri sendiri.				
12.	Setelah menonton video TikTok, kegagalan akan saya jadikan pembelajaran untuk kedepannya.				
13.	Setelah menonton video TikTok saya dapat mengontrol emosi ketika mengalami kegagalan.				
14.	Setelah menonton konten TikTok saya belajar untuk tidak mengabaikan perasaan emosi saya.				
15.	Setelah menonton video TikTok saya dapat menerima segala konsekuensi tanpa menyalahkan diri sendiri ketika mengalami kegagalan				

**Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Variabel X**

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
1	Salma Nida	Perempuan	IIS	2	Pramuka	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
2	emy	Perempuan	IIS	1	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
3	Santa monica stefany	Perempuan	MIPA	1	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	Dava Syahputra	Laki-laki	IIS	2	Pramuka	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	PUTRI MAW ADDA H	Perempuan	IIS	1	Paskibra	3	4	2	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3
6	Tya	Perempuan	IIS	1	Pramuka	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
7	Rike filana	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	Yunitarani	Perempuan	IIS	1	Voli	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
9	ririn	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	Nabila Fitri	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4



No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20
11	Muhamad Habib	Laki-laki	IIS	2	Futsal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	Winda Aprilia Dauly	Perempuan	MIPA	2	Band	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
13	Rabiatul adawiyah	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4
14	Muhamad ikbal	Laki-laki	IIS	2	paduan suara	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	Bela silfia ningrum	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	Nabila Zahra Syafitri	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
17	Nazwa aulia	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	Redi	Laki-laki	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	nadia	Perempuan	IIS	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20
20	rizki rhamdani nst	Laki-laki	MIPA	2	Paskibra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	onic david	Perempuan	MIPA	1	Band	2	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	2	4	4	4	4	3
22	vaselin a hutabar at	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/d ance	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4
23	Muhammad Bima	Laki-laki	MIPA	1	Karate	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
24	Robi'atul Addawiyah	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4
25	aksal	Laki-laki	MIPA	2	Futsal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
26	Mhd.Rasyid Alfaraby	Laki-laki	IIS	1	Paskibra	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4
27	AYUDIA TRI AULIA	Perempuan	MIPA	1	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	Afnidar Daulay	Perempuan	MIPA	2	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	Tama keleng	Laki-laki	MIPA	2	Futsal	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	4

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20
30	Aji Prasetyo	Laki-laki	MIPA	2	Karate	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4
31	Amelia Dwi	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4
32	IKA KHAI RI DZAK Y NST	Laki-laki	MIPA	2	Pramuka	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	Novri Anggi Hutabarat	Perempuan	MIPA	2	Karate	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
34	Izmifania Julitahrahmadanti	Perempuan	MIPA	2	Pramuka	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
35	Gemilang Nata	Perempuan	IIS	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
36	Ribka Arsella	Perempuan	MIPA	2	Paduan Suara	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3
37	Rudi Ardiansyah	Laki-laki	IIS	1	Jurnalistik	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
38	SONYA AMELIA PUTRI HARAHAP	Perempuan	IIS	2	Karate	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	Gizza Safitri Pasaribu	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	Asri zebua	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	Nurliana	Perempuan	IIS	2	Karate	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	Putri Hanifah Husna	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3
43	Riris	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
44	Naomi Varisha	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	aretha guritno	Perempuan	MIPA	2	Paduan Suara	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
46	Yohannes Gilbert Sihotang	Laki-laki	MIPA	2	Voli	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	Ahni sitompul	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	Putri Anggrani	Perempuan	IIS	2	Pramuka	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
49	Friska	Perempuan	MIPA	2	Paduan suara	3	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3
50	Tina Manurung	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	Bulan Tanesa	Perempuan	MIPA	1	Voli	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
52	metara	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
53	Nadiah	Perempuan	MIPA	2	Karate	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	Adam	Laki-laki	IIS	2	Karate	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
55	Jonathan Andrea	Laki-laki	IIS	2	Futsal	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20
	s																								
56	Ayu Andari	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
57	Rizka Saputri	Perempuan	IIS	1	Tari Modern/dance	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
58	Aldi setiawan	Laki-laki	IIS	1	Futsal	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
59	Gilang Febrian hidayat	Laki-laki	IIS	1	Futsal	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
60	Lulu andini	Perempuan	MIPA	2	Karate	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4
61	Hanifah aini	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
62	Aliatasya	Perempuan	IIS	2	Pramuka	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
63	Aliyah Febrianti	Perempuan	IIS	2	Pramuka	4	4	4	4	4	4	1	1	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4
64	Melvin Ayunda	Perempuan	MIPA	2	Pramuka	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
65	Bima andika	Laki-laki	IIS	1	Futsal	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20
66	Ardhia Meianti	Perempuan	IIS	2	Pramuka	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3
67	dea meylisa	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	hazel	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
69	Zora Anzani Fitriana	Perempuan	IIS	2	PMR	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4
70	Asrah Ardianti	Perempuan	IIS	1	Osis	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	Kinanti Marito Malau	Perempuan	IIS	1	Osis	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	Rahmad Ramadhan Nst	Laki-laki	IIS	1	Osis	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	Annisa Meloddy	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4
74	Melani	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
75	Putri Andini	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3

No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	
76	Bagaskara	Laki-laki	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
77	Aji Satya Bakti	Laki-laki	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
78	Rizky Andika	Laki-laki	IIS	2	OSIS	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
79	Purnama Agung Wijaya	Laki-laki	MIPA	2	OSIS	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	
80	Amelia Puspita Sari	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
81	Muhammad Rendi	Laki-laki	IIS	2	Paskibra	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
82	Rizky Ramadhan	Laki-laki	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
83	Esther Juliana	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	
84	Muhammad Robbi	Laki-laki	IIS	2	osis	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
85	Anindhita Raningtyas	Perempuan	MIPA	1	Band	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	



No	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
86	Atika Dianti	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	
87	Muhamad Ari Irham	Laki-laki	MIPA	1	Paskibra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
88	Salsabila Damanik	Perempuan	MIPA	1	Karate	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
89	Dirgantara Kesuma	Laki-laki	MIPA	2	Karate	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	Anindya Prameswari	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3

## Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Variabel Y

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
1	Salma Nida	Perempuan	IIS	2	Pramuka	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2	emy	Perempuan	IIS	1	Paskibra	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	Santa monica stefany	Perempuan	MIPA	1	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	Dava Syahputra	Laki-laki	IIS	2	Pramuka	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
5	PUTRI MAWAD DAH	Perempuan	IIS	1	Paskibra	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
6	Tya	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
7	Rike filana	Perempuan	IIS	1	Pramuka	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
8	Yunitaran i	Perempuan	IIS	1	Voli	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	ririn	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/dance	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	1	1	3	3
10	Nabila Fitri	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
11	Muhammad Habib	Laki-laki	IIS	2	Futsal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	Winda Aprilia Daulay	Perempuan	MIPA	2	Band	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	Rabiatul adawiyah	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	Muhammad ikbal	Laki-laki	IIS	2	paduan suara	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	Bela silfia ningrum	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	Nabila Zahra Syafitri	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	Nazwa aulia	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	Redi	Laki-laki	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	nadia	Perempuan	IIS	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	rizki rhamdani nst	Laki-laki	MIPA	2	Paskibra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	onic david	Perempuan	MIPA	1	Band	1	1	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	3

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
22	vaselina hutabarat	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	4	2	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4
23	Muhammad Bima	Laki-laki	MIPA	1	Karate	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	Robi'atul Addawiyah	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4
25	aksal	Laki-laki	MIPA	2	Futsal	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
26	Mhd.Rasyid Alfaraby	Laki-laki	IIS	1	Paskibra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	AYUDIA TRI AULIA	Perempuan	MIPA	1	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	Afnidar Daulay	Perempuan	MIPA	2	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	Tama keleng	Laki-laki	MIPA	2	Futsal	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	Aji Prasetyo	Laki-laki	MIPA	2	Karate	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
31	Amelia Dwi	Perempuan	MIPA	2	Paskibra	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	IKA KHAIRI DZAKY NST	Laki-laki	MIPA	2	Pramuka	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
33	Novri Anggi Hutabarat	Perempuan	MIPA	2	Karate	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
34	Izmifania Julita rahmadanti	Perempuan	MIPA	2	Pramuka	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	Gemilang Nata	Perempuan	IIS	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	Ribka Arsella	Perempuan	MIPA	2	Paduan Suara	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
37	Rudi Ardiansyah	Laki-laki	IIS	1	Jurnalistik	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
38	SONYA AMELIA PUTRI HARAH AP	Perempuan	IIS	2	Karate	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	Gizza Safitri Pasaribu	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	Asri zebua	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	Nurliana	Perempuan	IIS	2	Karate	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
42	Putri Hanifah Husna	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	Riris	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	Naomi Varisha	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	aretha guritno	Perempuan	MIPA	2	Paduan Suara	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	Yohannes Gilbert Sihotang	Laki-laki	MIPA	2	Voli	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	Ahni sitompul	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	Putri Anggraini	Perempuan	IIS	2	Pramuka	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
49	Friska	Perempuan	MIPA	2	Paduan suara	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
50	Tina Manurung	Perempuan	MIPA	2	Tari Modern/dance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	Bulan Tanesa	Perempuan	MIPA	1	Voli	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3

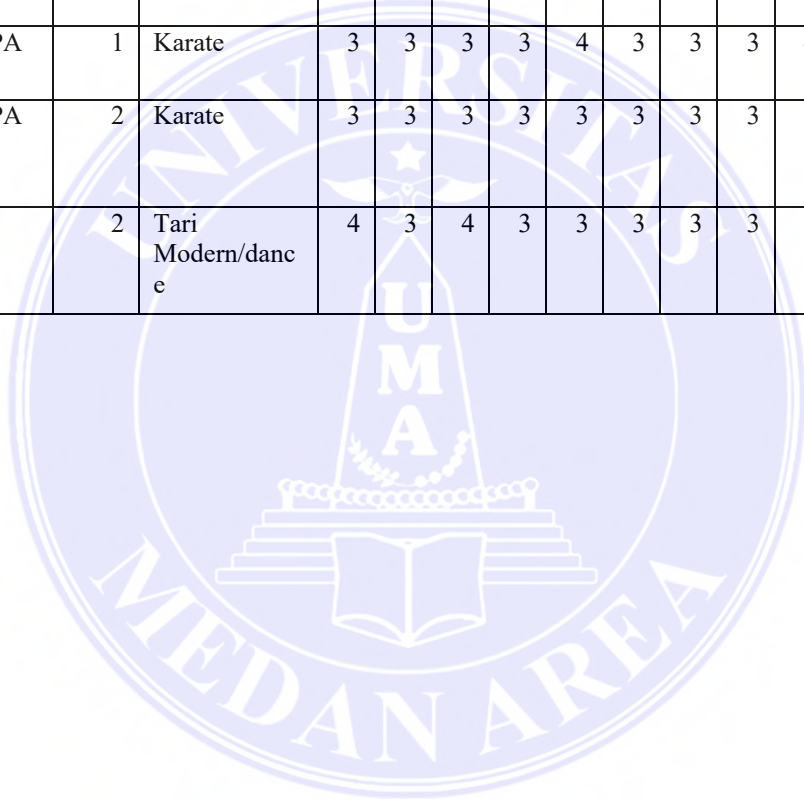
No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
52	metara	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
53	Nadiah	Perempuan	MIPA	2	Karate	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	Adam	Laki-laki	IIS	2	Karate	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
55	Jonathan Andreas	Laki-laki	IIS	2	Futsal	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
56	Ayu Andari	Perempuan	MIPA	2	Tari Daerah	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
57	Rizka Saputri	Perempuan	IIS	1	Tari Modern/dance	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
58	Aldi setiawan	Laki-laki	IIS	1	Futsal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	Gilang Febrian hidayat	Laki-laki	IIS	1	Futsal	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	Lulu andini	Perempuan	MIPA	2	Karate	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
61	Hanifah aini	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	Aliatasya	Perempuan	IIS	2	Pramuka	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	Aliyah Febrianti	Perempuan	IIS	2	Pramuka	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
64	Melvina Ayunda	Perempuan	MIPA	2	Pramuka	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
65	Bima andika	Laki-laki	IIS	1	Futsal	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	Ardhia Meianti	Perempuan	IIS	2	Pramuka	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
67	dea meylisa	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	hazel	Perempuan	IIS	1	Pramuka	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
69	Zora Anzani Fitriana	Perempuan	IIS	2	PMR	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	1	3	1
70	Asrah Ardianti	Perempuan	IIS	1	Osis	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
71	Kinanti Marito Malau	Perempuan	IIS	1	Osis	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
72	Rahmad Ramadhan Nst	Laki-laki	IIS	1	Osis	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	Annisa Meloddy	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	Melani	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	Putri Andini	Perempuan	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3



No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
76	Bagaskara	Laki-laki	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	Aji Satya Bakti	Laki-laki	MIPA	1	Jurnalistik	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	Rizky Andika	Laki-laki	IIS	2	OSIS	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
79	Purnama Agung Wijaya	Laki-laki	MIPA	2	OSIS	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	Amelia Puspita Sari	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	Muhammad Rendi	Laki-laki	IIS	2	Paskibra	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	Rizky Ramadhana	Laki-laki	MIPA	2	Paskibra	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	Esther Juliana	Perempuan	IIS	2	Tari Daerah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	Muhammad Robbi	Laki-laki	IIS	2	osis	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	Anindhita Raningtyas	Perempuan	MIPA	1	Band	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
86	Atika Dianti	Perempuan	MIPA	1	Pramuka	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Mengikuti ekstrakurikuler	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
87	Muhammad Ari Irham	Laki-laki	MIPA	1	Paskibra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	Salsabila Damanik	Perempuan	MIPA	1	Karate	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4
89	Dirgantara Kesuma	Laki-laki	MIPA	2	Karate	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	Anindya Prameswari	Perempuan	IIS	2	Tari Modern/dance	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3



### Lampiran 4 Uji Validitas Variabel X

		Correlations X																				
		X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
X0 1	Pearson Correlation	1	,47 5**	,57 1**	,46 3**	,39 7**	,49 8**	,38 9**	,26 4*	,45 2**	,64 7**	,46 8**	,55 7**	,52 9**	,53 8**	,35 9**	,09 0	,32 8**	,31 7**	,45 5**	,41 8**	,713**
	Sig. (2-tailed)		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,01 2	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,39 7	,00 2	,00 2	,00 0	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 2	Pearson Correlation	,47 5**	1	,41 5**	,41 6**	,31 7**	,27 7**	,30 8**	,31 9**	,32 8**	,52 5**	,46 2**	,45 1**	,36 2**	,45 6**	,33 1**	,07 7	,31 8**	,34 5**	,23 2*	,30 4**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,00 0		,00 0	,00 0	,00 2	,00 8	,00 3	,00 2	,00 2	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,46 9	,00 2	,00 1	,02 8	,00 4	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 3	Pearson Correlation	,57 1**	,41 5**	1	,47 2**	,58 2**	,55 3**	,33 3**	,37 9**	,48 1**	,46 2**	,47 5**	,44 6**	,39 0**	,28 4**	,36 6**	,24 4*	,40 1**	,40 3**	,39 2**	,38 9**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 7	,00 0	,02 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 4	Pearson Correlation	,46 3**	,41 6**	,47 2**	1	,47 0**	,54 9**	,27 1**	,28 8**	,37 5**	,55 5**	,33 8**	,52 4**	,15 9	,38 5**	,19 5	,33 1**	,40 0**	,43 8**	,32 4**	,51 8**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,01 0	,00 6	,00 0	,00 0	,00 1	,00 0	,13 4	,00 0	,06 6	,00 1	,00 0	,00 0	,00 2	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

		Correlations X																					
		X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0		
X0 5	Pearson Correlation	,39 7**	,31 7**	,58 2**	,47 0**	1	,47 8**	,30 5**	,38 3**	,57 8**	,24 7*	,55 3**	,31 9**	,32 9**	,21 3*	,35 8**	,33 2**	,38 4**	,37 6**	,54 1**	,41 8**	,666**	
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 2	,00 0	,00 0		,00 0	,00 3	,00 0	,00 0	,01 9	,00 0	,00 2	,00 2	,04 4	,00 1	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 6	Pearson Correlation	,49 8**	,27 7**	,55 3**	,54 9**	,47 8**	1	,31 2**	,36 5**	,38 6**	,42 3**	,31 4**	,43 6**	,24 7*	,12 9	,24 0*	,24 6*	,35 6**	,34 1**	,50 2**	,40 7**	,617**	
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 8	,00 0	,00 0	,00 0		,00 3	,00 0	,00 0	,00 0	,00 3	,00 0	,00 9	,01 4	,22 3	,02 9	,01 1	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 7	Pearson Correlation	,38 9**	,30 8**	,33 3**	,27 1**	,30 5**	,31 2**	1	,59 4**	,45 9**	,31 0**	,38 8**	,31 0**	,42 3**	,37 9**	,34 0**	,31 7**	,34 0**	,47 3**	,36 8**	,21 2*	,614**	
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 3	,00 1	,01 0	,00 3	,00 3		,00 0	,00 0	,00 3	,00 0	,00 3	,00 0	,00 0	,00 1	,00 2	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,04 5	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 8	Pearson Correlation	,26 4*	,31 9**	,37 9**	,28 8**	,38 3**	,36 5**	,59 4**	1	,46 6**	,29 2**	,36 0**	,28 7**	,36 2**	,32 2**	,50 5**	,39 0**	,28 8**	,41 4**	,34 3**	,14 9	,612**	
	Sig. (2-tailed)	,01 2	,00 2	,00 0	,00 6	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 5	,00 0	,00 6	,00 0	,00 2	,00 0	,00 0	,00 6	,00 0	,00 0	,00 1	,16 1	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X0 9	Pearson Correlation	,45 2**	,32 8**	,48 1**	,37 5**	,57 8**	,38 6**	,45 9**	,46 6**	1	,38 8**	,58 9**	,40 2**	,34 1**	,38 7**	,58 0**	,38 1**	,35 4**	,48 0**	,53 8**	,25 1*	,724**	
	Sig. (2-tailed)																						

Correlations X																						
		X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,01	,000
		0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	7
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 0	Pearson	,64	,52	,46	,55	,24	,42	,31	,29	,38	1	,46	,61	,39	,52	,36	,16	,30	,32	,34	,47	,685**
	Correlation	7**	5**	2**	5**	7*	3**	0**	2**	8**	9**	9**	9**	9**	3**	3**	2	0**	4**	1**	9**	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,01	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,12	,00	,00	,00	,00	,00
		0	0	0	0	9	0	3	5	0	0	0	0	0	0	0	7	4	2	1	0	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 1	Pearson	,46	,46	,47	,33	,55	,31	,38	,36	,58	,46	1	,45	,38	,36	,43	,22	,36	,27	,40	,27	,674**
	Correlation	8**	2**	5**	8**	3**	4**	8**	0**	9**	9**	3**	7**	5**	3**	8*	6**	3**	5**	5**		
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,03	,00	,00	,00	,00	,00
		0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	9	0	9	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 2	Pearson	,55	,45	,44	,52	,31	,43	,31	,28	,40	,61	,45	1	,40	,45	,51	,20	,36	,22	,42	,30	,675**
	Correlation	7**	1**	6**	4**	9**	6**	0**	7**	2**	9**	3**	9**	2**	1**	7*	3**	9*	4**	0**		
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,05	,00	,03	,00	,00	,000
		0	0	0	0	2	0	3	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 3	Pearson	,52	,36	,39	,15	,32	,24	,42	,36	,34	,39	,38	,40	1	,44	,44	,27	,39	,35	,26	,30	,610**
	Correlation	9**	2**	0**	9	9**	7*	3**	2**	1**	9**	7**	9**	9**	6**	2**	3**	9**	0**	5*	4**	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,13	,00	,01	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,01	,00	,000
		0	0	0	4	2	9	0	0	1	0	0	0	0	0	0	9	0	1	1	4	

Correlations X																						
		X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 4	Pearson Correlation	,53 8**	,45 6**	,28 4**	,38 5**	,21 3*	,12 9	,37 9**	,32 2**	,38 7**	,52 3**	,36 5**	,45 2**	,44 6**	1	,35 6**	,27 8**	,33 7**	,40 1**	,15 0	,37 3**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0	,00 7	,00 0	,04 4	,22 4	,00 0	,00 2	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 1	,00 8	,00 1	,00 0	,15 7	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 5	Pearson Correlation	,35 9**	,33 1**	,36 6**	,19 5	,35 8**	,24 0*	,34 0**	,50 5**	,58 0**	,36 3**	,43 3**	,51 1**	,44 2**	,35 6**	1	,50 9**	,35 7**	,38 0**	,43 6**	,20 6	,652**
	Sig. (2-tailed)	,00 1	,00 1	,00 0	,06 6	,00 1	,02 3	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1		,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,05 1	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 6	Pearson Correlation	,09 0	,07 7	,24 4*	,33 1**	,33 2**	,24 6*	,31 7**	,39 0**	,38 1**	,16 2	,22 8*	,20 7*	,27 3**	,27 8**	,50 9**	1	,44 0**	,55 3**	,29 8**	,43 3**	,529**
	Sig. (2-tailed)	,39 7	,46 9	,02 0	,00 1	,00 1	,01 9	,00 2	,00 0	,00 0	,12 7	,03 1	,05 0	,00 9	,00 8	,00 0		,00 0	,00 0	,00 4	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 7	Pearson Correlation	,32 8**	,31 8**	,40 1**	,40 0**	,38 4**	,35 6**	,34 0**	,28 8**	,35 4**	,30 0**	,36 6**	,36 3**	,39 9**	,33 7**	,35 7**	,44 0**	1	,53 0**	,34 4**	,47 0**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,00 2	,00 2	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 1	,00 6	,00 1	,00 4	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 1	,00 0		,00 0	,00 1	,00 0	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Correlations X																						
		X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X0	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X2	Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
X1 8	Pearson Correlation	,31 7**	,34 5**	,40 3**	,43 8**	,37 6**	,34 1**	,47 3**	,41 4**	,48 0**	,32 4**	,27 3**	,22 9*	,35 0**	,40 1**	,38 0**	,55 3**	,53 0**	1 2**	,41 7**	,51 7**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,00 2	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 2	,00 9	,03 0	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1 9	Pearson Correlation	,45 5**	,23 2*	,39 2**	,32 4**	,54 1**	,50 2**	,36 8**	,34 3**	,53 8**	,34 1**	,40 5**	,42 4**	,26 5*	,15 0	,43 6**	,29 8**	,34 4**	,41 2**	1 2**	,35 4**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,02 8	,00 0	,00 2	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,01 1	,15 7	,00 0	,00 4	,00 1	,00 0	,00 1	,00 1
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2 0	Pearson Correlation	,41 8**	,30 4**	,38 9**	,51 8**	,41 8**	,40 7**	,21 2*	,14 9	,25 1*	,47 9**	,27 5**	,30 0**	,30 4**	,37 3**	,20 6	,43 3**	,47 0**	,51 7**	,35 4**	1 4**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 4	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,04 5	,16 1	,01 7	,00 0	,00 9	,00 4	,00 4	,00 0	,05 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 1
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tot al	Pearson Correlation	,71 3**	,60 8**	,70 3**	,65 1**	,66 6**	,61 7**	,61 4**	,61 2**	,72 4**	,68 5**	,67 4**	,67 5**	,61 0**	,60 7**	,65 2**	,52 9**	,62 9**	,66 4**	,62 5**	,59 3**	1
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Y

		Correlations Y															
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
Y01	Pearson Correlation	1	,641**	,650**	,428**	,497**	,641**	,543**	,480**	,529**	,483**	,472**	,585**	,488**	,581**	,300**	,747**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,004	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y02	Pearson Correlation	,641**	1	,471**	,514**	,545**	,699**	,522**	,533**	,546**	,533**	,557**	,535**	,474**	,632**	,411**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y03	Pearson Correlation	,650**	,471**	1	,528**	,480**	,451**	,422**	,478**	,535**	,498**	,605**	,516**	,401**	,497**	,288**	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,006	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y04	Pearson Correlation	,428**	,514**	,528**	1	,230*	,553**	,461**	,663**	,591**	,529**	,483**	,498**	,495**	,516**	,327**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,029	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y05	Pearson Correlation	,497**	,545**	,480**	,230*	1	,432**	,454	,342**	,365**	,360**	,559	,508**	,542**	,534**	,561	,668**



Correlations Y																	
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
5	Correlation	**	**					**				**				**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,029		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y06	Pearson Correlation	,641**	,699**	,451**	,553**	,432**	1	,717**	,737**	,658**	,484**	,440**	,553**	,500**	,618**	,453**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y07	Pearson Correlation	,543**	,522**	,422**	,461**	,454**	,717**	1	,649**	,620**	,497**	,379**	,567**	,441**	,470**	,506**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y08	Pearson Correlation	,480**	,533**	,478**	,663**	,342**	,737**	,649**	1	,549**	,512**	,431**	,539**	,488**	,648**	,311**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y09	Pearson Correlation	,529**	,546**	,535**	,591**	,365**	,658**	,620**	,549**	1	,654**	,536**	,715**	,571**	,539**	,499**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Correlations Y																	
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y10	Pearson Correlation	,483**	,533**	,498**	,529**	,360**	,484**	,497**	,512**	,654**	1	,599**	,776**	,690**	,602**	,464**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y11	Pearson Correlation	,472**	,557**	,605**	,483**	,559**	,440**	,379**	,431**	,536**	,599**	1	,671**	,723**	,618**	,541**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y12	Pearson Correlation	,585**	,535**	,516**	,498**	,508**	,553**	,567**	,539**	,715**	,776**	,671**	1	,754**	,674**	,412**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y13	Pearson Correlation	,488**	,474**	,401**	,495**	,542**	,500**	,441**	,488**	,571**	,690**	,723**	,754**	1	,627**	,634**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y14	Pearson Correlation	,581**	,632**	,497**	,516**	,534**	,618**	,470**	,648**	,539**	,602**	,618**	,674**	,627**	1	,469**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000

Correlations Y																	
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y15	Pearson Correlation	,300**	,411**	,288**	,327**	,561**	,453**	,506**	,311**	,499**	,464**	,541**	,412**	,634**	,469**	1	,641**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,006	,002	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	,747**	,770**	,699**	,689**	,668**	,789**	,726**	,734**	,788**	,774**	,772**	,831**	,793**	,805**	,641**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	

## Lampiran 6 Tabel r

Tabel r untuk df = 70 - 100


df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

### Lampiran 7 Tabel T

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

## Lampiran 8 Surat Izin Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Kampus I : Jalan Kasim Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBB nomor 1 (001) 730079, 730156, 730438, 7306781, Fax (061) 730099 Medan 20222  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 75 / Jalan Sei Berang Nomor 75 A, (061) 8201994, Fax (061) 8206331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id, E-mail: umv\_medan@uma.ac.id

Nomor : *926* /FIS.3/01.10/VI/2023 16 Juni 2023  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,  
Kepala Sekolah SMA Swasta Teladan Medan  
Di  
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membenarkan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :


Nama : Dwi Dianggri Yani  
N P M : 198530191  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke SMA Swasta Teladan Medan, dengan judul Skripsi Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Self Healing Bagi Kalangan Remaja Di SMA Teladan Medan


Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat membenarkan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,  
  
Dr. Effiaty Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan  
- Mahasiswa Yds  
- Arsip



## Lampiran 9 Surat Selesai Riset



No : 424 /SMA-Tel/K.02/VI/2023  
Sifat : -  
Lamp : -  
Hal : Telah Selesai Miniriset

Medan, 21 Juni 2023  
Kepada :  
Yth. Universitas Medan Area  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Di  
Tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan surat dari Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik No.926/FIS.3/01.10/VI/2023 tanggal 17 Juni s/d 21 2023 tentang Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Self Healing Bagi Kalangan Remaja di SMA Swasta Teladan Medan yang dilakukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama : Dwi Dianggri Yani  
NPM : 198530191  
Jurusan/ Prog. Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Studi : S-1  
Judul Penelitian : Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Self Healing Bagi Kalangan Remaja di SMA Swasta Teladan Medan

Bahwasanya Uji Coba Penelitian Tugas Akhir oleh mahasiswa tersebut telah selesai dilaksanakan di SMA Swasta Teladan Medan

Yang dilaksanakan pada :

Tanggal : 17 Juni 2023

Kelas : X dan XI SMA

Dan Uji Coba penelitian ini mengikuti tata tertib dan peraturan yang berlaku di SMA Swasta Teladan Medan

Demikian surat ini kami sampaikan. atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kepada Sekolah,  
SMA SWASTA TELADAN MEDAN  
Drs. H. Kasno Nadir, S.Pd.I

Tembusan:

1. Ketua Badan Pengurus IPT Teladan Medan
2. Ketua Badan Pengawas IPT Teladan Medan
3. Arsip