

Hubungan antara Frekuensi Konsumsi TikTok, Self-Esteem, dan Conscientiousness pada Mahasiswa Queensland = The Relationship Between TikTok Consumption Frequencies, Self-Esteem, and Conscientiousness among Queensland University Student

Adista Salsabila Ghinathufailah Karnia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544249&lokasi=lokal>

Abstrak

TikTok semakin populer di kalangan mahasiswa di seluruh dunia. Tingginya frekuensi penggunaan TikTok disebabkan oleh konten yang terus muncul akibat dari algoritma berdasarkan isi konten yang diakses oleh pengguna. Penelitian sebelumnya menemukan hubungan antara frekuensi mengakses TikTok dengan kondisi kesehatan mental mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara frekuensi penggunaan TikTok, self-esteem, dan conscientiousness pada mahasiswa internasional di Universitas Queensland. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe korelasional dan desain cross-sectional. Partisipan terdiri dari 381 mahasiswa internasional di Universitas Queensland, dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun. Pengambilan data dilakukan secara daring dengan teknik sampling aksidental. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif yang signifikan secara statistik antara frekuensi penggunaan TikTok dan self-esteem. Selanjutnya, peneliti juga menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan secara statistik antara frekuensi konsumsi TikTok dan conscientiousness. Hasil ini memberikan gambaran tentang aspek psikologis yang relevan untuk memahami pengguna TikTok sebagai dasar intervensi.

..... TikTok's popularity among students globally is soaring due to its algorithm-driven content generation. Research has linked frequent TikTok use with students' mental health. This study investigated the link between TikTok use frequency, self-esteem, and conscientiousness among 381 international students (aged 18-24) at the University of Queensland. Using a qualitative, correlational, cross-sectional approach, data was collected online via accidental sampling. Results indicated a significant negative correlation between TikTok consumption and self-esteem. Similar result was also found significant negative correlation between TikTok consumption and conscientiousness. These findings provide prospective insights on psychological aspects crucial for interventions aimed at understanding TikTok users better.