



PENGARUH DAN DAMPAK INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP PRODUKTIVITAS GENERASI Z (1997-2012)

Nurul Azizah¹, Andini Intan Pratiwi², Ika Rahayu Sulis Setiyawati³, Fania Najla
Narulita⁴, Tan Evan Tandiyono⁵

¹²³⁴Program Studi Akuntansi, ⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Email : ¹ijajijah24@gmail.com, ²andiniintan031@gmail.com, ³ika.rahayu9870@gmail.com,
⁴fanianajla127@gmail.com, ⁵tanevan@untag-sby.ac.id

Abstract. *The development of digital technology has brought major changes in people's lives, especially for Generation Z who grew up in the era of social media and the internet. One of the most popular social media is TikTok. This application is not only used as a means of entertainment, but also as a medium for information, communication, creativity, and social interaction. The high intensity of TikTok use makes this application have an influence and impact on the productivity of Generation Z in everyday life. This study uses a qualitative approach that aims to deeply understand the influence and impact of TikTok application use on the productivity of Generation Z. The data collection process was carried out through direct interviews with informants who are included in the category of Generation Z active TikTok users in the Surabaya and Sidoarjo areas. The study was conducted from April to May 2026. The results of this study indicate that the use of TikTok has a significant influence and impact on the life and productivity of Generation Z. Therefore, awareness and self-control are needed in using social media so that TikTok can be used more wisely, positively, and beneficially in everyday life.*

Keywords: *Human Resources, Productivity, TikTok Application, Generation Z*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya pada Generasi Z yang tumbuh di era media sosial dan internet. Salah satu media sosial yang paling populer digunakan adalah TikTok. Aplikasi ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media informasi, komunikasi, kreativitas, hingga interaksi sosial. Intensitas penggunaan TikTok yang tinggi menjadikan aplikasi ini memiliki pengaruh dan dampak terhadap produktivitas Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh dan dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap produktivitas Generasi Z. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung kepada narasumber yang termasuk dalam kategori Generasi Z pengguna aktif TikTok di wilayah Surabaya dan Sidoarjo. Penelitian dilaksanakan selama bulan April hingga Mei 2026. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memiliki pengaruh dan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan dan produktivitas Generasi Z. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan pengendalian diri dalam menggunakan media sosial agar TikTok dapat dimanfaatkan secara lebih bijak, positif, dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Produktivitas, Aplikasi TikTok, Generasi Z

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara Generasi Z berkomunikasi, belajar, dan mengekspresikan diri. TikTok menjadi media sosial yang populer sebagai sarana hiburan, sumber informasi, serta wadah ekspresi identitas dan kreativitas.

TikTok dipilih sebagai objek penelitian karena mudah digunakan dan berpengaruh terhadap cara memperoleh informasi, membangun citra diri, serta penyebaran tren, fenomena *viral*, dan konten edukatif. Penelitian berfokus pada Generasi Z (1997–2012) karena mereka merupakan generasi *digital native* yang adaptif terhadap teknologi dan berada pada fase penting pembentukan karakter, pencarian jati diri, kreativitas, dan kemampuan sosial.

Penelitian dilakukan di lingkungan masyarakat yang banyak dihuni pengguna aktif TikTok sehingga memudahkan pengamatan dan pengumpulan data. Penelitian ini bertujuan memahami pengaruh dan peran TikTok terhadap perilaku, pola pikir, dan aktivitas Generasi Z, serta diharapkan bermanfaat bagi institusi pendidikan, keluarga, dan pembuat kebijakan.

KAJIAN TEORI

Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah sumber daya yang berkaitan dengan pelaku atau tenaga kerja yang berperan dalam berjalannya organisasi, meliputi daya pikir dan daya fisik pada setiap individu. SDM merupakan aset utama organisasi yang berperan penting dalam mencapai keberhasilan dan pertumbuhan organisasi melalui pengelolaan yang efektif. (Sukardi, 2024).

Selain itu, SDM merupakan unsur penting organisasi yang perlu dikembangkan melalui pelatihan, pengelolaan kinerja, dan sistem kerja yang baik agar tujuan organisasi dapat tercapai secara optimal. (Yusuf, dkk, 2024). SDM menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengembangan kompetensi, manajemen kinerja, dan pengelolaan karier yang berkelanjutan sehingga sangat diperlukan untuk mencapai tujuan dan pengembangan organisasi. (Hariyono, 2025).

Media Sosial

Media sosial merupakan sarana untuk berbagi berbagai jenis konten dan informasi dengan pengguna lain. (Kottler & Keller, 2016:338). Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai media daring yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara daring dengan cara membagikan konten, berita, foto, dan berbagai informasi kepada pengguna lain. (Taprial & Kanwar, 2012:8). Media sosial dapat adalah proses interaksi antar individu yang melibatkan kegiatan menciptakan, membagikan,

menukarkan, serta memodifikasi ide atau gagasan melalui komunikasi *virtual* dalam suatu jaringan internet. (Thaib, 2021:8).

Media sosial juga berperan sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang sosial memberikan kemudahan dalam berinteraksi dan memperoleh informasi, sehingga membuat penggunaannya merasa lebih nyaman dan cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk menggunakannya. (Alifah, 2020:1).

TikTok

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial berbasis video pendek yang banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perkembangannya di Indonesia sangat pesat sehingga menjadikan negara ini sebagai salah satu dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Aplikasi ini digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, menyalurkan kreativitas, serta mengekspresikan diri melalui video singkat yang berisi berbagai bentuk hiburan seperti tarian, tren *fashion*, komedi, konten edukatif, hingga kampanye sosial.

Di Indonesia, pengguna TikTok juga aktif mengonsumsi dan membuat konten lokal yang sering kali menjadi *viral* serta dapat memengaruhi perilaku sosial masyarakat. TikTok menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi konten secara kreatif dan interaktif, sehingga menciptakan pola baru dalam cara berkomunikasi di era digital. Sebagai *platform* yang berfokus pada visual dan tren, TikTok turut berperan dalam membentuk perilaku sosial masyarakat dengan mendorong pengguna mengikuti tren yang sedang populer serta memperkuat pengaruh sosial dalam kehidupan sehari-hari. (Erlia, 2013:1).

Generasi Z

Generasi Z atau Gen-Z merupakan kelompok usia penduduk Indonesia yang banyak menjadi pusat perhatian dalam beberapa tahun ini. Dimock mendefinisikan generasi z sebagai kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Dengan demikian pada tahun ini, Generasi Z di Indonesia terdiri dari penduduk dalam kelompok usia 14 hingga 29 tahun.

Generasi Z tumbuh di tengah era digital dan akses informasi tanpa batas. Berbeda dengan generasi sebelumnya, keterbukaan informasi memberi mereka wawasan luas, tetapi juga beban mental yang besar. Keterpaparan terhadap berita, media sosial, dan perkembangan teknologi membentuk karakter mereka, baik dalam cara bersosialisasi,

belajar, maupun bekerja. Banyak orang memandang bahwa "dunia digital" adalah pelarian bagi Generasi Z, namun bagi mereka, "*digital world is the real world.*" Kehidupan mereka sepenuhnya terhubung dengan teknologi, menjadikan media sosial dan internet bagian integral dari keseharian mereka. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo, 2025).

Produktivitas

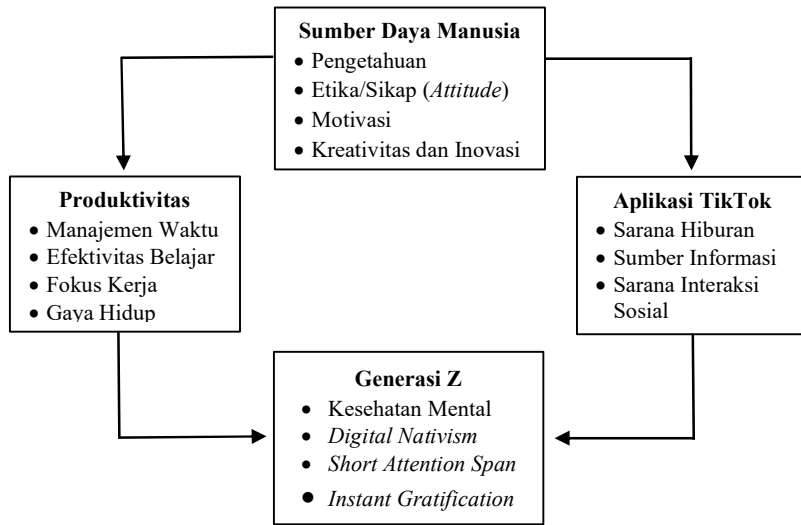
Produktivitas merupakan salah satu indikator penting dalam menilai tingkat efektivitas dan efisiensi suatu organisasi atau individu dalam menghasilkan *output*. Produktivitas berkaitan dengan pengukuran hubungan antara *input* dan *output* serta perubahan efisiensi dalam proses produksi atau pekerjaan. Produktivitas digunakan sebagai alat untuk menilai peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam menghasilkan hasil kerja atau nilai tambah. (Balk, 2022).

Produktivitas merupakan kemampuan menghasilkan hasil kerja melalui pemanfaatan sumber daya yang optimal. Dalam konteks organisasi, produktivitas dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas sumber daya manusia, teknologi, sistem kerja, motivasi, serta lingkungan kerja. Semakin tinggi produktivitas, semakin baik kemampuan organisasi dalam menghasilkan *output* secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, organisasi dikatakan produktif apabila mampu mencapai tujuan kerja sekaligus memanfaatkan sumber daya secara optimal. (Robbins & Judge, 2023).

Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat adalah sekumpulan manusia yang tinggal di wilayah tertentu, hidup relatif mandiri, dan saling berinteraksi sehingga terbentuk hubungan sosial yang memengaruhi budaya, norma, dan nilai-nilai yang berlaku. Lingkungan masyarakat juga menjadi tempat tumbuhnya sikap tolong-menolong, gotong royong, dan kebersamaan dalam menghadapi berbagai permasalahan. Oleh karena itu, komunikasi yang baik dan sikap saling menghargai diperlukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis serta mendukung perkembangan individu secara sosial, moral, dan kepribadian.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan memahami secara mendalam makna dan persepsi individu terhadap suatu topik melalui pengumpulan serta analisis data secara sistematis. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu individu Generasi Z yang menggunakan media sosial, khususnya TikTok.

Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh langsung dari narasumber melalui wawancara dan pengamatan. Untuk mendukung validitas dan kredibilitas penelitian, narasumber juga diminta memberikan video testimoni sebagai dokumentasi. Narasumber penelitian terdiri atas mahasiswa dan pelajar Generasi Z yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, dengan jumlah sampel sebanyak 4 orang.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat 4 orang narasumber yang bersedia untuk terlibat dalam penelitian. Para narasumber ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Deskripsi Karakteristik Narasumber

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Narasumber

No	Narasumber	Gender	Usia	Asal	Konten yang Disukai
1	Subjek IN-01	Perempuan	20 Tahun	Sidoarjo	Berita terkini, konten memasak, <i>make up</i> , dan <i>velocity dance</i>

**PENGARUH DAN DAMPAK INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PRODUKTIVITAS GENERASI Z (1997-2012)**

2	Subjek IN-02	Perempuan	18 Tahun	Sidoarjo	Rekomendasi <i>outfit</i> , tempat estetik, dan video <i>K-Pop</i>
3	Subjek IN-03	Perempuan	18 Tahun	Surabaya	Berita terkini, konten <i>make up</i> , dan <i>velocity dance</i>
4	Subjek IN-04	Perempuan	19 Tahun	Surabaya	Berita terkini, konten makanan, dan gaya pakaian

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1. maka dapat dilihat bahwa narasumber yang menjadi informan digambarkan sebagai berikut:

1. Narasumber pada penelitian ini terdapat 4 Perempuan.
2. Narasumber pada penelitian ini dalam rentang usia 18 – 20 Tahun (Gen Z).
3. Narasumber berasal dari lintas lokal yang berbeda.
4. Narasumber memiliki preferensi konten yang tidak jauh berbeda

Berdasarkan gambaran deskripsi diatas, maka terlihat bahwa para narasumber memiliki karakteristik yang berbeda sehingga dapat dijadikan subjek pada penelitian ini.

Hasil Pengolahan Data

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data Subjek IN-01

Topik Pembahasan	Entry Number	Kutipan Wawancara
Latar Belakang Penggunaan TikTok	1	"...Saya memiliki akun TikTok dan mulai membuatnya pada tahun 2023..."
	2	"...Saya mengunduhinya karena terasa menyenangkan. Awalnya saya melihat teman-teman menggunakannya, kemudian saya ikut menggunakan TikTok juga..."
Intensitas Penggunaan	3	"...Karena kegiatan pekerjaan dan perkuliahan cukup padat, saya tidak terlalu sering melakukannya. Terkadang hanya beberapa kali saja, dengan durasi sekitar 3 hingga 4 jam. Namun, pada akhir pekan, waktunya dapat berlangsung hampir sepanjang hari..."
	4	"...Saya tipe yang lebih sering menonton, tetapi terkadang diajak teman-teman untuk membuat video bersama ketika sedang berkumpul..."
Jenis Konten yang Dikonsumsi	5	"...Biasanya saya membuat video <i>velocity</i> , terutama karena saat ini sedang menjadi tren, sehingga suasana berkumpul bersama teman-teman terasa lebih menyenangkan..."
	6	"...Kalau <i>searching</i> biasanya saya mencari berita terkini mengenai para artis, serta konten memasak, <i>make up</i> , dan tarian karena mengikuti teman-teman..."
TikTok sebagai Media Belanja	7	"...Untuk pembelajaran, biasanya saya menonton konten-konten yang memberikan edukasi mengenai kesehatan..."
	8	"...Salah satu keunggulan TikTok adalah fitur belanjanya yang terintegrasi. Hal ini tidak ditemukan di YouTube maupun Instagram. Meskipun Facebook menyediakan fitur serupa, prosesnya menurut saya cukup rumit. Oleh karena itu, berbelanja di TikTok terasa lebih praktis karena pengguna dapat melakukan transaksi sembari menikmati konten video..."
Kegiatan Sehari-hari	9	"...Saya sering berbelanja di TikTok karena terkadang terdapat pakaian berkualitas yang sesuai dengan tren terkini ketika sedang <i>scroll</i> . Selain itu, pilihan produk yang tersedia juga sangat beragam..."
	10	"...TikTok sangat memengaruhi waktu belajar. Jika sebelumnya saya biasanya belajar selama 2 hingga 3 jam, sekarang hanya sekitar 1 jam atau 30 menit. Pada akhir pekan, saya bahkan bisa sampai tidak membuka buku karena terlalu asyik <i>scroll</i> TikTok..."
	11	"...Waktu tidur menjadi terganggu dan tidak teratur. Seharusnya saya sudah tidur paling lambat pukul 21.00, tetapi karena terlalu asyik <i>scroll</i> TikTok, saya sering kali tidur sekitar pukul 22.00 hingga 23.00, atau bahkan hampir pukul 00.00..."
	12	"...TikTok juga memengaruhi gaya berpakaian. Karena dunia <i>fashion</i> sendiri selalu menghadirkan tren terbaru, kita sebagai Generasi Z juga cenderung mengikuti perkembangan tren gaya pakaian..."
	13	"...TikTok memengaruhi cara berpikir. Di TikTok terdapat fitur kolom komentar yang menjadi ruang bagi banyak pengguna untuk menyampaikan pandangan mereka. Melalui hal tersebut, kita dapat melihat sudut pandang orang lain. Terkadang, pandangan saya terhadap suatu hal belum tentu sama dengan pandangan orang lain. Dengan demikian, kita dapat mengetahui lebih banyak sudut pandang dan saling berdiskusi..."
	14	"...TikTok membuat saya menjadi sedikit lebih pasif dalam berkomunikasi. Karena terlalu asyik <i>scroll</i> media sosial, perhatian seolah beralih ke dunia digital. Akibatnya, dalam kehidupan nyata yang sebelumnya mudah berbaur, kini cenderung menjadi lebih pendiam..."
Pandangan terhadap Informasi di TikTok	15	"...TikTok juga berpengaruh terhadap gaya bahasa. Terkadang ada teman yang bukan pengguna TikTok sehingga ketika berbincang, pembicaraan terasa kurang selaras. Dengan adanya TikTok, banyak pemahaman baru yang muncul sehingga percakapan dengan orang lain menjadi lebih mudah dipahami dan lebih selaras..."
	16	"...Sekarang saya lebih nyaman berinteraksi secara daring, karena ketika bertemu secara luring energi terasa lebih terkuras. Apalagi bagi orang-orang yang <i>introvert</i> , kondisi tersebut sering kali terasa lebih melelahkan..."
	17	"...TikTok dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat karena memiliki jumlah pengguna yang sangat banyak. Terlebih lagi, informasi sekecil apa pun bisa langsung tersebar luas begitu diunggah ke <i>platform</i> tersebut..."
	18	"...Saya cenderung memercayai informasi di TikTok, namun tetap bersikap selektif. Mengingat adanya konten yang memberikan informasi kurang akurat, kita harus memverifikasi kebenaran sumber informasi tersebut terlebih dahulu sebelum memercayainya sepenuhnya..."
	19	"...Penggunaan TikTok agar tetap memberikan manfaat dan tidak digunakan secara berlebihan bergantung pada kesadaran setiap individu. Sebagai pengguna media sosial, kita harus mampu menyaring informasi dengan bijak."

**PENGARUH DAN DAMPAK INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP PRODUKTIVITAS GENERASI Z (1997-2012)**

		Mengingat algoritma TikTok akan terus menampilkan konten yang serupa dengan pencarian sebelumnya, sebaiknya kita mencari informasi yang positif serta membagikan konten yang bermanfaat pula..."
TikTok dalam Kehidupan Sosial dan Pendidikan	20	"...Saya jarang membagikan konten, saya hanya akan membagikannya jika menemukan video yang sangat menghibur. Selain itu, menurut saya tidak perlu membagikan fitur <i>streak</i> , karena ada atau tidaknya fitur tersebut tidak memengaruhi hubungan pertemanan kita..."
	21	"...Hingga saat ini, saya belum pernah mendapatkan relasi baru melalui <i>platform</i> TikTok..."
	22	"...Dalam dunia kerja, TikTok sangat memengaruhi pola komunikasi, terutama jika kita bekerja bersama Generasi Z. Sering kali muncul kosakata baru yang mengharuskan kita beradaptasi agar komunikasi tetap berjalan lancar..."
	23	"...Selain itu, di bidang pendidikan, TikTok juga berpengaruh terhadap studi kasus, kita dapat menganalisis berbagai berita terkini yang tersedia di sana. Jika tidak memperbarui informasi secara konsisten..."
	24	"...Kalau kita tidak <i>update</i> terus pasti ketinggalan..."
Risiko Konten TikTok Bagi Pengguna	25	"...Bagi generasi sekarang, kekurangan TikTok terletak pada penggunaannya yang mencakup segala usia. Mengingat TikTok kini digunakan oleh siapa saja, mulai dari anak kecil hingga orang tua, konten di dalamnya pun menjadi tontonan bagi semua kalangan..."
	26	"...Sisi negatif bagi anak di bawah umur terletak pada kurangnya pemahaman mereka terhadap isi video atau kosakata yang digunakan. Hal ini bisa berdampak buruk, apalagi jika saat menggunakan aplikasi, mereka tidak didampingi oleh orang yang usianya sudah dewasa..."

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

PEMBAHASAN

Pengaruh Positif Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Produktivitas Generasi Z

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Subjek IN-01 memperoleh pengaruh positif dari penggunaan TikTok terhadap Generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada *entry number 7* yang mengatakan bahwa *"...Untuk pembelajaran, biasanya saya menonton konten-konten yang memberikan edukasi mengenai kesehatan..."* Narasumber menyatakan bahwa dirinya sering memanfaatkan TikTok sebagai sarana memperoleh informasi dan pengetahuan baru. Narasumber menyampaikan bahwa dirinya sering menonton konten edukasi mengenai kesehatan.

Selain itu, TikTok juga berperan dalam mendukung proses pembelajaran serta membantu pengguna mengikuti perkembangan informasi dan tren terkini. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 22* dan *entry number 23* yang mengatakan bahwa *"...Dalam dunia kerja, TikTok sangat memengaruhi pola komunikasi, terutama jika kita bekerja bersama Generasi Z. Sering kali muncul kosakata baru yang mengharuskan kita beradaptasi agar komunikasi tetap berjalan lancar..."* *"...TikTok juga berpengaruh terhadap studi kasus, kita dapat menganalisis berbagai berita terkini yang tersedia di sana..."* Narasumber menjelaskan bahwa TikTok memengaruhi pola komunikasi melalui munculnya kosakata dan tren baru yang menuntut pengguna untuk terus beradaptasi. Selain itu, TikTok dapat digunakan untuk menganalisis berbagai isu terkini. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok membantu Generasi Z meningkatkan kemampuan komunikasi sosial serta memperluas pengetahuan perkembangan informasi.

Keterlibatan TikTok dalam keseharian manusia juga memberikan pengaruh lain. Pernyataan narasumber pada *entry number 5* yang mengatakan bahwa *"...Biasanya saya*

membuat video velocity, terutama karena saat ini sedang menjadi tren, sehingga suasana berkumpul bersama teman-teman terasa lebih menyenangkan...” Narasumber mengungkapkan bahwa dirinya membuat video *velocity dance* yang sedang tren bersama teman-teman. Aktivitas tersebut dapat meningkatkan kebersamaan, rasa percaya diri, serta kemampuan bekerja sama dalam lingkungan sosial.

Pengaruh Negatif Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Produktivitas Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Subjek IN-01 memperoleh pengaruh negatif dari penggunaan TikTok. Berdasarkan *entry number 10* “...TikTok sangat memengaruhi waktu belajar. Jika sebelumnya saya biasanya belajar selama 2 hingga 3 jam, sekarang hanya sekitar 1 jam atau 30 menit...” “...Pada akhir pekan, saya bahkan bisa sampai tidak membuka buku karena terlalu asyik scroll TikTok...” Narasumber menyampaikan bahwa TikTok sangat memengaruhi waktu belajar. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok secara berlebihan dapat menurunkan fokus belajar, mengurangi efektivitas manajemen waktu, dan membuat Generasi Z menjadi lebih mudah terdistraksi oleh konten.

Selain itu, TikTok juga dapat memengaruhi pada pola tidur pengguna. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 11* “...Waktu tidur menjadi terganggu dan tidak teratur...” Narasumber menyampaikan bahwa dirinya sering tidur lebih larut karena terlalu lama menggunakan TikTok. Kebiasaan tersebut menyebabkan waktu istirahat menjadi tidak teratur. Kondisi ini dapat menurunkan konsentrasi, semangat belajar, serta produktivitas dalam mengerjakan aktivitas sehari-hari.

Penggunaan TikTok yang terlalu intens dapat memengaruhi pola Interaksi sosial. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 14* “...TikTok membuat saya menjadi sedikit lebih pasif dalam berkomunikasi...” Narasumber mengaku bahwa dirinya menjadi lebih pasif dalam berkomunikasi sehingga interaksi sosial di kehidupan nyata berkurang dan pengguna cenderung lebih pendiam.

Pengaruh lain dari Tiktok adalah Subjek IN-01 menjadi lupa waktu. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 14* “...Karena terlalu asyik scroll media sosial, perhatian seolah beralih ke dunia digital...” Algoritma TikTok yang terus menampilkan konten serupa juga dapat membuat pengguna menghabiskan waktu lebih lama di aplikasi tanpa disadari. Jika tidak disertai pengendalian diri yang baik, penggunaan TikTok dapat

menyebabkan ketergantungan dan menghambat produktivitas Generasi Z dalam belajar maupun bekerja.

Dampak Positif Intensitas Penggunaan TikTok terhadap Produktivitas Generasi Z

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Subjek IN-01 memperoleh dampak positif dari penggunaan TikTok terhadap Generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh pernyataan narasumber pada *entry number 17* dan *entry number 18* yang mengatakan bahwa “...TikTok dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat karena memiliki jumlah pengguna yang sangat banyak...” “...Kita harus memverifikasi kebenaran sumber informasi tersebut terlebih dahulu sebelum memercayainya sepenuhnya...”. Narasumber menyatakan bahwa TikTok menjadi media informasi yang efektif karena mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Selain itu, narasumber juga memanfaatkan TikTok untuk membiasakan diri memverifikasi kebenaran sumber informasi sebelum memercayainya secara keseluruhan.

Selain sebagai media informasi, TikTok juga memberikan dampak positif dalam memperluas sudut pandang pengguna. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 13* yang mengatakan bahwa “...Di TikTok terdapat fitur kolom komentar yang menjadi ruang bagi banyak pengguna untuk menyampaikan pandangan mereka. Melalui hal tersebut, kita dapat melihat sudut pandang orang lain...” Narasumber menyatakan bahwa kolom komentar memungkinkan pengguna untuk memahami berbagai opini, pengalaman, dan cara berpikir yang berbeda dari orang lain. Hal ini membantu pengguna memperluas wawasan, memahami perbedaan pandangan, serta menjadikan TikTok sebagai sarana pembelajaran sosial selain hiburan dan informasi.

TikTok juga memberikan dampak dalam mengikuti perkembangan tren dan gaya hidup. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber pada *entry number 12* yang mengatakan bahwa “...TikTok juga memengaruhi gaya berpakaian...” Narasumber menyatakan bahwa dirinya dapat memanfaatkan TikTok sebagai sarana mencari referensi terkait *fashion* yang sedang *trending*. Melalui berbagai konten yang ditampilkan, narasumber dapat memperoleh inspirasi mengenai cara berpakaian, *mix and match outfit*, serta mengikuti perkembangan tren lainnya yang sedang populer di masyarakat.

Selain itu, TikTok juga dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup, terutama dalam berbelanja secara *online*. Hal ini ditunjukkan pada *entry number 8* dan *entry number 9* yang mengatakan bahwa “...Saya sering berbelanja di TikTok karena terkadang terdapat

pakaian berkualitas yang sesuai dengan tren terkini ketika sedang scroll..." "...Salah satu keunggulan TikTok adalah fitur belanjanya yang terintegrasi. Hal ini tidak ditemukan di YouTube maupun Instagram. Meskipun Facebook menyediakan fitur serupa, prosesnya menurut saya cukup rumit..." Narasumber menyatakan bahwa TikTok memudahkan pengguna menemukan produk yang sesuai tren serta melakukan pembelian melalui fitur TikTok Shop. Fitur ini dinilai lebih praktis dibandingkan dengan aplikasi lain, karena pengguna dapat melihat ulasan produk sekaligus melakukan transaksi dalam satu aplikasi.

Dampak Negatif Intensitas Penggunaan TikTok terhadap Generasi Z

Selain dampak positif, penggunaan TikTok yang intens juga memberikan dampak negatif terhadap Generasi Z. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah menurunnya kualitas interaksi sosial secara langsung. Hal ini ditunjukkan pada *entry number* 14 dan *entry number* 16 yang mengatakan bahwa *"...Dalam kehidupan nyata yang sebelumnya mudah berbaur, kini cenderung menjadi lebih pendiam..."* *"...Sekarang saya lebih nyaman berinteraksi secara daring..."*. Narasumber menyatakan bahwa dirinya menjadi lebih nyaman berinteraksi secara daring dibandingkan bertemu secara langsung. Penggunaan TikTok menjadi salah satu penyebab yang mengakibatkan dirinya kini cenderung menjadi lebih pendiam dalam kehidupan nyata yang sebelumnya mudah berbaur. Narasumber merasa bertemu secara luring membuat energi sosial terasa lebih terkuras.

Adapun dampak dari pengaruh TikTok terhadap proses belajar yang sesuai dengan pernyataan narasumber pada *entry number* 10 yang mengatakan bahwa *"...TikTok sangat memengaruhi waktu belajar. Jika sebelumnya saya biasanya belajar selama dua hingga 3 jam, sekarang hanya sekitar 1 jam atau 30 menit. Pada akhir pekan, saya bahkan bisa sampai tidak membuka buku karena terlalu asyik scroll TikTok..."*. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang dapat menimbulkan distraksi dalam proses belajar, dapat menyebabkan pengguna menjadi sulit fokus dan tugas yang dikerjakan sering tertunda atau tidak segera selesai karena perhatian terus teralihkan pada aktivitas *scrolling* di TikTok.

TikTok juga berpotensi memberikan dampak negatif terhadap anak di bawah umur. Hal ini ditunjukkan pada *entry number* 26 yang mengatakan bahwa *"...Sisi negatif bagi anak di bawah umur terletak pada kurangnya pemahaman mereka terhadap isi video atau kosakata yang digunakan..."* Narasumber menyatakan bahwa TikTok bisa

berdampak negatif bagi anak di bawah umur yang terletak pada kurangnya pemahaman mereka terhadap isi video atau kosakata yang digunakan. Serta berpotensi meniru perilaku yang kurang patut dicontoh, maka dari itu penggunaan TikTok bagi anak di bawah umur perlu pendampingan dari orang tua.

Selain itu, fitur TikTok *Shop* yang memudahkan pengguna dalam belanja secara *online* berpotensi mendorong perilaku konsumtif pengguna melalui berbagai konten promosi dan kemudahan akses belanja *online*. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber pada *entry number 9* yang mengatakan bahwa "*...Saya sering berbelanja di TikTok karena terkadang terdapat pakaian berkualitas yang sesuai dengan tren terkini ketika sedang scroll. Selain itu, pilihan produk yang tersedia juga sangat beragam...*". Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tayangan konten produk dan tren yang terus muncul di TikTok dapat mendorong keinginan pengguna untuk membeli barang secara lebih sering, terutama karena kemudahan berbelanja dan banyaknya pilihan produk yang tersedia.

Temuan Lain: Kecenderungan Sebagai Pengguna Pasif (*Passive User*)

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan TikTok yang intens tanpa ikut berinteraksi atau berdiskusi langsung berpotensi menjadikan pengguna lebih pasif. Pada *entry number 4* dan *entry number 14* yang mengatakan bahwa "*...Saya tipe yang lebih sering menonton...*" "*...TikTok membuat saya menjadi sedikit lebih pasif dalam berkomunikasi. Karena terlalu asyik scroll media sosial, perhatian seolah beralih ke dunia digital...*". Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan terlalu sering menonton dan menikmati konten di TikTok tanpa banyak melakukan komunikasi secara langsung juga dapat menurunkan kemampuan berkomunikasi, karena pengguna menjadi lebih jarang berinteraksi dan mengutarakan pendapatnya secara langsung di kehidupan nyata.

Temuan Lain: Kebiasaan Generasi Z Mengikuti Perkembangan Informasi Secara Cepat

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Generasi Z adalah generasi *digital native*, yang sangat adaptif terhadap teknologi dan perkembangannya. Pada *entry number 17* dan *entry number 24* yang mengatakan bahwa "*...TikTok dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat karena memiliki jumlah pengguna yang sangat banyak. Terlebih lagi, informasi sekecil apa pun bisa langsung tersebar luas begitu diunggah ke*

platform tersebut... “...Kalau kita tidak update terus pasti ketinggalan...”. Pernyataan narasumber menunjukkan bahwa Generasi Z terdorong untuk terus mengikuti perkembangan informasi agar tidak tertinggal tren, isu, maupun informasi terbaru yang cepat menyebar melalui TikTok.

Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media utama bagi Generasi Z untuk memperoleh informasi secara cepat. Melalui fitur seperti *For You Page* (FYP), pengguna dapat dengan mudah menemukan konten terkini, tren terbaru, maupun informasi yang sedang ramai diperbincangkan. Hal ini membuat Generasi Z lebih cepat mengetahui isu, tren, maupun informasi terbaru, serta penyajian dalam bentuk video singkat menjadikan informasi lebih mudah dipahami dan menarik untuk diikuti.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Narasumber menyatakan bahwa TikTok memberikan manfaat sebagai sarana hiburan, sumber informasi, serta media untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan baru.
2. Narasumber menyatakan bahwa TikTok membantu Generasi Z mengikuti perkembangan tren, gaya komunikasi, serta isu-isu terkini yang sedang *viral* di media sosial.
3. Narasumber menyatakan bahwa TikTok dapat meningkatkan kreativitas dan rasa percaya diri melalui aktivitas pembuatan konten bersama teman-teman.
4. Narasumber menyatakan bahwa TikTok mempermudah pengguna dalam memperoleh informasi dan memenuhi kebutuhan gaya hidup, termasuk melalui fitur TikTok *Shop* yang praktis dan mudah digunakan.
5. Narasumber menyatakan bahwa penggunaan TikTok yang intens dapat mengurangi waktu belajar dan menurunkan fokus dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.
6. Narasumber menyatakan bahwa penggunaan TikTok secara berlebihan menyebabkan pola tidur menjadi tidak teratur karena terlalu lama melakukan *scrolling* media sosial.

7. Narasumber menyatakan bahwa TikTok memengaruhi pola interaksi sosial, di mana pengguna menjadi lebih nyaman berinteraksi secara daring dibandingkan secara langsung.
8. Narasumber menyatakan bahwa TikTok memengaruhi gaya hidup Generasi Z, terutama dalam mengikuti tren *fashion, make up*, dan gaya bahasa yang sedang populer.
9. Narasumber menyatakan bahwa informasi di TikTok menyebar sangat cepat, namun pengguna tetap perlu menyaring dan memverifikasi kebenaran informasi sebelum mempercayainya.
10. Narasumber menyatakan bahwa penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menimbulkan ketergantungan media sosial sehingga pengguna menjadi lebih sering lupa waktu dan terlalu fokus pada dunia digital.
11. Narasumber menyatakan bahwa dampak penggunaan TikTok terhadap produktivitas Generasi Z bergantung pada kesadaran dan kemampuan masing-masing individu dalam mengontrol intensitas penggunaannya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti bermaksud memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna TikTok

Pengguna diharapkan menggunakan TikTok secara bijak dan tidak berlebihan agar tidak mengganggu aktivitas belajar, bekerja, maupun kehidupan sehari-hari. Selain itu, pengguna perlu memilih konten yang bermanfaat, memverifikasi informasi yang diperoleh, serta menjaga keseimbangan antara interaksi di media sosial dan interaksi langsung di lingkungan sekitar.

2. Bagi Orang Tua dan Lingkungan Masyarakat

Orang tua diharapkan memberikan pengawasan dan pendampingan kepada anak dalam menggunakan TikTok, sementara lingkungan masyarakat perlu memberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial secara sehat, aman, dan bertanggung jawab.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan edukasi literasi digital kepada masyarakat, khususnya Generasi Z, serta memperketat pengawasan terhadap

- penyebaran konten negatif maupun informasi yang tidak akurat di media sosial.
4. Bagi Organisasi atau *Platform* Media Sosial
TikTok dan *platform* media sosial lainnya diharapkan meningkatkan pengawasan terhadap konten yang tidak sesuai, terutama bagi pengguna di bawah umur, serta memperbanyak konten edukatif dan positif yang dapat mendukung produktivitas pengguna.
 5. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah narasumber yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih mendalam dan akurat, serta mengembangkan kajian mengenai pengaruh media sosial lain terhadap produktivitas Generasi Z.

REFERENSI

- Alifah, L. (2020). *Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram dan prestasi belajar PAI terhadap tingkat religiusitas* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati).
- Arifin, Y., dkk. (2024). *Manajemen sumber daya manusia: Dasar-dasar MSDM*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo. (2025). *Memahami Generasi Z: Tantangan, perilaku, dan peluang*.
<https://gorontalo.kab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z--tantangan--perilaku--dan-peluang.html>
- Balk, B. M. (2022). *Productivity: Concepts, measurement, aggregation, and decomposition*. Springer.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Erlia, L. (2023). *Pemanfaatan TikTok sebagai sumber ekonomi baru di kalangan Generasi Z* (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
<https://repository.radenfatah.ac.id/34917/>
- Hariyono, dkk. (2025). *Manajemen sumber daya manusia: Mendapatkan keunggulan kompetitif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kompas. *Kesejahteraan pekerja Gen Z di Indonesia*. Kompaspedia.
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kesejahteraan-pekerja-gen-z-di-indonesia>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook of research of effective advertising strategies in the social media age*. IGI Global.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where millennials end and post-millennials begin*. Pew Research Center.
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- ResearchGate. (2024). *Metode penelitian kualitatif: Teori, panduan praktis, analisis data kualitatif*.
https://www.researchgate.net/publication/380401514_METODE_PENELITIAN_KUALITATIF_Teori_Panduan_Praktis_Analisis_Data_Kualitatif
- Riyanto, S., & Fauzia, R. (2021). Dampak TikTok terhadap eksistensi diri remaja. *Jurnal Sosiotekno*, 5(2), 112–120.
<https://journal.itk.ac.id/index.php/sosiotekno/article/view/1214>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.
- Statistikian. (2012). *Populasi dan sampel penelitian*.
<https://www.statistikian.com/2012/10/populasi-dan-sampel.html>
- Sukardi. (2024). *Manajemen sumber daya manusia (MSDM)*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Ventus Publishing ApS.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2013). *Understanding social media*. Bookboon.
- Thaib, E. J. (2021). *Problematika dakwah di media sosial*. Insan Cendekia Mandiri.
- Tim Deepublish. *Purposive sampling: Pengertian, tujuan, ciri, dan contoh*.
<https://penerbitdeepublish.com/information/purposive-sampling/>