

ABSTRAK

TikTok merupakan media sosial yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Dengan beragamnya fitur dan konten yang ada di aplikasi TikTok banyak masyarakat yang tidak sadar bahwa mereka telah menggunakan media sosial tersebut secara berlebihan. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Malikussaleh merupakan pengguna aktif media sosial TikTok ditemukan respon aktif dalam penggunaan media sosial TikTok dibuktikan dengan hasil data penelitian sebanyak 46,2% sangat setuju dan menggunakan media sosial TikTok setiap hari 47,3% menjawab setuju. Dari hasil uji signifikansi variabel pengaruh penggunaan aplikasi TikTok (X) terhadap minat beli produk pakaian (Y) diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,935 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 yang berarti variabel pengaruh penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap minat beli produk pakaian di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Kata kunci: Media sosial, Aplikasi TikTok, Teori S-O-R, Mahasiswa, Minat Beli Produk.

ABSTRACT

TikTok is a social media that is currently very popular with Indonesian people. With the variety of features and content available on the TikTok application, many people are not aware that they are using social media excessively. This research is entitled "The Influence of Using the TikTok Application as a Promotional Media on the Interest in Buying Clothing Products of Communication Science Students at Malikussaleh University". The aim of this research is to determine the influence of using the TikTok application on interest in purchasing clothing products among Communication Science students at Malikussaleh University. The theory used in this research is the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) Theory, social media, TikTok, interest in buying clothing products. The research method used is a quantitative approach with a survey research type. The population in this study was communication science students at Malikussaleh University, totaling 1003 students. The sample in this study was 91 samples obtained using the Taro Yamane formula using the Purposive Sampling technique. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires. The data analysis technique in this research uses simple regression analysis.

Keywords: Social media, TikTok application, S-O-R theory, students, Interest in Buying Products.

