

Pengaruh Paparan Video Tiktok terhadap Perubahan Mood Mahasiswa

**Aisha Laksmi Dara¹, Alya Ramadhina², Az-Zahra Gadiastika³,
Dafina Nabila Apriyanti⁴, Kayla Siti Rahmah⁵**

Universitas Al-Azhar Indonesia, Indonesia

aiishadaraaa@gmail.com¹, ramadhinaalya@gmail.com²,
azzahragadiastika08@gmail.com³, davina.nab@gmail.com⁴, rhmhkayla@gmail.com⁵

Submitted: 08th July 2026 | **Edited:** 25th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Dara, A. L., Ramadhina, A., Gadiastika, A. Z., Apriyanti, D. N., & Rahmah, K. S. (2026). Pengaruh Paparan Video Tiktok terhadap Perubahan Mood Mahasiswa. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 1415-1423.

ABSTRACT

This study examines the effect of TikTok content on university students moods, given the platform's widespread use and its potential to shape emotional states through exposure to positive and negative content. An experimental pretest-posttest design was used, involving 40 active university students aged 18–23 randomly assigned to three groups: positive content, negative content, and control. Mood was measured using the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS) before and after participants watched TikTok videos for 10–15 minutes. Data were analyzed using paired sample t-tests and One-Way ANOVA. Results showed significant differences in positive and negative affect across groups after treatment, with the negative-content group recording the highest scores on both affect dimensions. These findings suggest that TikTok content exposure influences students moods, though individual internal factors in responding to stimuli may also contribute to the observed changes.

Keywords: TikTok, Mood, Students, Social Media, Emotional Responses

PENDAHULUAN

Media sosial memberikan berbagai manfaat bagi individu, seperti meningkatkan hubungan sosial, dukungan emosional, memperluas wawasan, serta menimbulkan perasaan senang melalui interaksi yang diperoleh di media sosial (Zhang et al., 2023). Selain itu, media sosial memungkinkan terjadinya interaksi sosial dan pertukaran informasi secara cepat tanpa batas ruang dan waktu melalui teknologi berbasis internet (Nabila et al., 2020; Adinda & Indrawati, 2025).

Perkembangan teknologi membuat TikTok menjadi salah satu media sosial yang saat ini sangat populer di berbagai kalangan. Platform berbasis audio visual ini memungkinkan pengguna membuat dan mengonsumsi video pendek dengan berbagai fitur kreatif (Rahma et al., 2023). Pada Oktober 2025, salah satu pengguna TikTok terbanyak adalah negara Indonesia yaitu sekitar 180,11 juta pengguna (Dataloka, 2025).

Di balik berbagai manfaat tersebut, penggunaan media sosial juga dapat memberikan dampak negatif, seperti berkurangnya interaksi sosial secara langsung, munculnya perilaku konsumtif, serta kecenderungan ketergantungan dalam penggunaannya (Rahma et al., 2023). Mood atau suasana hati adalah salah satu aspek psikologis yang dapat terpengaruh paparan konten TikTok. Menurut Thayer (1990) mood adalah kondisi emosional yang dialami secara sadar dan dapat dinilai melalui perilaku maupun postur tubuh seseorang. Dalam konteks ini, konten yang dikonsumsi di media sosial dapat menjadi stimulus yang memicu respons emosional, baik positif maupun negatif.

Media sosial yang digunakan secara berlebihan juga dapat mengganggu regulasi emosi dan meningkatkan perubahan suasana hati. Individu yang menghabiskan banyak waktu di media sosial cenderung lebih rentan mengalami stres serta kesulitan mengelola emosi akibat berbagai konten yang dikonsumsi (Rosmalina & Khaerunnisa, 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konten video pendek seperti TikTok mampu memengaruhi suasana hati karena sifatnya yang singkat, menarik, dan menghibur. Nigbur dan Ullsperger (2020) menemukan bahwa video pendek yang bersifat lucu dapat meningkatkan suasana hati, meskipun efek tersebut umumnya hanya bersifat sementara. Selain itu, Montag et al. (2021) menjelaskan bahwa penggunaan intensif aplikasi video pendek berkaitan dengan perubahan suasana hati yang lebih tinggi, terutama pada kelompok usia muda. Paparan konten yang cepat dan terus-menerus dapat meningkatkan stimulasi emosional sehingga individu lebih rentan mengalami perubahan mood. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi konten TikTok juga dapat berpotensi memengaruhi stabilitas mood mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

LANDASAN TEORI

Mood

Suasana hati atau mood dapat dipahami sebagai emosi yang bersumber dari dalam diri seseorang, hal ini mencerminkan kondisi emosional pada momen tertentu dan bersifat dinamis, artinya dapat berubah sejalan dengan situasi atau pengalaman yang sedang dijalani (Meirer, 2000). Sejalan dengan hal tersebut, Robbins & Judge (2008) menjelaskan bahwa mood merupakan perasaan yang intensitasnya relatif lebih rendah dibandingkan emosi, dan pada umumnya muncul tanpa dipicu oleh rangsangan

kontekstual yang jelas. Karakteristik mood yang dapat muncul secara tiba-tiba ini juga digambarkan oleh Malentika et al. (2017), yang menyatakan bahwa seseorang dapat saja terlihat ceria, bercanda, dan bersemangat dalam berkomunikasi, namun beberapa waktu kemudian berubah menjadi pendiam sepanjang hari tanpa sebab yang pasti maupun adanya persoalan lain yang secara nyata memengaruhi kondisi emosinya tersebut.

Sari (2017) mengemukakan bahwa mood dapat diukur melalui dua dimensi yang sekaligus berfungsi sebagai indikatornya, yaitu mood positif dan mood negatif. Mood positif menggambarkan tingkat antusiasme, keaktifan, serta kesiapan individu dalam menjalani kehidupannya. Ketika afek positif berada pada level tinggi, individu cenderung menunjukkan energi yang besar, konsentrasi yang baik, dan keterlibatan yang menyenangkan dalam berbagai aktivitas. Sebaliknya, afek positif yang rendah lebih dicirikan oleh munculnya perasaan sedih dan rasa lelah. Adapun mood negatif merupakan dimensi yang menggambarkan kondisi sulit serta pengalaman kurang menyenangkan yang terkait dengan interaksi sosial, seperti perasaan marah, rasa bersalah, maupun kegelisahan.

TikTok

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang diluncurkan pada tahun 2016. TikTok menawarkan berbagai fitur berbasis video pendek yang populer terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Melalui sistem algoritma yang mempersonalisasi rekomendasi konten berdasarkan riwayat interaksi pengguna, TikTok mendorong intensitas penggunaan yang tinggi, didukung kemudahan akses dan format konten yang singkat (Ye et al., 2025).

Popularitas TikTok terus meningkat, dengan jumlah pengguna global mencapai 226,2 juta pada April 2026 (naik 20,32%), dan Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia (We Are Social & Manochi dalam Rizaty, 2026).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan desain pretest-posttest randomized group design untuk menguji pengaruh jenis konten TikTok terhadap perubahan mood mahasiswa. Mood diukur sebelum (pretest) dan sesudah (posttest) pemberian perlakuan untuk melihat perubahan afek positif dan afek negatif setelah partisipan memperoleh stimulus berupa konten TikTok.

Partisipan penelitian berjumlah 40 mahasiswa aktif berusia 18–23 tahun yang dibagi secara acak (random assignment) ke dalam tiga kelompok, yaitu kelompok eksperimen positif, kelompok eksperimen negatif, dan kelompok kontrol. Kedua kelompok eksperimen menonton video TikTok sesuai kategori masing-masing selama 10–15 menit, sedangkan kelompok kontrol tidak menerima perlakuan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah jenis konten TikTok, sedangkan variabel dependen adalah mood mahasiswa. Pengukuran mood dilakukan menggunakan **Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)** yang dikembangkan oleh Watson, Clark, dan Tellegen. Instrumen ini terdiri atas 20 item yang mencakup 10 item afek positif dan 10 item afek negatif dengan skala Likert 1–5. Semakin tinggi skor afek positif menunjukkan mood positif yang lebih tinggi, sedangkan semakin tinggi skor afek negatif menunjukkan mood negatif yang lebih kuat (Watson et al., 1988).

Prosedur penelitian diawali dengan pemberian penjelasan mengenai tujuan dan prosedur penelitian, kemudian partisipan mengisi informed consent dan PANAS sebagai pretest. Setelah memperoleh perlakuan sesuai kelompok masing-masing, partisipan kembali mengisi PANAS sebagai posttest untuk mengukur perubahan mood setelah menonton konten TikTok (Omar & Dequan, 2020).

Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan uji normalitas. Selanjutnya, perbedaan skor pre-test dan post-test diuji menggunakan paired sample t-test, sedangkan perbedaan perubahan mood antarkelompok dianalisis dengan One-Way ANOVA.

HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini disajikan hasil analisis data menggunakan uji One-Way ANOVA untuk menguji perbedaan skor Positive Affect dan Negative Affect pada kelompok eksperimen positif, kelompok eksperimen negatif, dan kelompok kontrol. Analisis dilakukan pada tahap pre-test dan post-test. Apabila hasil uji ANOVA menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, analisis dilanjutkan dengan uji Post Hoc Tukey untuk mengidentifikasi pasangan kelompok yang memiliki perbedaan secara signifikan.

Pre Test Dimensi Positive

Analisis pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat positive affect pada kelompok eksperimen positif, kelompok eksperimen negatif, dan kelompok kontrol sebelum perlakuan diberikan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor dimensi positif pada kelompok eksperimen positif adalah 23,80, kelompok

eksperimen negatif sebesar 22,80, sedangkan kelompok kontrol memperoleh rata-rata sebesar 26,10. Secara deskriptif, kelompok kontrol memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan kedua kelompok eksperimen. Namun demikian, perbedaan rata-rata tersebut belum dapat diartikan sebagai perbedaan yang signifikan sehingga perlu dilakukan pengujian lebih lanjut menggunakan uji One-Way ANOVA.

Tabel 1. One Way ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Pre Positive	1.09	2	37	0.346

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji One-Way ANOVA, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan pada skor dimensi positif di antara ketiga kelompok sebelum perlakuan diberikan ($F(2,37) = 1,09$; $p = 0,346$). Selanjutnya, hasil uji Post Hoc Tukey juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok eksperimen negatif ($p = 0,934$), kelompok eksperimen positif dengan kelompok kontrol ($p = 0,579$), maupun kelompok eksperimen negatif dengan kelompok kontrol ($p = 0,446$). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kondisi awal ketiga kelompok pada dimensi positive affect relatif setara sebelum perlakuan diberikan.

Pre Test Dimensi Negative

Analisis ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan tingkat negative affect pada kelompok eksperimen positif, kelompok eksperimen negatif, dan kelompok kontrol sebelum perlakuan dilaksanakan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kelompok eksperimen positif memiliki rata-rata skor sebesar 23,90, kelompok eksperimen negatif sebesar 27,20, dan kelompok kontrol sebesar 26,50. Meskipun kelompok eksperimen negatif memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi dibandingkan dua kelompok lainnya, perbedaan tersebut masih perlu dibuktikan melalui analisis statistik.

Tabel 2. One-Way ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Pre Negative	0.600	2	37	0.554

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji One-Way ANOVA menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada skor dimensi negatif di antara ketiga kelompok sebelum perlakuan diberikan ($F(2,37) = 0,600$; $p = 0,554$). Hasil uji Post Hoc Tukey juga

memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok eksperimen negatif ($p = 0,554$), kelompok eksperimen positif dengan kelompok kontrol ($p = 0,696$), maupun kelompok eksperimen negatif dengan kelompok kontrol ($p = 0,975$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga kelompok memiliki kondisi awal yang relatif homogen pada dimensi negative affect.

Post Test Dimensi Positive

Analisis pada tahap post-test dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat positive affect setelah masing-masing kelompok memperoleh perlakuan.

Berdasarkan analisis deskriptif, kelompok eksperimen positif memperoleh rata-rata skor sebesar 19,30, kelompok eksperimen negatif sebesar 27,30, sedangkan kelompok kontrol sebesar 18,20. Dari hasil tersebut terlihat bahwa kelompok eksperimen negatif memiliki rata-rata skor positive affect tertinggi, sementara kelompok kontrol menunjukkan rata-rata skor terendah. Secara deskriptif, hasil ini mengindikasikan adanya perbedaan tingkat positive affect antar kelompok setelah perlakuan diberikan.

Tabel 3. One-Way ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Post Positive	13.0	2	37	<0.001

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji One-Way ANOVA menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan pada skor dimensi positif antar ketiga kelompok setelah perlakuan ($F(2,37) = 13,00$; $p < 0,001$). Temuan tersebut menunjukkan bahwa perlakuan menghasilkan perbedaan rata-rata skor positive affect pada masing-masing kelompok. Oleh karena itu, dilakukan uji lanjut menggunakan Post Hoc Tukey.

Tabel 4. Tukey Post-Hoc Test – Post Positive

	1	2	3
1 Mean difference	—	2	1.15
p-value	—		0.833
2 Mean difference		—	9.13
p-value		—	< 0.001
3 Mean difference			—
p-value			—

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji Post Hoc Tukey, terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok eksperimen negatif ($p < 0,001$), serta

antara kelompok eksperimen negatif dengan kelompok kontrol ($p < 0,001$). Sebaliknya, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok kontrol ($p = 0,833$). Temuan ini menunjukkan bahwa kelompok eksperimen negatif memiliki skor positive affect yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan kelompok eksperimen positif maupun kelompok kontrol.

Post Test Dimensi Negative

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat negative affect pada ketiga kelompok setelah perlakuan diberikan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kelompok eksperimen positif memiliki rata-rata skor sebesar 30,10, kelompok eksperimen negatif sebesar 32,70, sedangkan kelompok kontrol sebesar 23,70. Kelompok eksperimen negatif memperoleh rata-rata skor dimensi negatif paling tinggi, sementara kelompok kontrol memiliki rata-rata skor paling rendah. Secara deskriptif, hasil tersebut menunjukkan adanya kecenderungan perbedaan skor negative affect setelah perlakuan diberikan.

Tabel 5. One-Way ANOVA (Fisher's)

	F	df1	df2	p
Post Negative	5.57	2	37	0.008

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji One-Way ANOVA menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada skor dimensi negatif antar kelompok setelah perlakuan ($F(2,37) = 5,57$; $p = 0,008$). Oleh karena itu, analisis dilanjutkan menggunakan uji Post Hoc Tukey untuk mengetahui kelompok mana yang memiliki perbedaan secara signifikan.

Tabel 6. Tukey Post-Hoc Test – Post Negative

	1	2	3
1 Mean difference	—	-2.64	6.38
p-value	—	0.610	0.073
2 Mean difference		—	9.02
p-value		—	0.007
3 Mean difference			—
p-value			—

Sumber: Data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji Post Hoc Tukey menunjukkan bahwa perbedaan yang signifikan hanya ditemukan antara kelompok eksperimen negatif dengan kelompok kontrol ($p = 0,007$). Sementara itu, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok eksperimen negatif ($p = 0,610$), maupun antara kelompok eksperimen positif dengan kelompok kontrol ($p = 0,073$). Dengan

demikian, kelompok eksperimen negatif memiliki skor negative affect yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol, sedangkan kelompok eksperimen positif tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan kedua kelompok lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh paparan konten TikTok terhadap perubahan mood mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten TikTok memiliki pengaruh terhadap mood mahasiswa, yang ditandai dengan adanya perbedaan signifikan pada skor afek positif dan afek negatif antar kelompok setelah perlakuan. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perubahan mood tidak selalu sesuai dengan jenis konten yang diberikan. Kelompok yang memperoleh paparan konten negatif justru memiliki skor afek positif dan afek negatif tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa respons emosional terhadap konten TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus, tetapi juga oleh faktor internal, seperti regulasi emosi, pengalaman pribadi, kemampuan coping, dan cara individu memaknai konten.

Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa disarankan lebih bijak dalam mengelola konsumsi konten TikTok sesuai kondisi emosionalnya. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih besar serta mempertimbangkan variabel lain, seperti intensitas penggunaan TikTok, preferensi konten, dan regulasi emosi agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh TikTok terhadap mood.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, M., & Indrawati, E. (2025). Pengaruh media sosial TikTok dan regulasi emosi terhadap perubahan suasana hati. *Jurnal IKRAITH-Humaniora*, 9(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2>
- Malentika, N. N., Itryah, I., & Mawardah, M. (2016). Hubungan Antara Interaksi Sosial Dengan Suasana Hati Pada Mahasiswa. *Jurnal. Ilmiah. Psyche*, 11(2), 97-106.. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnal Psyche/article/view/129>
- Meirer, P. (2013). *Mengendalikan Mood Anda*. Yogyakarta: Yayasan Andi
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Nigbur, R., & Ullsperger, M. (2020). Funny kittens: Positive mood induced via short video-clips affects error processing but not conflict control. *International Journal of Psychophysiology*, 147, 147–155. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2019.11.007>

- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Putri, N. K. R. A., & Winayanti, R. D. (2026). Dampak konsumsi konten TikTok terhadap kesejahteraan emosional remaja. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 6(1), 617–623. <https://doi.org/10.55606/juitik.v6i1.2146>
- Sari, I. P. (2017). *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis* No. 2, ISSN 0216938X.
- Rahma, A., Azizi, H., Wulandari, L., Sahertian, N., & Sumanti, W. (2023). Dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku sosial mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, 2(2), 58–67. <https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647>
- Ramsden, E., & Talbot, C. (2025). The role of TikTok in students' health and wellbeing. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 23(3), 2180–2202. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-01224-6>
- Rizaty, M. A. (2026, June 3). Jumlah pengguna TikTok di Indonesia tembus 222,6 juta, tertinggi di dunia. *DataIndonesia.id*. [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id)
- Rosmalina, A., & Khaerunnisa, T. (2021). Penggunaan media sosial dalam kesehatan mental remaja. *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal*, 4(1), 49–58. <http://syekhknurjati.ac.id/jurnal/index.php/prophetic/article/view/8753>
- Robbins, S & Judge, T. (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Thayer, R. (1989). *The biopsychology of mood and arousal*. New York: Oxford University Press
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070.
- Wijayanti, W., & Muchsam, Y. (2026). Pengaruh media sosial TikTok dan kecemasan sosial terhadap kesehatan mental mahasiswa. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 9113–9120. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7341>
- Ye, J.-H., Zheng, J., Nong, W., & Yang, X. (2025). Potential effect of short video usage intensity on short video addiction, perceived mood enhancement ("TikTok Brain"), and attention control among Chinese adolescents. *International Journal of Mental Health Promotion*. Advance online publication. <https://doi.org/10.32604/ijmh.p.2025.059929>
- Zhang, C., Tang, L., & Liu, Z. (2023). How social media usage affects psychological and subjective well-being: Testing a moderated mediation model. *BMC Psychology*, 11, 286. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01311-2>