

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN
TIKTOK @chris_putraa_ifbbpro TERHADAP
MOTIVASI AUDIENS UNTUK BEROLAHRAGA
(STUDI PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK
@chris_putraa_ifbbpro)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
ANANDA DANI SYAHPUTRA
07031382126235

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN TIKTOK
@chris_putraa_ifbbpro TERHADAP MOTIVASI AUDIENS UNTUK
BEROLAHRAGA
(STUDI PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK @chris_putraa_ifbbpro)**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi

Oleh:

**ANANDA DANI SYAHPUTRA
(07031382126235)**

Pembimbing I

**Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011**



Pembimbing II

**Eko Pebryan Java, M.I.Kom
NIP. 198902202022031006**



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN TIKTOK
@CHRIS_PUTRAA_IFBBPRO TERHADAP MOTIVASI
AUDIENS UNTUK BEROLAHRAGA
(STUDI PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK
@CHRIS_PUTRAA_IFBBPRO)**

SKRIPSI

Oleh :

ANANDA DANI SYAHPUTRA
07031382126235

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 14 Juli 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Mutiah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198501132015042002
Ketua Penguji

Harry Yogsunandar, S.I.P., M.I.Kom
NIP. 197905312023211004
Anggota

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011
Anggota

Eko Pebryan Java, M.I.Kom
NIP. 198902202022031006
Anggota

Mengetahui,
Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Dani Syahputra
NIM : 07031382126235
Tempat dan Tanggal Lahir : Lahat , 03 April 2003
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton
Konten TikTok
@chris_putraa_ifbbpro Terhadap
Motivasi Audiens Untuk
Berolahraga

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 17 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Ananda Dani Syahputra
07031382126235

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya fenomena penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana edukasi gaya hidup sehat. Chris Putra, seorang *influencer* dan atlet binaraga, dikenal melalui konten motivasional dan edukatif mengenai olahraga, yang disampaikan dengan cara menarik dan menghibur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas menonton konten TikTok dari akun @chris_putraa_ifbbpro terhadap motivasi audiens untuk berolahraga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* dari akun TikTok tersebut. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear sederhana, korelasi Pearson, dan uji hipotesis (uji t). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel intensitas menonton dan motivasi audiens dinyatakan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel (0,197), serta nilai reliabilitas masing-masing variabel $> 0,60$, yang berarti seluruh item instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,112 $> 0,05$, yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, Nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,009 < 0,05$ membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Selain itu, hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai sebesar 0,258, yang berada pada kategori hubungan rendah dan positif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton konten TikTok akun @chris_putraa_ifbbpro terhadap motivasi audiens untuk berolahraga. Konten yang ditayangkan mampu memotivasi audiens, baik secara intrinsik maupun ekstrinsik, untuk mulai menjalani gaya hidup sehat melalui olahraga.

Kata Kunci : TikTok, Intensitas Menonton, Motivasi Berolahraga, *Influencer*, Chris Putra

Pembimbing I



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011

Pembimbing II



Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing phenomenon of using social media, especially TikTok, as a medium for promoting a healthy lifestyle. Chris Putra, a well-known influencer and bodybuilder, is recognized for his motivational and educational content about fitness, which he delivers in an engaging and entertaining manner. This study aims to analyze the influence of watching TikTok content from the account @chris_putraa_ifbbpro on the audience's motivation to exercise. A quantitative approach was used, employing a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are followers of the TikTok account. The data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, normality tests, simple linear regression, Pearson correlation, and hypothesis testing (t-test). The validity test results showed that all statement items for the variables of viewing intensity (X) and audience motivation (Y) are valid with r -count values $> r$ -table (0.197), and the reliability values for each variable are > 0.60 , indicating that all research instruments are reliable. The normality test yielded a significance value of $0.112 > 0.05$, indicating that the data is normally distributed. The simple linear regression analysis showed a significance value of $0.000 < 0.05$. The t-test significance value was $0.009 < 0.05$, confirming a significant influence of variable X on variable Y. Moreover, the Pearson correlation test result was 0.258, indicating a low but positive correlation. Thus, it can be concluded that there is a significant influence of the intensity of watching TikTok content from the @chris_putraa_ifbbpro account on the audience's motivation to exercise. The content presented successfully motivates the audience, both intrinsically and extrinsically, to begin living a healthy lifestyle through exercise.

Keywords : TikTok, Viewing Intensity, Exercise Motivation, Influencer, Chris Putra

Advisor I



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011

Advisor II



Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom
NIP.198802112019032011



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

MOTTO

*“SO I WANNA SAY ALHAMDULILLAH GOD GIVE ME EVERYTHING,
ALHAMDULILLAH I KNOW YOU GUYS, THIS, THEY DON’T LIKE THIS,
ALHAMDULILLAH”*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Menonton Konten TikTok @chris_putraa_ifbbpro Terhadap Motivasi Audiens Untuk Berolahraga (Studi pada Followers Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro)”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, motivasi, semangat, saran, dan meluangkan banyak waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu serta tenaga untuk memberikan arahan, saran, semangat, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi.
7. Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran, arahan, dan motivasi selama masa perkuliahan.

8. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tuaku tercinta beserta seluruh keluarga yang telah memberikan doa tiada henti, dukungan, dan motivasi. Terima kasih banyak atas segala dukungan dan kesabaran yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Aliyyah Chairani yang selalu memberikan semangat dan telah menemani saya selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah menjadi tempat untuk berdiskusi, berbagi cerita, dan saling memberikan dukungan.
11. Adriel, Lintang, Arya, Ardi, Lauren, Agus, Dije, dan Farhan selaku teman seperjuangan yang telah menemani penulis dalam proses menyelesaikan skripsi, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, canda tawa, dan saling memberikan semangat.
12. Andika Pratama dan Daffa Pahlepy selaku saudara kandung, terima kasih karena selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
13. Teman-teman satu angkatan 2021 Ilmu Komunikasi yang sedang berjuang bersama-sama dalam pembuatan skripsi ini.
14. Iqbal dan Arya yang selalu memberikan kobaran api selalu menyala di TikTok membuat pengerjaan skripsi ini menjadi lebih menyenangkan.
15. Semua pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dari berbagai aspek. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Palembang, 20 Juni 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by several loops and a final vertical stroke.

Ananda Dani Syahputra

NIM. 07031382126235

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Konseptual	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Komunikasi Massa	13
2.1.3 Intensitas Menonton	15
2.1.4 <i>New Media</i>	18
2.1.5 Media Sosial TikTok	20
2.1.6 Motivasi	22
2.1.7 Peran Konten Olahraga Terhadap Motivasi	24
2.1.8 <i>Influencer</i>	25
2.2 Kerangka Teoritis	27
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i>	27
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis	29
2.5 Penelitian Terdahulu	31
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	38
3.3 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Unit Analisis	42
3.3.2 Populasi	43
3.3.3 Sampel	43
3.4 Data dan Sumber Data	44
3.4.1 Data	44
3.4.2 Sumber Data	45
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.5.1 Uji Validitas	45

3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Kuesioner	47
3.6.2 Tinjauan Kepustakaan	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Normalitas	48
3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana	49
3.7.3 Uji Korelasi Pearson	49
3.7.4 Uji Hipotesis	50
BAB IV	51
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	51
4.1 Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro	51
4.2 Konten Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro	52
BAB V	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
5.1 Karakteristik Responden	55
5.2 Hasil dan Pembahasan Variabel X dan Variabel Y	56
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	67
5.3.1 Uji Validitas	67
5.3.2 Uji Reliabilitas	72
5.4 Uji Normalitas	73
5.5 Uji Regresi Linear Sederhana	74
5.6 Uji Korelasi	75
5.7 Uji Hipotesis	76
5.8 Pembahasan	81
BAB VI	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Indikator Skala Pengukuran Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Nilai Skor Jawaban Responden Skala Likert	47
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 5. 3 Hasil Skor Variabel Intensitas Menonton Dimensi Perhatian	57
Tabel 5. 4 Hasil Skor Variabel Intensitas Menonton Dimensi Penghayatan.....	59
Tabel 5. 5 Hasil Skor Variabel Intensitas Menonton Dimensi Durasi.....	61
Tabel 5. 6 Hasil Skor Variabel Intensitas Menonton Dimensi Frekuensi.....	62
Tabel 5. 7 Hasil Skor Variabel Motivasi Audiens Dimensi Intrinsik	63
Tabel 5. 8 Hasil Skor Variabel Motivasi Audiens Dimensi Ekstrinsik.....	65
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas	67
Tabel 5. 10 Indikator Pertanyaan Variabel Intensitas	68
Tabel 5. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Audiens	70
Tabel 5. 12 Indikator Pertanyaan Variabel Motivasi Audiens.....	71
Tabel 5. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	72
Tabel 5. 14 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	74
Tabel 5. 15 Hasil Output SPSS Uji Regresi Linear Sederhana	75
Tabel 5. 16 Tabel Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	75
Tabel 5. 17 Hasil Output SPSS Uji Korelasi.....	76
Tabel 5. 18 Hasil Output SPSS Uji T Hipotesis	77
Tabel 5. 19 Rangkuman Hasil dan Interpretasi Analisis Regresi Linear Sederhana	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sepuluh Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024	2
Gambar 1. 2 Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro dan penghargaan TikTok Awards sebagai best of health & wellness	3
Gambar 1. 3 Perbandingan Akun TikTok Chris Putra dan Agung Vikas	7
Gambar 2. 1 Alur Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Akun TikTok Chris Putra.....	51
Gambar 4. 2 Konten Akun TikTok Chris Putra.....	53

BAB I

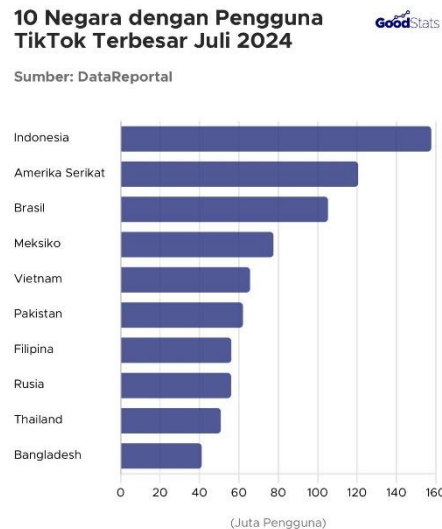
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah berkembang menjadi salah satu platform komunikasi yang paling efektif di dunia saat ini, dengan adanya media sosial segala kebutuhan tentang informasi tertentu dapat diakses dengan mudah. Menurut Kevin (2023) TikTok telah menjadi salah satu aplikasi yang banyak digemari terutama di kalangan anak muda zaman milenial saat ini. TikTok menawarkan berbagai jenis konten, mulai dari hiburan, pendidikan, hingga informasi mengenai gaya hidup sehat. Konten-konten yang disajikan oleh TikTok memiliki daya tarik besar karena durasinya yang singkat, visual yang menarik, serta musik yang relevan. Platform TikTok juga dapat menyesuaikan konten dengan preferensi pribadi dari para penggunanya, pengguna TikTok tidak hanya sekedar menonton saja, tetapi mereka juga bisa untuk terlibat aktif dalam membuat dan berbagi konten, yang memungkinkan mereka bisa untuk selalu mengikuti tren dan mendapatkan informasi secara langsung dari berbagai sumber. *Influencer* juga memiliki pengaruh yang cukup besar pada platform media sosial salah satunya yaitu TikTok. Selain itu, seorang *influencer* juga memiliki daya tarik tersendiri dan komunikasi yang baik sehingga informasi yang telah disampaikan dapat diterima dengan baik (Prasasti, 2024).

Platform TikTok saat ini telah menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, Menurut laporan data terbaru yang dilansir dari sumber DataReportal menyatakan bahwa Indonesia merupakan jumlah pengguna platform

TikTok terbanyak dan terbesar di dunia, angka tersebut telah mencapai 157,6 juta pengguna di Indonesia per juli tahun 2024.



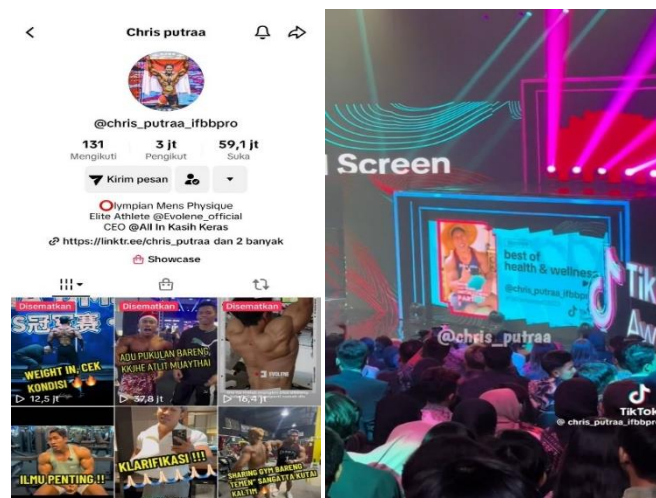
Gambar 1. 1 Sepuluh Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024

Sumber: Website data.goodstats.id

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa Indonesia merupakan negara yang paling intens menggunakan aplikasi TikTok, Saat ini kebutuhan akan informasi mengenai seputar dunia kesehatan sangat dibutuhkan oleh berbagai orang-orang, terutama bagi mereka yang baru ingin memulai dalam menjaga pola hidup sehat dengan berolahraga. Biasanya bagi mereka yang baru ingin memulai pola hidup sehat terkadang merasa bingung langkah awal apa saja yang harus dilakukan. Dalam kebingungan tersebut banyak yang mencari referensi melalui berbagai platform media sosial yang menyebarkan informasi terkait dunia olahraga atau pola hidup sehat, salah satunya yaitu melalui platform TikTok. Salah satu *influencer* yang memanfaatkan TikTok untuk memotivasi orang-orang untuk hidup sehat dengan berolahraga adalah akun dari @chris_putraa_ifbbpro, Chris Putra merupakan seorang atlet binaraga *International Federation of Bodybuilding and*

Fitness Professional League (IFBB Pro) yang berasal dari Indonesia dan merupakan *influencer fitness* dengan jumlah tiga juta pengikut di TikTok.

Media sosial saat ini bukan hanya berfungsi sebagai media hiburan saja, tetapi mampu sebagai media edukasi dan aktivisme dalam dunia yang telah terglobalisasi oleh cara tradisional (Firamadhina & Krisnani, 2021). Media sosial seperti TikTok tidak hanya digunakan untuk berbagi konten hiburan, tetapi juga telah menjadi sarana edukasi yang efektif. Salah satu topik yang banyak dibahas adalah tentang gaya hidup sehat, yang meliputi diet, olahraga, serta keseimbangan mental dan fisik. Para *influencer fitness* seperti Chris Putra memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan dan informasi mengenai manfaat olahraga terhadap kesehatan kepada para audiens. Mereka tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menciptakan komunitas yang saling mendukung dan berbagi pengalaman. Melalui media sosial TikTok, para audiens dimudahkan untuk mendapatkan informasi, hiburan serta menghubungkan para pengikutnya untuk saling berinteraksi satu sama lain secara online (Putri, 2023).



Gambar 1. 2 Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro dan penghargaan TikTok Awards sebagai *best of health & wellness*

Sumber: TikTok @chris_putraa_ifbbpro

Chris Putra dikenal dengan konten-konten yang mengedukasi tentang pentingnya menjaga hidup sehat dengan berolahraga, mulai dari berbagi konten rutinitas latihan, transformasi tubuh, motivasi, pola makan, serta tips menjaga kebugaran tubuh yang tidak hanya bermanfaat tetapi juga menginspirasi banyak orang untuk menjalani gaya hidup yang lebih sehat, dengan gaya komunikasinya yang menarik, penuh semangat, dan disertai dengan humor, membuat pesan yang disampaikan dalam kontennya mudah untuk dipahami dan menciptakan suasana yang lebih menyenangkan, berkat kontennya tersebut Chris Putra mendapatkan penghargaan *TikTok Awards* sebagai *best of health & wellness*. Kehadiran Chris Putra di TikTok diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi audiensnya, terutama dalam hal memotivasi mereka untuk berolahraga, menjaga pola makan, dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan. TikTok sebagai platform media sosial memungkinkan pengikut Chris Putra untuk melihat secara langsung bagaimana proses latihan, perubahan tubuh, pola makan, motivasi yang diberikan, dan rutinitas sehari-seharinya, yang membuat mereka merasa lebih dekat dan terdorong untuk mengikuti jejaknya dalam hidup sehat.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, pola konsumsi informasi juga mengalami perubahan. Audiens saat ini tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga ikut berpartisipasi aktif dalam sesi tanya jawab, berkomentar, dan berbagi pengalaman (Rimanto, 2025). Hal ini mengarah pada penciptaan komunitas *online* yang saling mendukung, termasuk dalam hal kesehatan dan kebugaran. Komunitas ini memberikan ruang bagi para pengikut Chris Putra untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi mengenai hasil latihan mereka, seperti tips diet, atau bahkan tantangan kebugaran yang sedang mereka

jalani. Salah satu keunggulan dari TikTok adalah kemampuannya untuk mendorong adanya interaksi langsung antara *influencer* dan para audiens, audiens yang aktif berpartisipasi dalam berbagi cerita mengenai perjalanan kebugaran mereka cenderung merasa lebih termotivasi dan lebih terikat dengan komunitas tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial yaitu TikTok tidak hanya menjadi sarana untuk berinteraksi sosial (Mustofa et al., 2024), tetapi juga untuk membangun dukungan sosial yang dapat memperkuat komitmen audiens terhadap gaya hidup sehat dengan berolahraga.

Pentingnya membangun gaya hidup sehat ini juga didukung oleh data nasional, menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) per desember tahun 2024 yang disampaikan oleh Warsito dari Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemenko PMK), menjelaskan bahwa ada sekitar 27,34 persen penduduk Indonesia memiliki keluhan kesehatan. Sejalan dengan itu, WHO pada tahun 2023 juga mencatat sekitar 74 persen kematian di dunia disebabkan oleh penyakit dan gaya hidup tidak sehat. Data tersebut menjadi dasar penting bagi pemerintah dalam mendorong masyarakat untuk aktif berolahraga dan menjadikan olahraga sebagai bagian dari gaya hidup (Ellyani Ratnaningsih, 2025).

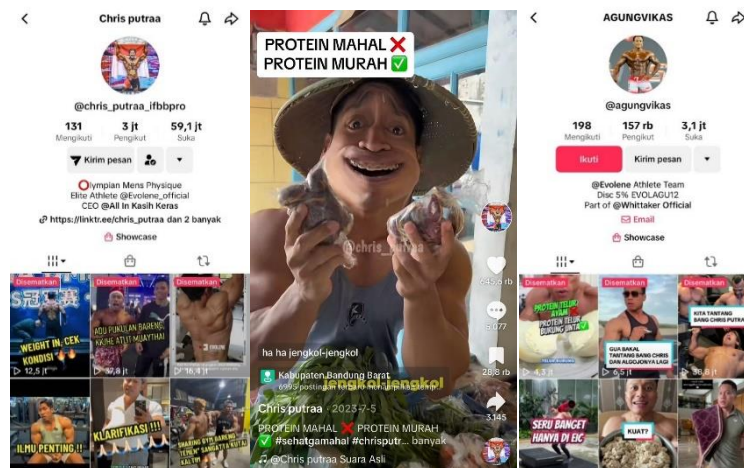
Konten-konten yang telah ditampilkan oleh Chris Putra, seperti video transformasi tubuh atau latihan fisik yang dapat dilakukan di rumah, dapat memberikan dorongan bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu untuk pergi ke *gym* atau bagi mereka yang terhalang oleh biaya untuk tetap bisa melakukan dan berusaha menjaga kebugaran tubuh dengan berolahraga walaupun hanya di rumah, dengan semakin banyaknya orang yang mengakses informasi melalui media sosial,

maka dampak positif yang dihasilkan dari konten yang mengedukasi dan memotivasi di TikTok berpotensi menjadi lebih besar dan bermanfaat bagi masyarakat secara luas, terutama bagi individu yang mungkin sebelumnya tidak terlalu memerhatikan gaya hidup sehat (Simonigar et al., 2024).

Platform TikTok telah mengubah cara orang berinteraksi dengan suatu konten, termasuk dalam hal kesehatan dan kebugaran. Menurut Fauziah, (2021) platform ini tidak hanya menjadi ruang untuk hiburan, tetapi juga digunakan untuk memberikan edukasi, motivasi, dan berbagi informasi yang dapat memengaruhi perubahan perilaku penggunanya. Spuskanyuk, (2024) menunjukkan bahwa sebagian besar konten kesehatan di TikTok mencakup topik diet, olahraga, dan edukasi seksual yang berpotensi membentuk perilaku pengguna. Salah satu *influencer* yang memanfaatkan TikTok untuk berbagi konten mengenai hidup sehat dengan berolahraga adalah akun @chris_putraa_ifbbpro. Akun Chris Putra tidak hanya membagikan rutinitas latihan fisik, tetapi juga menyertakan tips pola makan yang sehat, motivasi, serta transformasi tubuh yang menginspirasi banyak pengikutnya untuk lebih aktif dalam menjaga kesehatan. Seperti yang dijelaskan oleh Putri et al., (2024) *influencer* dengan konten kebugaran dapat meningkatkan niat berolahraga dan kesadaran gizi di kalangan pengguna muda, terutama jika konten disampaikan secara visual dan konsisten.

Perbandingan akun TikTok Chris Putra dengan *influencer fitness* yang lainnya yaitu terletak pada jumlah pengikut atau *followers*, akun TikTok dari @chris_putraa_ifbbpro memiliki tiga juta pengikut di TikTok, dibandingkan dengan *influencer* lainnya seperti @agungvikas hanya memiliki 157 ribu pengikut. Dilihat dari tingkat interaksi yang terjadi dalam setiap konten dari kedua akun

tersebut, akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro memiliki interaksi yang lumayan tinggi dari para audiens, mulai dari konten videonya tentang teknik latihan, pola makan, motivasi, dan olahraga. Hal ini dapat menunjukkan bahwa konten dan akun TikTok Chris Putra banyak diakses dan dicari oleh para audiens dalam mencari informasi mengenai dunia kesehatan. Meskipun kedua akun tersebut merupakan akun yang sama dalam hal membahas mengenai olahraga atau *fitness*, tetapi Chris Putra mempunyai ciri khasnya tersendiri untuk menarik perhatian dari para audiens atau *followersnya*.



Gambar 1. 3 Perbandingan Akun TikTok Chris Putra dan Agung Vikas

Sumber: TikTok @chris_putraa_ifbbpro dan @agungvikas

Pengguna TikTok khususnya yang mengikuti dan menonton konten dari akun @chrisputra, cenderung memiliki minat yang besar terhadap dunia *fitness* atau olahraga dan kebugaran. Namun, pengaruh yang diterima dari konten-konten yang telah dibagikan oleh Chris Putra terhadap motivasi mereka untuk memulai hidup sehat dengan berolahraga perlu diteliti lebih lanjut. Penting untuk memahami sejauh mana pengaruh *influencer* dapat mendorong audiens untuk lebih peduli dengan kesehatannya dan bagaimana audiens dalam menanggapi berbagai jenis konten yang berfokus pada *fitness* dan gaya hidup sehat (Valiant & Paramita, 2022). Di sisi

lain, ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam menggunakan media sosial untuk mengedukasi tentang kesehatan atau olahraga. Salah satunya adalah risiko informasi yang kurang akurat atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi *influencer* seperti @chris_putraa_ifbbpro untuk menyediakan informasi dan menyampaikan pesan-pesan yang berbasis pada fakta serta didukung oleh prinsip-prinsip kesehatan yang benar. Dengan memberikan konten yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan, *influencer* dapat memperkuat dampak positif yang mereka berikan kepada audiens dan meminimalkan risiko penyebaran informasi yang salah (Valiant & Paramita, 2022).

Akun TikTok khususnya konten yang telah dibuat oleh @chris_putraa_ifbbpro, memiliki potensi untuk dapat memberikan pengaruh besar terhadap motivasi audiens untuk berolahraga. Menurut Garcia, (2025) video kebugaran yang disajikan secara visual dan rutin melalui TikTok terbukti meningkatkan motivasi pengguna untuk melakukan aktivitas fisik secara teratur. Dengan intensitas tayangan yang tinggi, video-video yang informatif dan inspiratif bisa merangsang audiens untuk mulai memperbaiki kebiasaan hidup masyarakat, termasuk meningkatkan frekuensi olahraga. Durau et al., (2024) menyatakan bahwa hubungan parasosial dengan *influencer* kebugaran di TikTok turut memperkuat niat pengguna untuk meniru gaya hidup sehat yang ditampilkan. Hal ini sangat relevan mengingat banyaknya audiens yang terpapar pada konten TikTok yang menyarankan pola hidup sehat, yang secara tidak langsung dapat membantu mengurangi faktor-faktor penyebab penyakit kritis seperti kurangnya aktivitas olahraga dan obesitas. Konten semacam ini dapat memberikan dorongan yang diperlukan untuk audiens agar lebih aktif dalam

bergerak, serta mengubah kebiasaan mereka menuju gaya hidup yang lebih sehat dengan berolahraga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh intensitas menonton konten TikTok khususnya akun @chris_putraa_ifbbpro terhadap motivasi audiens untuk berolahraga. Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada *followers* akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro, yang terdiri dari orang-orang yang sudah aktif mengikuti berbagai konten olahraga, kesehatan dan kebugaran dari Chris Putra. Dengan memahami pengaruh TikTok sebagai alat untuk membentuk perilaku sehat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang potensi media sosial dalam memotivasi individu untuk membuat dan melakukan perubahan positif dalam gaya hidup mereka.

Hal ini juga dapat menjadi referensi bagi para *influencer fitness* dan ahli kebugaran lainnya dalam merancang suatu konten yang lebih menginspirasi dan edukatif bagi para audiens atau *followers* mereka. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan media sosial saat ini, fenomena penggunaan TikTok dalam dunia kebugaran semakin mendapat perhatian. Chris Putra adalah contoh bagaimana seorang *influencer* dapat memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan pesan-pesan positif terkait informasi mengenai kebugaran atau olahraga dan kesehatan. Melalui pendekatan yang lebih terarah, TikTok dapat menjadi sarana yang sangat efektif dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menjaga hidup sehat dengan berolahraga.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Intensitas Menonton Konten TikTok @chris_putraa_ifbbpro Terhadap Motivasi Audiens Untuk Berolahraga (Studi Pada *Followers* Akun TikTok @chris_putraa_ifbbpro).

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana pengaruh intensitas menonton konten TikTok khususnya akun @chris_putraa_ifbbpro terhadap motivasi audiens untuk berolahraga. Terutama para *followers* dari akun TikTok nya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana konten-konten di TikTok, khususnya yang berkaitan dengan kebugaran, dapat meningkatkan motivasi untuk berolahraga. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk audiens TikTok agar lebih selektif dalam memilih konten yang mendukung hidup sehat dengan berolahraga.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh *influencer* olahraga atau *fitness* untuk menciptakan konten yang lebih efektif dalam memotivasi audiens untuk berolahraga, dan mengadopsi kebiasaan hidup sehat lainnya.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai bagaimana media sosial, khususnya TikTok, memengaruhi motivasi dan perilaku audiens dalam hal berolahraga. Ini memberikan perspektif baru dalam kajian pengaruh media sosial terhadap pola hidup dan interaksi pengguna.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan data dan analisis yang dapat digunakan untuk memetakan perilaku pengguna media sosial terkait dengan kebiasaan berolahraga, serta bagaimana konten-konten yang bersifat motivasional dapat mendorong perubahan positif dalam pola hidup mereka.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai pengaruh intensitas menonton konten media sosial TikTok terhadap kebiasaan berolahraga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Ajzen. I. (2005). *Attitude, Personality and Behavior* Second Edition. New York: Open University Press
- Alfiansyah, F. (2024). *PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN KREATIVITAS REMAJA DI KELURAHAN SARI REJO*. Universitas Medan Area.
- Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254>
- Amar Roudhotul Fitri. (2024). Menerapkan Kebiasaan Berolahraga Guna Memperbaiki Kualitas Tidur Yang Lebih Baik. Unairnews.
https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-menerapkan-kebiasaan-berolahraga-guna-memperbaiki-kualitas-tidur-yang-lebih-baik/
- Aulia, Aulia, & Suryandari. (2024). Perilaku Masyarakat Dalam Sosiologi Komunikasi Masa. *Jurnal Socia Logica*, 4(1), 1–10.
- Aisy, N. R., Christin, M., Studi, P., Komunikasi, I., & Telkom, U. (2025). *Habitually posting: motivasi penggunaan media sosial saat berolahraga*. 11(1).

- Batoa, H. (2024). *Teori-teori Komunikasi. Komunikasi Sosial dan Lintas Budaya*.
- Durau, J., Diehl, S., & Terlutter, R. (2024). Working (out) with fitness influencers – benefits for the fitness influencer, user health, and the endorsed brand: Key factors and the role of gender and brand familiarity. *Digital Health*, 10. <https://doi.org/10.1177/20552076241258393>
- Ellyani Ratnaningsih. (2025). *Pemerintah Dorong Olahraga Jadi Gaya Hidup Masyarakat*. <https://rri.co.id/kesehatan/1251676/pemerintah-dorong-olahraga-jadi-gaya-hidup-masyarakat>.
- Fachruddin, C. F. S., & Suka, I. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP KESADARAN BODY POSITIVITY PADA FOLLOWERS PEREMPUAN. *KOMUNIKATA*57. <https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.703>
- Fahrani, A. N. (2023). *Pengaruh Intesitas Menonton Konten Video Tiktok Terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Seksual (Studi Kuantitatif Pada Followers akun TikTok @Vahlevialan)*. Universitas Pembangunan Jaya.
- Fauziah, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok terhadap Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Siswi SMKN 10 Kota Bekasi. repository.uinjkt.ac.id.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). THE INFLUENCE OF ATTITUDES ON BEHAVIOR.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.

<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>

FITRIYANI, R. (2014). *PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI, KEAHLIAN PEMAKAI DAN INTENSITAS PEMAKAIAN TERHADAP KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI*.
<http://repository.unib.ac.id/id/eprint/8201>

Glanz, K., Rimer, B. k., & Viswanath, K. (2008). *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*.

Garcia, M. B. (2025). Watching Exercise and Fitness Videos on TikTok for Physical Education: Motivation, Engagement, and Message Sensation Value. *Journal of Teaching in Physical Education*, 44(3), 537–550.
<https://doi.org/10.1123/jtpe.2024-0084>

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

Hasny, F. A., Renadia, S. H., & ... (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. *Jurnal Lensa Mutiara*. <http://dx.doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1671>

Imam Salehudin, SE Bagus Adi Luthfi, S. (2010). Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention Based on Ajzen's Planned Behavior Theory: Policy Capturing Studies on Five Different Product Categories. *Business and Management Research (ICBMR)*, August, 1–18. <https://scholarhub.ui.ac.id/amj/vol3/iss1/3>

- Icek Ajzen, Dolores Albarracin, R. H. (2007). *Prediction and Change of Health Behavior Applying the Reasoned Action Approach*. Lawrence Erlbaum.
- ISNAINI, M. (2023). *PENDEKATAN USES AND GRATIFICATION THEORY PADA PENERAPAN TEKNNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI SEKOLAH DASAR*. [https://repository.unja.ac.id/45048/9/Meisi_Isnaini_Uses and Gratification theory pada penerapan teknologi informasi dan komunikasi](https://repository.unja.ac.id/45048/9/Meisi_Isnaini_Uses_and_Gratification_theory_pada_penerapan_teknologi_informasi_dan_komunikasi).
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. Alfabeta Bandung, 1–119. www.cvalfabeta.com
- Kevin, M. (2023). *TikTok Sebagai Aplikasi Media Sosial yang Termasuk Banyak Digunakan di Indonesia*. <https://sis.binus.ac.id/2023/12/15/tiktok-sebagai-aplikasi-media-sosial-yang-termasuk-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Marlina, A. (2022). *HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON KONTEN TIKTOK IRA MIRAWATI DENGAN MOTIVASI PENYELESAIAN SKRIPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ANDALAS*. Universitas Andalas.
- Mustofa, R. A. B., & Sani, M. (2024). Efektivitas Promosi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat pada Remaja. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 212–223. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.484>
- Martin Fishbein, I. A. (2015). *Predicting and changing Behavior The Reasoned Action Approach*.

- Michael Aryatama Wibawa, T. P. (2017). Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Reza Oktovian dan Pengawasan Orang Tua terhadap Perilaku Agresif yang dilakukan Remaja Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(2), 112-123.
- Maduratna, Gunarso, Aladdin, Fathiyah, & Herlinah. (2024). *BUKU REFERENSI ILMU KOMUNIKASI: Panduan Praktis Sukses Berkomunikasi pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Marhamah, Iman, Setyo, Septiani, Muslim, & Halliansyah. (2024). Masalah Perubahan Sosial dan Komunikasi Massa. *Spices: Social Political Sciences Journal*, 2(1), 01–17.
- Malinda. (2024). Efek Media Terhadap Sosialisasi: Menjelajahi Peran Televisi dan Platform Media Baru. *Syntax Idea*, 6(3), 1255–1264.
- Melinda, A. F., Muhammad, D., & Nabila, M. (2021). *Bentuk-Bentuk komunikasi*. <https://www.scribd.com/document/538540012/ilmu-komunikasi-kelompok-2>
- Pramesthi, J. A. (2021). Meaning Transfer Model pada Social Media Influencer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4293>
- Prasasti, A. N. (2024). Kompetensi Komunikasi Influencer Konten Edukasi Skripsi Pada Media Sosial Tiktok. dspace.uui.ac.id.
- Pratama, I. Y. T. (2021). *Pengaruh Intensitas Menonton Konten Tiktok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa di Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya.
- PUTRI, M. R. R. (2023). *PENGARUH FAKTOR FUNGSIONAL DAN FAKTOR STRUKTURAL INDIVIDU TERHADAP PERSEPSI PENGGUNA TIKTOK*

MENGENAI LGBT (Studi Eksplanatif e-journal.uajy.ac.id.

- Putri, A. O. C., Wirawan, H., Rafsanjani, M. A., & Yahya, R. T. (2024). Pentingnya Motivasi Berolahraga dan Kesehatan Mental Bagi Mahasiswa. *Pubmedia Jurnal Pendidikan Olahraga*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.47134/jpo.v1i2.286>
- Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO YOUTUBE DAN KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video ‘Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches’). *Scriptura*, 10(2), 53–59. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.53-59>
- Romadi, P. (2020). Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas. *Idarotuna*, 2(2), 19–33. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v2i2.9994>
- Rusyana. (2024). Penggunaan Media Baru pada Perpustakaan dan Layanan Informasi. *IQRA: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 18(2), 160–179.
- Rimanto, D. (2025). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PADA GENERASI Z)*. <http://repo.darmajaya.ac.id/20286/>
- Raisya Aliya Fatika. (2024). 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa? Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar->
- Ryan, & Deci. (2020). “Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions.”

Contemporary Educational Psychology, 61.

Salsabiila, S. A. (2024). *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok @shellasaukia Terhadap Perilaku Hedonisme Alumni Angkatan 7 Putri Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga.

Simonigar, J., Rawis, D., & ... (2024). TRANSFORMASI EDUKASI KESEHATAN MENTAL DI ERA DIGITAL: KONTEN TIKTOK DALAM MEMBENTUK SIKAP DAN PERILAKU AUDIENS. *Journal of Economic* <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.10378>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Suwarno, Y. A. (2023). Interaksi sosial Melalui Media Sosial Tik-Tok di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2). <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6563>

Syahrul, S. (2015). Pengertian Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik. *28 September*.

Stever, G. S., Giles, D. C., Cohen, J. D., & Myers, M. E. (2021). Understanding Media Psychology. In *Understanding Media Psychology*. <https://doi.org/10.4324/9781003055648>

Spuskanyuk, A. (2024). *TikTok for Health : The Power of Short- Form Videos to Educate Young Women on Sexual Health*. 1(2), 35–45. <https://doi.org/10.61449/ajhcs.2024.6>

Valiant, V., & Paramita, S. (2022). Peran Aplikasi Tiktok Sebagai Media

Komunikasi Ekspresif Penyintas Covid-19. Kiwari.

Yuniar, G. S., & Nurwidawati, D. (2013). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi.*, 2(1), 1–7.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/download/4588/6894/7142>

https://www.tiktok.com/@chris_putraa_ifbbpro?_t=ZS-8stUvVcToQS&_r=1

https://www.tiktok.com/@agungvikas?_t=ZS-8stUxHUVyIL&_r=1