

## Pengaruh Intensitas Penggunaan Lagu Niki Zefanya dan Kualitas Lirik sebagai Media Curhat Cinta di Tiktok terhadap Keterbukaan Diri Gen Z

Tabitha Theresia<sup>1\*</sup>, Muhammad Ruslan Ramli<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Esa Unggul, Indonesia

\*[tabithatheresia@student.esaunggul.ac.id](mailto:tabithatheresia@student.esaunggul.ac.id)

### Abstract

*The development of video-based social media such as TikTok has transformed how Generation Z expresses emotions and personal experiences, including through music as a symbolic medium for self disclosure. The frequent use of NIKI Zefanya's songs known for emotional and reflective lyrics as background in love-related TikTok content indicates a phenomenon that warrants empirical investigation. This study aims to examine the effect of (1) the intensity of using NIKI Zefanya's songs and (2) perceived lyric quality on Generation Z's self-disclosure on TikTok, both partially and simultaneously. Using a quantitative explanatory survey design, data were collected through a structured questionnaire with a five-point Likert scale and purposive sampling, and then analyzed using multiple linear regression. The results show that song-usage intensity ( $\beta = 0.345$ ;  $t = 8.051$ ;  $p < 0.001$ ) and lyric quality ( $\beta = 0.317$ ;  $t = 7.664$ ;  $p < 0.001$ ) both have a positive and significant effect on self-disclosure; the model is significant ( $F = 71.144$ ;  $p < 0.001$ ) and explains 54.9% of the variance ( $R = 0.741$ ;  $R^2 = 0.549$ ). These findings suggest that music and lyrics function as tools for expressing and regulating emotions online, reinforcing music's role as an effective medium for symbolic self-disclosure on social media and encouraging further research to include additional psychological variables and broader methodological approaches.*

**Keywords:** TikTok, Intensity, Self-Disclosure, NIKI Zefanya's Songs, Lyric Quality, Generation Z

### Abstrak

Perkembangan media sosial berbasis video seperti TikTok telah mengubah cara Generasi Z mengekspresikan emosi dan pengalaman personal, termasuk melalui musik sebagai media simbolik keterbukaan diri. Penggunaan lagu-lagu NIKI Zefanya yang dikenal memiliki lirik emosional dan reflektif sebagai latar konten "curhat cinta" di TikTok menunjukkan fenomena yang perlu diuji secara empiris. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh (1) intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan (2) kualitas lirik lagu NIKI Zefanya terhadap keterbukaan diri Generasi Z di TikTok, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan desain survei kuantitatif eksplanatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur skala Likert lima poin dan purposive sampling, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu ( $\beta = 0,345$ ;  $t = 8,051$ ;  $p < 0,001$ ) dan kualitas lirik ( $\beta = 0,317$ ;  $t = 7,664$ ;  $p < 0,001$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterbukaan diri; secara simultan model signifikan ( $F = 71,144$ ;  $p < 0,001$ ) dan mampu menjelaskan 54,9% varians keterbukaan diri ( $R = 0,741$ ;  $R^2 = 0,549$ ). Temuan ini menegaskan bahwa musik dan lirik berfungsi sebagai sarana ekspresi serta regulasi emosi secara daring, sehingga musik dapat dipahami sebagai medium efektif untuk keterbukaan diri simbolis di media sosial; penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi variabel psikologis lain dan menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam.

**Kata kunci:** Tiktok, Intensitas, Keterbukaan Diri, Lagu Niki Zefanya, Kualitas Lirik, Generasi Z

## Pendahuluan

Dalam kajian ilmu komunikasi, media sosial dipahami sebagai ruang interaksi yang memungkinkan pertukaran makna dan pembentukan hubungan sosial secara sadar Ellison et al., (2007). Secara das sollen, teori komunikasi interpersonal dan self-disclosure menjelaskan bahwa keterbukaan diri idealnya dilakukan secara selektif, bertahap, dan dalam konteks hubungan yang aman serta dilandasi kepercayaan Altman & Taylor, (1973) dan Jourard, (1971). Keterbukaan diri seharusnya berlangsung dalam ruang yang relatif privat untuk meminimalkan risiko psikologis dan sosial (Barak & Gluck-Ofri, 2007; Walsh et al., 2020).

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi interpersonal, khususnya pada generasi muda. Gen Z sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan teknologi digital menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan perasaan, pengalaman personal, dan relasi emosional. Dalam kajian ilmu komunikasi, keterbukaan diri idealnya dipahami sebagai proses komunikasi interpersonal yang dilakukan secara sadar, selektif, dan berlangsung dalam konteks relasi yang memiliki tingkat kepercayaan tertentu Jourard, (1971) Namun, realitas komunikasi digital menunjukkan bahwa praktik keterbukaan diri kini banyak berlangsung di ruang publik media sosial, termasuk melalui platform TikTok.

TikTok memiliki karakteristik unik dibandingkan media sosial lain karena menggabungkan elemen visual, audio, dan algoritma distribusi konten yang kuat. Salah satu praktik yang banyak ditemukan di TikTok adalah penggunaan lagu sebagai medium ekspresi emosi, khususnya dalam konten bertema curhat cinta. Lagu-lagu dengan lirik personal dan reflektif kerap digunakan sebagai latar narasi untuk merepresentasikan pengalaman emosional pengguna. Fenomena ini menunjukkan bahwa musik tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, melainkan juga sebagai bentuk pesan komunikasi yang membawa makna afektif (Juslin & Sloboda, 2011).

Lagu-lagu karya NIKI Zefanya menjadi salah satu audio yang paling sering digunakan dalam konten curhat cinta di TikTok, khususnya oleh Generasi Z. Berdasarkan laporan *TikTok Creative Center* (2024) <https://ads.tiktok.com/business/creativecenter>, lagu *Backburner* digunakan dalam lebih dari 1,2 juta video, *La La Lost You* dalam lebih dari 850.000 video, dan *Every Summertime* melampaui 2 juta penggunaan global sepanjang 2024–2025. Secara demografis, laporan DataReportal (2024) <https://datareportal.com/> menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok berada pada rentang usia di bawah 25 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa penggunaan lagu NIKI tidak hanya mencerminkan popularitas musikal, tetapi juga praktik komunikasi afektif digital di kalangan Gen Z.

Lirik lagu NIKI dikenal memiliki kedalaman emosional dan narasi personal yang dekat dengan pengalaman relasional generasi muda. Secara teoretis, kualitas lirik yang merepresentasikan pengalaman personal pendengar dapat meningkatkan keterlibatan emosional serta mendorong pengungkapan diri Lonsdale & North,

(2011). Dalam konteks TikTok, intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik sebagai media ekspresi berpotensi memperluas praktik keterbukaan diri kepada audiens yang lebih luas tanpa batasan relasi interpersonal yang jelas.

Ketidakesesuaian antara kondisi ideal dan realitas ini mencerminkan adanya kesenjangan antara konsep keterbukaan diri dalam teori komunikasi dengan praktik keterbukaan diri di media sosial. Keterbukaan diri yang secara konseptual berfungsi untuk membangun kedekatan interpersonal justru dimediasi oleh platform yang bersifat publik dan berbasis algoritma. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dapat mendorong keterbukaan diri karena adanya dorongan validasi sosial, seperti jumlah tayangan, likes, dan komentar Nadkarni & Hofmann, (2012). TikTok, dengan sistem For You Page, memperkuat kecenderungan tersebut dengan memperluas jangkauan konten personal ke audiens yang tidak terbatas (Kaye et al., 2021).

Dalam konteks ini, intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan kualitas lirik sebagai media curhat cinta menjadi variabel komunikasi yang penting untuk dikaji. Hingga saat ini, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok masih relatif terbatas, khususnya dalam kajian komunikasi di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana musik dan media sosial berperan dalam membentuk praktik keterbukaan diri generasi muda.

## **Landasan Teori**

### **A. Teori Komunikasi Utama**

#### **1. Teori Uses and Gratifications**

Teori Uses and Gratifications me-mandang audiens sebagai individu aktif yang secara sadar memilih media berdasar-kan kebutuhan dan tujuan personal, bukan sebagai penerima pasif pesan media Katz et al., (1973). Kebutuhan tersebut meliputi dimensi afektif, personal, sosial, dan kognitif, dengan kebutuhan afektif dan ekspresif menjadi dominan pada penggunaan media sosial oleh Gen Z (Katz, 1974).

Dalam konteks TikTok, pengguna secara aktif memilih konten yang selaras dengan kondisi emosional dan kebutuhan ekspresi diri, sekaligus memperoleh validasi sosial me-lalui interaksi digital Armiah et al., (2025). Lagu-lagu NIKI Zefanya dengan narasi cin-ta dan emosi personal berfungsi sebagai media resonansi afektif yang memperkuat keterlibatan emosional pengguna. Secara korelasional, motif afektif mendorong in-tensitas penggunaan TikTok dan mening-katkan kecenderungan keterbukaan diri da-lam bentuk konten curhat berbasis musik.

#### **2. Teori Kualitas Lirik**

Kualitas lirik merujuk pada kemam-puan teks lagu dalam menyampaikan makna emosional, simbolik, dan relevansi personal yang memungkinkan pendengar mengidentifikasi serta mengekspresikan pengalaman afektifnya. Berdasarkan Affective Response Theory, lirik berfungsi sebagai pemicu respons emosional yang dapat mendorong keterbukaan diri melalui keterlibatan emosional yang mendalam Juslin & Sloboda, (2011). Lirik dengan res-onansi emosional tinggi mampu menjem-batani

pengalaman personal pendengar dengan narasi lagu, sehingga memicu kebutuhan ekspresi diri Saarikallio et al., (2020). Kedalaman simbolik dan kekuatan naratif dalam lirik juga memperkuat identifikasi personal, di mana individu merasa pengalaman hidupnya terwakili Agres et al., (2021). Dalam konteks media digital, lirik personal berhubungan dengan kecenderungan keterbukaan diri secara daring, khususnya di media sosial seperti TikTok (Greenberg et al., 2016).

## B. Teori Pendukung dan Konsep Penelitian

Untuk menjelaskan perilaku penggunaan TikTok dan lagu sebagai media curhat cinta, penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications sebagai landasan konseptual utama. Teori ini memandang individu sebagai pihak aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, identitas personal, interaksi sosial, dan regulasi emosi Katz, (1974). Dalam konteks media sosial kontemporer, teori ini relevan untuk memahami bagaimana pengguna tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga memproduksi dan memaknai pesan sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosial mereka.

Gen Z sebagai generasi digital native menunjukkan kecenderungan kuat dalam memanfaatkan media sosial sebagai ruang ekspresi diri dan pengelolaan emosi. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan platform seperti TikTok untuk mengekspresikan pengalaman personal, membangun identitas, serta memperoleh validasi sosial melalui interaksi daring Beyens et al., (2020). Oleh karena itu, penggunaan lagu di TikTok dapat dipahami sebagai upaya pemenuhan kebutuhan afektif dan ekspresif, khususnya dalam konteks pengalaman cinta dan relasi interpersonal.

TikTok sebagai medium komunikasi memiliki karakteristik yang membedakannya dari platform media sosial lain, yakni integrasi antara visual, audio, dan algoritma distribusi konten. Platform ini memungkinkan pengguna mengekspresikan diri melalui narasi singkat yang dikemas secara emosional dan mudah disebarluaskan. Kaye et al., (2021) menjelaskan bahwa TikTok mendorong praktik self expression melalui penggunaan musik sebagai elemen sentral dalam penyampaian pesan emosional. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi konten, tetapi juga sebagai ruang komunikasi afektif yang membentuk cara individu mengungkapkan diri.

Selain itu, penelitian ini menggunakan konsep musik sebagai komunikasi emosional untuk menjelaskan peran kualitas lirik dalam mendorong keterbukaan diri. Musik, khususnya lirik lagu, berfungsi sebagai simbol komunikasi yang membawa makna emosional, naratif, dan reflektif Juslin & Sloboda, (2011). Lirik yang memiliki kejelasan makna, kedalaman emosi, serta relevansi dengan pengalaman pendengar memungkinkan terjadinya identifikasi emosional, yaitu kondisi ketika individu merasa bahwa pesan dalam lagu merepresentasikan pengalaman pribadinya.

Dalam konteks ini, lagu-lagu karya NIKI Zefanya dipahami sebagai bentuk pesan komunikasi yang memiliki kedekatan emosional dengan Gen Z. Lirik lagu NIKI banyak mengangkat tema relasi, kerentanan emosional, dan pengalaman cinta yang bersifat personal, sehingga mudah diidentifikasi oleh pendengar muda. Penelitian

mengenai musik populer menunjukkan bahwa lagu dengan narasi personal dan autentik lebih berpotensi digunakan sebagai medium ekspresi diri di media sosial Vella & Mills, (2017). Oleh karena itu, kualitas lirik lagu NIKI yang dirasakan autentik dan relevan menjadi faktor penting dalam mendorong pengguna TikTok untuk memanfaatkannya sebagai media curhat cinta.

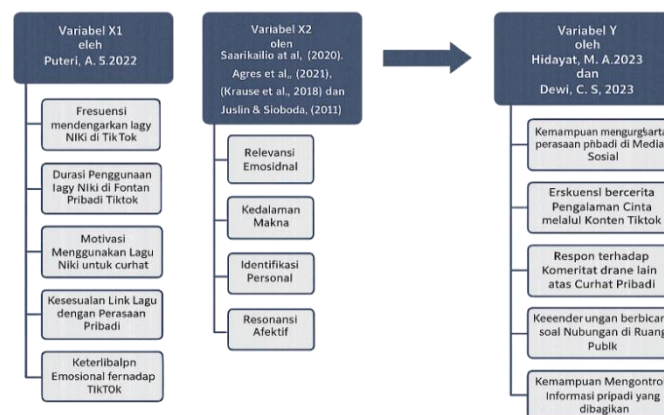
Dengan demikian, intensitas penggunaan lagu dan persepsi terhadap kualitas lirik diposisikan sebagai faktor komunikasi yang memengaruhi keterbukaan diri Gen Z. Lagu tidak hanya berfungsi sebagai latar hiburan, tetapi juga sebagai medium simbolik yang memediasi proses pengungkapan diri di ruang publik digital. Kerangka konseptual ini menegaskan bahwa praktik keterbukaan diri Gen Z di TikTok merupakan hasil interaksi antara kebutuhan individu, karakteristik platform, dan makna emosional yang dibangun melalui musik.

### 1. Konseptualisasi Variabel Penelitian

Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya diartikan sebagai tingkat frekuensi dan durasi penggunaan lagu-lagu NIKI dalam konten TikTok yang dibuat atau dikonsumsi oleh Gen Z. Variabel ini mencerminkan sejauh mana lagu tersebut menjadi bagian dari aktivitas komunikasi pengguna di media sosial. Kualitas lirik lagu dipahami sebagai persepsi individu terhadap kedalaman makna, kejelasan pesan, dan relevansi emosional lirik lagu NIKI Zefanya dengan pengalaman cinta yang dialami. Kualitas lirik berperan sebagai stimulus komunikasi yang memfasilitasi ekspresi emosi. Keterbukaan diri didefinisikan sebagai tingkat pengungkapan perasaan, pikiran, dan pengalaman pribadi terkait hubungan cinta yang dibagikan oleh Gen Z melalui konten TikTok. Keterbukaan diri dalam penelitian ini bersifat publik dan dimediasi oleh platform digital.

### C. Kerangka Pemikiran Penelitian

Penelitian ini memandang TikTok sebagai medium komunikasi yang memfasilitasi ekspresi emosional melalui penggunaan lagu. Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan kualitas lirik diposisikan sebagai variabel independen yang memengaruhi keterbukaan diri Gen Z sebagai variabel dependen. Semakin sering lagu digunakan dan semakin tinggi kualitas lirik yang dirasakan, maka semakin besar kemungkinan Gen Z melakukan keterbukaan diri melalui TikTok.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya berpengaruh terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

H2: Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya sebagai media curhat cinta berpengaruh terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

H3: Intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik secara simultan berpengaruh terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

## **Metode Penelitian**

### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diukur secara objektif melalui pengamatan empiris dan analisis statistik. Paradigma ini relevan dengan tujuan penelitian yang berupaya menguji pengaruh antarvariabel secara terukur dan sistematis (Creswell, 2009). Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur intensitas penggunaan lagu, kualitas lirik, dan tingkat keterbukaan diri Gen Z secara numerik serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan Sugiyono, (2010). Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur, serta data sekunder yang digunakan sebagai pendukung berupa buku teks, artikel jurnal ilmiah, dan publikasi terkait media sosial dan musik.

### **B. Bahan Penelitian**

Bahan penelitian berupa instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Kuesioner dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penyusunan instrumen mengacu pada teori keterbukaan diri, uses and gratifications, serta konsep musik sebagai komunikasi emosional agar setiap item pernyataan merepresentasikan konstruk yang diukur secara konseptual.

### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan pernah menggunakan atau terpapar lagu-lagu NIKI Zefanya dalam konten TikTok bertema curhat cinta. Populasi ini dipilih karena Gen Z merupakan kelompok pengguna dominan TikTok dan memiliki kecenderungan tinggi dalam mengekspresikan diri melalui media digital (Kaye et al., 2021)

### **D. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan pernah menggunakan atau terpapar lagu-lagu NIKI Zefanya dalam konten bertema curhat cinta. Karakteristik subjek penelitian dipilih berdasarkan

kesesuaian dengan tujuan penelitian, yaitu mengkaji keterbukaan diri Gen Z dalam konteks penggunaan lagu sebagai media komunikasi emosional di TikTok. Pemilihan Gen Z sebagai subjek penelitian didasarkan pada tingginya intensitas penggunaan TikTok pada kelompok usia ini serta kecenderungan mereka dalam mengekspresikan pengalaman personal melalui media digital (Kaye et al., 2021)

#### E. Kerangka Sampling dan Jumlah Sampel

Kerangka sampling penelitian ini adalah individu Gen Z dengan rentang usia sesuai klasifikasi generasi yang aktif menggunakan TikTok. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan kecukupan statistik untuk analisis regresi, yaitu minimal 5–10 kali jumlah indikator variabel yang digunakan Hair et al., (2019). Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah responden yang digunakan telah memenuhi kriteria kelayakan analisis.

#### F. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria responden meliputi: (1) termasuk dalam kategori Gen Z, (2) aktif menggunakan TikTok, dan (3) pernah menggunakan atau melihat konten TikTok dengan lagu NIKI Zefanya. Pemilihan purposive sampling memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian (Etikan et al., 2016)

#### G. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan melalui pengujian prosedural dengan mengacu pada kesesuaian item pernyataan terhadap indikator teoritis masing-masing variabel. Selain itu, uji validitas empiris dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment antara skor item dengan skor total. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai  $r$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2018)

#### H. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, yang menunjukkan bahwa item pernyataan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur konstruk penelitian (Hair et al., 2019)

#### I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban pada masing-masing variabel. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan melalui uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dan koefisien regresi pada tingkat kepercayaan 95 persen. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Identitas Responden**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, responden penelitian didominasi oleh Gen Z yang berada pada rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal. Mayoritas responden merupakan pengguna aktif TikTok dengan intensitas penggunaan harian yang relatif tinggi. Karakteristik ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam mengonsumsi maupun memproduksi konten TikTok, khususnya konten yang menggunakan lagu sebagai medium ekspresi emosional. Dari sisi keterpaparan terhadap lagu NIKI Zefanya, sebagian besar responden menyatakan pernah menggunakan atau melihat lagu-lagu tersebut dalam konten TikTok, baik sebagai latar video maupun sebagai media representasi pengalaman cinta. Hal ini mengindikasikan bahwa lagu NIKI Zefanya memiliki tingkat popularitas dan relevansi emosional yang cukup tinggi di kalangan Gen Z.

### **B. Temuan Variabel Penelitian**

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya berada pada kategori sedang hingga tinggi. Responden cenderung menggunakan lagu-lagu tersebut secara berulang dalam aktivitas konsumsi maupun produksi konten TikTok. Temuan ini mencerminkan bahwa lagu tidak hanya berfungsi sebagai elemen hiburan, tetapi telah menjadi bagian dari praktik komunikasi sehari-hari Gen Z di media sosial. Pada variabel kualitas lirik, responden memberikan penilaian positif terhadap makna, kejelasan pesan, dan relevansi emosional lirik lagu NIKI Zefanya dengan pengalaman cinta yang mereka alami. Lirik dipersepsikan mampu merepresentasikan perasaan personal yang sulit diungkapkan secara langsung, sehingga mendorong keterlibatan emosional pendengar. Sementara itu, pada variabel keterbukaan diri, hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan perasaan, pengalaman, dan emosi terkait hubungan cinta melalui konten TikTok. Keterbukaan diri ini bersifat publik dan dilakukan dengan memanfaatkan lagu sebagai sarana representasi emosi.

### **C. Hubungan Antarvariabel**

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan kualitas lirik sebagai media curhat cinta memiliki pengaruh terhadap keterbukaan diri Gen Z di TikTok. Secara parsial, intensitas penggunaan lagu berkontribusi terhadap meningkatnya kecenderungan keterbukaan diri, karena frekuensi penggunaan lagu memperkuat keterikatan emosional responden terhadap konten yang dibagikan. Selain itu, kualitas lirik juga menunjukkan pengaruh

terhadap keterbukaan diri. Lirik yang dinilai memiliki kedalaman makna dan relevansi pengalaman emosional mendorong responden untuk lebih berani mengekspresikan perasaan personal di ruang publik media sosial. Secara simultan, kedua variabel tersebut berperan dalam membentuk praktik keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

#### D. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 1.** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Intensitas Penggunaan Lagu NIKI (X1)	120	16	40	33,14	5,076
Kualitas Lirik Lagu NIKI (X2)	120	16	40	32,76	5,264
Keterbukaan Diri Gen Z (Y)	120	30	45	37,51	3,471

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya memiliki nilai rata-rata 33,14 dari skor maksimum 40 yang mengindikasikan tingkat penggunaan yang tinggi dan relatif konsisten di kalangan Generasi Z, dengan standar deviasi sebesar 5,076. Variabel kualitas lirik memperoleh nilai rata-rata 32,76 yang menunjukkan persepsi responden berada pada kategori baik, dengan standar deviasi 5,264 yang mencerminkan variasi persepsi emosional yang masih wajar. Sementara itu, variabel keterbukaan diri memiliki nilai rata-rata 37,51 dari skor maksimum 45 yang menandakan tingkat keterbukaan diri responden tergolong tinggi, dengan standar deviasi sebesar 3,471 yang menunjukkan pola keterbukaan diri yang relatif homogen dan konsisten.

**Tabel 2.** Uji Validitas Variabel Intensitas Penggunaan Lagu NIKI Zefanya (X1)

Item Pernyataan	Nilai Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Mendengar lagu NIKI saat membuka TikTok	0,000	Valid
Memutar ulang potongan lagu NIKI	0,000	Valid
Menggunakan lagu NIKI untuk konten curhat	0,000	Valid
Menyimpan potongan lagu NIKI	0,000	Valid
Berinteraksi pada konten berlagu NIKI	0,000	Valid
Menjadikan lagu NIKI sebagai soundtrack emosi	0,000	Valid
Berencana menggunakan lagu NIKI kembali	0,000	Valid
Menggunakan TikTok hampir setiap hari untuk lagu NIKI	0,000	Valid

**Tabel 3.** Uji Validitas Variabel Kualitas Lirik Lagu NIKI Zefanya (X2)

Item Pernyataan	Nilai Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Lirik menggambarkan pengalaman cinta pribadi	0,000	Valid
Lirik memiliki makna emosional dan puitis	0,000	Valid
Mudah mengutip lirik untuk menyampaikan perasaan	0,000	Valid
Pengalaman cinta terwakili dalam lirik	0,000	Valid
Lirik mendorong berbagi kisah pribadi	0,000	Valid
Lirik memotivasi penulisan caption jujur	0,000	Valid
Merasakan keterkaitan emosional dengan lirik	0,000	Valid
Lirik terasa jujur dan autentik	0,000	Valid

**Tabel 4.** Uji Validitas Variabel Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) (Y)

Item Pernyataan	Nilai Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Membagikan cerita cinta pribadi di TikTok	0,000	Valid
Merasa nyaman mengungkapkan perasaan	0,000	Valid
Menggunakan lirik untuk menyampaikan perasaan	0,000	Valid
Berdiskusi terbuka melalui komentar	0,000	Valid
Konten memuat perasaan yang mendalam	0,000	Valid
Tidak membatasi informasi pribadi	0,000	Valid
Ungkapan sesuai kondisi emosi sebenarnya	0,000	Valid
Lebih mudah membuka diri di TikTok	0,000	Valid
Mendapat dukungan emosional dari pengguna lain	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya, kualitas lirik lagu NIKI Zefanya, dan keterbukaan diri Generasi Z memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , sehingga seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis data selanjutnya.

**Tabel 5.** Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keputusan
Intensitas Penggunaan Lagu NIKI Zefanya (X1)	8	0,952	0,60	Sangat Reliabel
Kualitas Lirik Lagu NIKI Zefanya (X2)	8	0,951	0,60	Sangat Reliabel

Keterbukaan Diri Generasi Z (Y)	9	0,886	0,60	Sangat Reliabel
---------------------------------	---	-------	------	-----------------

Semua variabel penelitian memiliki nilai Alpha Cronbach lebih tinggi dari 0,60, seperti yang ditunjukkan pada tabel. Hal ini membuktikan bahwa instrumen kuesioner cukup andal dan dapat digunakan kembali untuk menganalisis data.

E. Koefisien Determinasi Model

**Tabel 6.** Determinasi Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.741	0.549	0.541	2.352

Keterangan:

a. Predictors: (Constant), Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya (X2), Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya (X1)

b. Dependent Variable: Tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) (Y)

Tingkat keterbukaan diri Generasi Z sangat berkorelasi dengan kualitas lirik lagu NIKI Zefanya, seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,741 yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda. Nilai R-squared gabungan sebesar 0,549 untuk kedua variabel menunjukkan bahwa keduanya menjelaskan 54,9% varians dalam keterbukaan diri, dengan bagian yang tersisa dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam model. Daya penjas yang kuat dan stabilitas model regresi dalam menghadapi peningkatan jumlah variabel prediktor didukung oleh nilai Adjusted R Squared sebesar 0,541; di sisi lain, Std. Dengan kesalahan estimasi hanya 2,352, tingkat kesalahan prediksi tergolong rendah. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik berperan penting dalam mendorong keterbukaan diri Generasi Z di TikTok, serta menunjukkan bahwa musik berfungsi sebagai sarana komunikasi emosional dan media self-disclosure di ruang digital.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.706	1.840	-	8.534	< 0.001
1	Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya (X1)	0.345	0.043	0.504	8.051	< 0.001
1	Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya (X2)	0.317	0.041	0.480	7.664	< 0.001

Keterangan:

a. Dependent Variable: Tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi  $Y = 15,706 + 0,345X_1 + 0,317X_2 + \epsilon$  yang menunjukkan bahwa intensitas

penggunaan lagu NIKI Zefanya ( $X_1$ ) dan kualitas lirik lagu NIKI Zefanya ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan diri (self-disclosure) Gen Z ( $Y$ ). Nilai konstanta sebesar 15,706 mengindikasikan adanya tingkat keterbukaan diri dasar yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Variabel intensitas penggunaan lagu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterbukaan diri ( $\beta = 0,345$ ;  $t = 8,051$ ;  $p < 0,001$ ) dan merupakan faktor paling dominan ( $Beta = 0,504$ ), yang menunjukkan bahwa semakin sering lagu digunakan di TikTok, semakin tinggi kecenderungan Gen Z untuk mengungkapkan perasaan pribadi. Sementara itu, kualitas lirik juga berpengaruh positif dan signifikan ( $\beta = 0,317$ ;  $t = 7,664$ ;  $p < 0,001$ ) dengan nilai Beta sebesar 0,480, yang menegaskan bahwa lirik yang emosional dan relevan secara personal turut mendorong perilaku keterbukaan diri. Secara keseluruhan, temuan ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berperan penting dalam mendorong keterbukaan diri Gen Z di TikTok.

### G. Uji Simultan F

**Tabel 8.** Hasil ANOVA

Model	Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	786.925	2	393.463	71.144	< 0.001
1	Residual	647.066	117	5.530	–	–
1	Total	1433.992	119	–	–	–

Keterangan:

- Dependent Variable: Tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) ( $Y$ )
- Predictors: (Constant), Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya ( $X_2$ ), Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F-hitung sebesar 71,144 dengan nilai signifikansi  $p < 0,001$ , yang lebih kecil dari taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan kualitas lirik lagu NIKI Zefanya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterbukaan diri Generasi Z di TikTok.

Temuan ini menegaskan bahwa model regresi memiliki kelayakan yang baik dalam menjelaskan variasi keterbukaan diri, di mana perilaku self-disclosure terbentuk melalui kombinasi antara intensitas keterpaparan emosional terhadap lagu dan persepsi terhadap kualitas lirik yang relevan secara personal. Secara keseluruhan, musik dengan lirik yang reflektif berfungsi sebagai medium komunikasi emosional yang efektif dalam mendorong keterbukaan diri Gen Z di ruang digital.

H. Uji t (Parsial)

**Tabel 8.** Hasil Uji-t

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.706	1.840	-	8.534	< 0.001
1	Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya (X1)	0.345	0.043	0.504	8.051	< 0.001
1	Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya (X2)	0.317	0.041	0.480	7.664	< 0.001

Keterangan:

a. Dependent Variable: Tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) (Y)

Berdasarkan hasil uji t parsial, variabel intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya (X<sub>1</sub>) memiliki nilai t = 8,051 dengan signifikansi p < 0,001, sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan lagu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterbukaan diri Generasi Z di TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering lagu NIKI Zefanya digunakan, semakin tinggi kecenderungan Gen Z untuk mengungkapkan perasaan dan pengalaman pribadi. Sementara itu, variabel kualitas lirik lagu NIKI Zefanya (X<sub>2</sub>) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterbukaan diri dengan nilai t = 7,664 dan signifikansi p < 0,001, yang mengindikasikan bahwa lirik yang emosional, jujur, dan relevan secara personal mampu mendorong Gen Z untuk lebih terbuka dalam mengekspresikan perasaan melalui TikTok.

I. Uji Normalitas

**Tabel 9.** Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	120
Normal Parameters <sup>ab</sup>	
Mean	0.0000000
Std. Deviation	2.33185137
Most Extreme Differences	
Absolute	0.047
Positive	0.031
Negative	-0.047
Test Statistic	0.047
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	0.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	0.740
99% Confidence Interval – Lower Bound	0.729
99% Confidence Interval – Upper Bound	0.751

Keterangan:

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Ambang batas signifikansi  $\alpha = 0,05$  dilampaui oleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang diperoleh dari hasil uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel pada residual yang tidak distandarasi. Akibatnya, data residual mengikuti distribusi normal. Data tersebut sesuai untuk analisis regresi linier berganda, karena temuan ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas model regresi telah terpenuhi.

#### J. Uji Korelasi Antar Variabel

**Tabel 9.** Hasil Uji Korelasi

Variabel	X1 (Intensitas)	X2 (Kualitas Lirik)	Y (Keterbukaan Diri)
Intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya (X1)			
Pearson Correlation	1	0.132	0.568**
Sig. (2-tailed)	–	0.151	< 0.001
N	120	120	120
Kualitas lirik lagu NIKI Zefanya (X2)			
Pearson Correlation	0.132	1	0.547**
Sig. (2-tailed)	0.151	–	< 0.001
N	120	120	120
Tingkat keterbukaan diri (Self-disclosure) (Y)			
Pearson Correlation	0.568**	0.547**	1
Sig. (2-tailed)	< 0.001	< 0.001	–
N	120	120	120

Keterangan:

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai koefisien korelasi antara intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya ( $X_1$ ) dan keterbukaan diri Gen Z (Y) sebesar  $r = 0,568$  dengan signifikansi  $p < 0,001$ , yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan kekuatan korelasi sedang hingga kuat. Selain itu, kualitas lirik lagu NIKI Zefanya ( $X_2$ ) juga memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keterbukaan diri Gen Z dengan nilai  $r = 0,547$  dan  $p < 0,001$ , yang mengindikasikan korelasi sedang. Sementara itu, korelasi antara intensitas penggunaan lagu ( $X_1$ ) dan kualitas lirik lagu ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $r = 0,132$  dengan  $p = 0,151$ , sehingga tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel independen tersebut, yang menandakan bahwa keduanya merupakan konstruk yang relatif independen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan lagu NIKI Zefanya dan kualitas lirik lagu berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri (self-disclosure) Gen Z di TikTok. Temuan ini memaknai bahwa musik tidak lagi sekadar berfungsi sebagai hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi medium komunikasi emosional dan sarana ekspresi diri di ruang digital. Gen Z memanfaatkan lagu dengan muatan emosional sebagai simbol untuk merepresentasikan perasaan cinta, kehilangan, dan kerentanan emosional yang sulit diungkapkan secara langsung, sehingga keterbukaan diri yang muncul cenderung bersifat tidak langsung melalui potongan lirik, visual, dan narasi singkat khas TikTok.

Pemaknaan tersebut sejalan dengan teori Uses and Gratifications Katz et al., (1973) yang memandang individu sebagai pengguna media aktif dan selektif dalam memenuhi kebutuhan psikologis. Dalam konteks ini, Gen Z menggunakan TikTok dan lagu NIKI secara strategis untuk memenuhi kebutuhan afektif, regulasi emosi, dan ekspresi identitas diri. Intensitas penggunaan lagu mencerminkan keterlibatan emosional yang berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan keberanian individu untuk membuka diri, sebagaimana ditegaskan oleh Ellison et al., (2007) mengenai hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan self-disclosure.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa platform TikTok mendorong praktik keterbukaan diri melalui kombinasi narasi personal, musik emosional, dan interaksi sosial yang bersifat afektif. Ekspresi emosi melalui konten berbasis musik memungkinkan pengguna mengomunikasikan pengalaman personal secara implisit namun bermakna, sehingga mengurangi hambatan psikologis dalam melakukan self-disclosure di ruang publik digital (Bhandari & Bimo, 2022)

Selain intensitas, kualitas lirik berperan sebagai pemicu afektif yang memperdalam proses keterbukaan diri. Lirik yang jujur, reflektif, dan relevan dengan pengalaman Gen Z mampu menciptakan resonansi emosional dan identifikasi personal, sehingga mendorong ekspresi diri secara emosional. Temuan ini selaras dengan konsep emotional resonance Saarikallio et al., (2020) serta penelitian Agres et al., (2021) yang menekankan peran musik bermakna dalam meningkatkan refleksi diri dan ekspresi emosional. Secara keseluruhan, keterbukaan diri Gen Z di TikTok merupakan hasil interaksi antara kebutuhan emosional individu, karakteristik media, serta kekuatan simbolik musik, yang menjadikan TikTok sebagai ruang ekspresi emosional yang relatif aman dan diterima secara sosial.

Secara sosial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah bertransformasi menjadi ruang emosional bagi Gen Z untuk menyalurkan pengalaman cinta dan kerentanan psikologis secara kolektif. Praktik curhat berbasis musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai mekanisme koping emosional dan pembentukan identitas diri di ruang digital.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, intensitas penggunaan lagu dan kualitas lirik lagu NIKI Zefanya terbukti berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri Generasi Z di TikTok. Semakin sering lagu digunakan sebagai latar konten serta

semakin kuat makna emosional lirik yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan Gen Z untuk mengekspresikan perasaan cinta dan pengalaman emosional pribadi. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan pengaruh parsialnya, sehingga seluruh hipotesis penelitian dapat diterima. Secara teoretis, temuan ini memperkuat penerapan teori Uses and Gratifications dan Self-Disclosure dalam konteks media sosial berbasis musik, sementara secara praktis menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai ruang ekspresi emosional bagi Gen Z. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan data berbasis persepsi dan karakteristik sampel yang terbatas, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan variabel psikologis lain serta menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods.

### Daftar Pustaka

- Agres, K. R., Schaefer, R. S., Volk, A., Van Hooren, S., Holzapfel, A., Dalla Bella, S., Müller, M., De Witte, M., Herremans, D., & Ramirez Melendez, R. (2021). Music, computing, and health: a roadmap for the current and future roles of music technology for health care and well-being. *Music & Science*, 4, 2059204321997709. <https://doi.org/10.1177/20592043219977>
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart & Winston.
- Armiah, S., Falikhah, N., Ant, S., Amaly, N., Ikom, S., & Kom, M. M. (2025). Media Sosial Dan Sharing Konten Islam. *Researchgate.Net*, February. [https://www.researchgate.net/profile/Nur-Falikhah/publication/388768552\\_Media\\_Sosial\\_dan\\_Sharing\\_Konten\\_Islam/links/67a56a36461fb56424cc9fb1/Media-Sosial-dan-Sharing-Konten-Islam.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nur-Falikhah/publication/388768552_Media_Sosial_dan_Sharing_Konten_Islam/links/67a56a36461fb56424cc9fb1/Media-Sosial-dan-Sharing-Konten-Islam.pdf)
- Barak, A., & Gluck-Ofri, O. (2007). Degree and reciprocity of self-disclosure in online forums. *CyberPsychology & Behavior*, 10(3), 407–417. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9938>
- Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2020). The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports*, 10(1), 10763. <https://www.nature.com/articles/s41598-020-67727-7>
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media+ Society*, 8(1), 20563051221086240. <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Creswell, J. W. (2009). *Research designs. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Greenberg, D. M., Kosinski, M., Stillwell, D. J., Monteiro, B. L., Levitin, D. J., & Rentfrow, P. J. (2016). The song is you: Preferences for musical attribute dimensions reflect personality. *Social Psychological and Personality Science*, 7(6), 597–605. <https://doi.org/10.1177/1948550616641473>
- Grieve, R., & Watkinson, J. (2016). The psychological benefits of being authentic on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(7), 420–425. 10.1089/cyber.2016.0010
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage learning Hampshire.
- Jourard, S. M. (1971). *Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self*.
- Juslin, P. N., & Sloboda, J. (2011). *Handbook of music and emotion: Theory, research, applications*. Oxford University Press.
- Katz, E. (1974). Utilization of mass communication by the individual. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 19–32.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/20501579209521>
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis. *British Journal of Psychology*, 102(1), 108–134. 10.1348/000712610X506831
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Prasetyo, B., Utami, S., Abdusshomad, A., Wijaya, M., & Kalbuana, N. (2021). Effect of company value, leverage, and company size on profit persistence in Jakarta Islamic Index (JII) listed companies. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 143–151. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.2164>
- Saarikallio, S. H., Randall, W. M., & Baltazar, M. (2020). Music listening for supporting adolescents' sense of agency in daily life. *Frontiers in Psychology*, 10, 2911. 10.3389/fpsyg.2019.02911
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Peneliiian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Vella, E. J., & Mills, G. (2017). Personality, uses of music, and music preference: The influence of openness to experience and extraversion. *Psychology of Music*, 45(3), 338–354. <https://doi.org/10.1177/0305735616658957>
- Walsh, R. M., Forest, A. L., & Orehek, E. (2020). Self-disclosure on social media: the role of perceived network responsiveness. *Computers in Human Behavior*, 104, 106162. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106162>