

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada jaman sekarang kemajuan teknologi sangatlah berkembang pesat dan semakin canggih. Sangat banyak teknologi yang diciptakan manusia salah satunya *Handphone* atau ponsel genggam. Orang yang mempunyai *handphone* biasanya banyak menghabiskan waktu mereka sehari-sehari untuk bermain *handphone*.

Sekarang ini sangat sedikit apabila kita mencari orang yang tidak memiliki *handphone*, hampir sudah kebanyakan orang sudah memiliki *handphone* baik itu anak-anak ataupun orang dewasa sekaligus. Ini biasanya disebabkan oleh beberapa faktor, baik itu faktor lingkungan ataupun faktor dalam diri seseorang yang harus mempunyai *handphone* untuk keperluan kerjaan ataupun lainnya.

Handphone memberi sebuah dampak perubahan terhadap perilaku seseorang. Penggunaan *Handphone* yang berlebihan menyebabkan perubahan terhadap karakter diri seseorang terutama anak-anak yang berkisar umur 9-12 tahun, apabila digunakan tidak dengan pengawasan dari orang tua. Internet yang diakses oleh orang-orang sudah seperti menjadi kebutuhan yang wajib di *handphone* mereka. Dan hal inilah yang melahirkan fitur-fitur aplikasi di *handphone* mereka seperti sosial media contohnya.

Kehadiran sosial media sangatlah memberikan kemudahan bagi para penggunanya, baik itu untuk komunikasi ataupun bersosialisasi dengan orang-

orang baru. Sosial media sendiri tidak hanya digunakan oleh orang-orang untuk berkomunikasi ataupun berinteraksi, tetapi mereka juga menggunakan sosial media sebagai alat untuk mengekspresikan diri atau melakukan pencitraan diri.

Namun semakin berkembangnya jaman aplikasi yang ada didalam *handphone* telah membuat para penggunanya kurang bijaksana. Banyak para anak-anak yang harusnya diumur mereka menikmati masa bermainnya di lapangan malah larut dalam permainan yang hadir di aplikasi *handphone* tersebut. Euforia yang ada didalam aplikasi *handphone* tersebut malah menimbulkan dampak negatif.

Anak usia 9-12 tahun yang sekarang kebanyakan sudah diberi *handphone* oleh orang tua mereka mulai menyambut era digital. Mereka cenderung meniru apa yang sedang mereka liat dalam suatu aplikasi *handphone* dan biasanya mereka aplikasikan di kehidupan keseharian mereka. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh anak-anak saat in adalah aplikasi tiktok¹.

Aplikasi tiktok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah aplikasi yang bisa dilihat maupun didengar. Oleh karenanya aplikasi tiktok ini juga memiliki manfaat tersendiri bagi kalangan orang tertentu seperti mengasah kreatifitas anak dalam pembuatan video pendek. Akan tetapi banyak dampak²negatif yang muncul dalam penggunaan aplikasi tiktok bagi kalangan anak-anak. Meskipun sebagaian besar dari masyarakat menggunakan aplikasi tiktok ini untuk menghilangkan rasa bosan ataupun sekedar mencari hiburan saja.

¹Susilowati Susilowati Vol 9, No 2 (2018) pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai personal branding di instagram

²<https://banten.kemenag.go.id/det-berita-penyalahgunaan-gawai-game-online-dan-tik-tok-perampas-hak-siswa.html> (diakses pada 27,12,22 pukul 23:45 Wib)

Aplikasi tiktok memberikan dampak positif diantaranya dalam pola berfikir anak yaitu dapat membantu anak dalam mengasah *skill editing video*. Untuk meningkatkan kemampuan otak kanan anak selama dalam pengawasan yang baik.³ Akan tetapi dibalik kelebihan tersebut terdapat dampak negatif terhadap perkembangan karakter anak.

Salah satunya adalah merusaknya moral anak baik itu *knowing* yaitu dari segi pengetahuan contohnya anak tidak lagi belajar mencari ilmu pengetahuan mereka sibuk dengan memainkan smartphone dan membuat tiktok, *feeling* yaitu perasaan contohnya mereka asyik dengan masalah percintaan disaat umur yang belum pantas dengan hal yang demikian, kemudian *action* yaitu dari segi tindakan, contohnya mereka asik dengan membuat video tiktok dengan gerakan gaya yang tidak sesuai dan tidak pantas untuk mereka tiru dan juga di ikuti.

Selain itu tiktok juga dapat membuat anak menjadi lebih berpikir untuk menghasilkan konten yang menarik dan lucu tanpa memikirkan pantas ataupun tidaknya. Oleh karena itu, pentingnya pemahan dampak pengguna aplikasi tiktok terutama bagi orang tua. Supaya anak dapat dibatasi penggunaannya dan daya kembang anak dapat berkembang dengan baik dan menjadi anak yang berkarakter yang baik, aktif, cerdas dan juga interaktif terhadap orang lain.

Dari permasalahan yang saya uraikan diatas, maka peneliti ingin melihat seberapa besar dampak permasalahan tersebut dengan menuliskan karya ilmiah tentang **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Anak**

³ 9 Bagus Priambodo, “Pengaruh Tik Tok terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2018).

Remaja Bagi Orang Tua di Gang Mukmin Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai.”

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang ada yaitu pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak remaja bagi orang tua di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak remaja bagi orang tua di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka kegunaan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk menambah literatur atas ilmu pengetahuan mahasiswa seputar teori S.O.R.
 - b. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan komunikasi dalam menciptakan pola perilaku.
2. Secara Praktis

- a. Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai dasar evaluasi perusahaan yang bersangkutan untuk menciptakan media komunikasi yang baik kepada anak remaja dalam bermain aplikasi TikTok.
- b. Pentingnya peran orang tua dalam memperketat pengawasan terhadap anak remaja khususnya dalam memainkan aplikasi di ponsel.

1.5. Kerangka Teori

A. Komunikasi Massa

Pengertian Komunikasi massa menurut Bungin, (2006:71) adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.⁴ Dengan demikian, maka unsur-unsur terpenting didalam komunikasi massa adalah sebagai berikut.

- Komunikator
- Media massa
- Informasi
- *Gatekeeper*
- Khalayak/public
- Umpan balik

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright dalam Ardianto, (2007: 4) komunikasi dapat dibedakan

⁴ Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.

dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu: 1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim

2. Pesan disampaikan secara terbuka

3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik)

4. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

B. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa dikemukakan oleh Effendy secara umum yaitu:

1. Fungsi Informasi Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.
2. Fungsi Pendidikan Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.
3. Fungsi Memengaruhi Media massa dapat memengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (cognitive), perasaan (affective), maupun tingkah laku.⁵

C. Komponen Komunikasi Massa

⁵ t (Effendy, 2013:54 dan Ardianto, dkk., 2014:19):

Menurut Ardianto, komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sesederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut :

1. Komunikator Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang
2. terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.
3. Pesan Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.
4. Media Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (simultaneous) dan serentak (instananeous)
5. Khalayak Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

6. Filter dan Regulator Komunikasi Massa Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan difilter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.
7. *Gatekeeper* Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat di dalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima⁶.

D. Komunikasi Psikologi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan terhadap pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat pertumbuhan kepribadian seorang manusia. Antropolog yang terkenal, Ashley Montagu (1967), menegaskan: “*The Most Important agency through which the child learns to be human is communication, verbal also non verbal.*” Komunikasi amat erat kaitannya antara perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Jadi tidak mengherankan bahwa komunikasi selalu menarik perhatian peneliti psikologi.

Dalam sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesarkan oleh para pakar psikologi. Menurut George A. Miller mengatakan psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan meramalkan dan mengendalikan peristiwa

⁶ Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung. Simbiosis Rekatama Media. (2004:36-42)

mental dan perilaku dalam komunikasi. Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari komunikasi dari aspek psikologi. Sejatinya, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari kesadaran dan pengalaman manusia.⁷

E. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Dalam psikologi komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala Internal Proses/Intrapersonal Communication (Diri Sendiri) Mengulas apa yang sedang dipikirkan atau yang akan disampaikan.

- a. Menganalisa Komunikan Karakteristik, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikator kepada komunikan.
- b. Interpersonal Communication Adanya Stimulus yang menghasilkan respon untuk mempengaruhi perilaku komunikator kepada komunikan.
- c. Proses penyampaian pesan Personality dan Situasi
- d. Proses pembentukan perilaku Kesadaran menghasilkan perilaku.
- e. Proses komunikasi massa dalam perspektif psikologi

Penyampaian energi, gelombang suara, tanda diantara tempat sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri digunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi. Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara

⁷ <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3704/1300>

organisme. Hovland, Janis, dan Kelly, semuanya psikolog, mendefinisikan komunikasi sebagai *"the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)"*.

Kamus psikologi, menyebutkan enam pengertian komunikasi.

1. Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan oleh organisme.
3. Pesan yang disampaikan
4. (Teori Komunikasi) Proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan.
5. (K. Lewin) Pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain.
6. Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.⁸

Dilihat dari sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Tiga diantara empat orang bapak ilmu komunikasi yang disebut Wilbur Schramm adalah sarjana-sarjana psikologi seperti; Kurt Lewin yang merupakan ahli psikologi dinamika kelompok ia memperoleh gelar doktornya dalam asuhan Koffka, Kohler dan Wertheimer, tokoh-tokoh psikologi

⁸ <https://ceritabahnada.wordpress.com/2017/11/29/pengertian-ruang-lingkup-pendekatan-psikologi-komunikasi/> (diakses pada tanggal 7 Januari 2023 pukul:20:18 Wib)

Gestalt. Paul Lazarsfeld, pendiri ilmu komunikasi adalah psikolog yang banyak dipengaruhi Sigmund Freud, bapak Psikoanalisis.

F. Manfaat Penggunaan Psikologi Komunikasi

Melalui pemahaman psikologi komunikasi, kita akan belajar tentang bagaimana kita memahami komunikasi yang efektif. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi yang efektif menimbulkan 5 hal, yaitu:

1. Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Dalam konteks ini, seringkali pertengkaran atau konflik terjadi karena pesan kita diartikan lain oleh orang yang kita ajak bicara. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (*primary breakdown in communication*). Disinilah peran diperlukannya pemahaman tentang psikologi komunikasi.

2. Kesenangan Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Misalnya ketika kita mengucapkan “Selamat pagi, dan menyapa ‘apa kabar?’”. Kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi seperti ini dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan, yang lazim disebut komunikasi fatis (*phatic communication*). Komunikasi seperti ini menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan. Dalam Analisis Transaksional ini disebut “Saya Oke-Kamu Oke”. Ini memerlukan psikologi tentang sistem komunikasi interpersonal.

3. Mempengaruhi sikap Kita paling sering melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Misalnya:

- a. Khotib ingin membangkitkan sikap beragama dan mendorong jemaah untuk menciptakan toleransi yang baik antar umat beragama.
- b. Politisi merayu konstituennya agar memuluskan jalannya ke pemilu.
- c. Guru ingin mengajak muridnya untuk lebih rajin membaca buku.
- d. Pemasang iklan ingin merangsang selera konsumen untuk membeli barang barang lebih banyak.
- e. Pidato kemerdekaan bung Karno memberikan semangat, rasa persatuan dari seluruh rakyat indonesia.

Contoh-contoh tersebut merupakan termasuk komunikasi persuasive. Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunike. Persuasive didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.

4. Hubungan sosial yang baik Komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Tentu kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi, pengendalian, dan kekuasaan, serta cinta kasih.

Menurut penelitian, bila orang gagal menumbuhkan hubungan interpersonal, maka ia akan menjadi agresif, senang berkhayal, dingin, sakit fisik dan mental, dan

menderita “*flight syndrome*” (ingin melarikan diri dari lingkungannya). Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi, pengendalian, dan kekuasaan, serta cinta kasih. Secara singkat, kita ingin bergabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, kita ingin mencintai dan dicintai. Kebutuhan sosial ini hanya bisa dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif.

Hasil penelitian Philip G. Zimbardo menemukan, bahwa anonimitas menjadikan orang agresif, senang mencuri dan merusak, dan kehilangan tanggung jawab sosial. Anonimitas timbul mungkin karena kegagalan komunikasi interpersonal dalam menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Supaya manusia tetap hidup secara sosial, untuk sosial survival, ia harus terampil dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal seperti persepsi interpersonal, dan hubungan interpersonal.

5. Tindakan Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sulit, tetapi lebih sulit lagi mempengaruhi sikap, dan jauh lebih sulit lagi mendorong orang untuk bertindak. Tetapi efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan komunikate. Misalnya: Propaganda suatu parpol efektif bila sekian juta mencoblos lambing parpol tersebut. Pemasang iklan sukses bila orang membeli barang yang ditawarkan. Mubaligh pun boleh bergembira bila orang beramai-ramai bukan saja menghadiri masjid, tetapi juga mendirikan salat. Menimbulkan tindakan nyata memang indicator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan

tindakan, kita harus berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Ia bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia.

Komunikasi adalah Proses Simbolik Jika komunikasi dipandang sebagai proses, komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti unsur-unsur yang ada di dalamnya bergerak aktif, dinamis, dan tidak statis.

G. Pola Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar⁹.

⁹ Notoadmodjo, Soekidjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku, Jakarta. Rineka Cipta.

Pengertian Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Menurut Lawrence Green ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku, antara lain sebagai berikut :

1. Faktor Presdiposisi (redisposing factors), yakni terwujud dalam pengetahuan , sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan unsur-unsur yang ada pada individu dan masyarakat.
2. Faktor Pendukung (enabling factors), yakni terwujud dalam lingkungan fisik, mencakup sumber-sumber ketersediaan sarana dan prasarana.
3. Faktor Pendorong atau Penguat (reinforcing factors), yakni merupakan sikap dan perilaku tokoh masyarakat, tokoh agama, petugas kesehatan, termasuk undang-undang, peraturan daerah maupun pusat.

Penelitian Roger (1974) mengungkapkan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), di dalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan yakni :

1. *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
2. *Interest* (merasa tertarik), terhadap stimulus atau objek tersebut. Di sini sikap subjek mulai timbul.

3. *Evaluation* (menimbang-nimbang) terhadap baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya. Hal ini berarti sikap responden lebih baik lagi.
4. *Trial*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus.
5. *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

H. Teori S.O.R

Teori SOR (*Stimulus Organism Respon*) pertama kali dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Teori ini berpendapat bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Dalam hal ini, komunikasi diartikan sebagai proses aksi reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Asumsi dasar.

Teori S-O-R adalah. bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi. Unsur – unsur dalam teori ini adalah :¹⁰

1. Pesan (Stimulus)

Stimulus yang diberikan Organisme dapat diterima ataupun ditolak oleh komunikan itu sendiri, apabila stimulus itu dapat diterima oleh si individu maka stimulus tersebut efektif sehingga dapat mempengaruhi pada perubahan sikap perilaku individu tersebut, dan kebalikannya, jika stimulus tersebut tidak diterima atau

¹⁰ Hamidi, Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian, Malang:UMM Press, 2010

bahkan ditolak berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu tersebut.

2. Komunikan (Organisme)

Dengan diterimanya stimulus oleh si Komunikan maka Komunikan akan dengan senantiasa mengolah stimulus yang diterimanya, sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi terjalankannya stimulus yang diterimanya dengan kata lain yaitu mengambil sikap.

3. Efek (Respon)

Efek yang terjadi ialah berubahnya perilaku si komunikan setelah menerima stimulus dengan senantiasa dan mencoba menerapkannya di kehidupan seharinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori S.O.R ini sebagai pedoman untuk melakukan penelitian. Karena didalam pengaruh TikTok akan terjadi penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator(pencipta konten) dalam menyebarkan kontennya. Yang pada akhirnya memberikan efek ataupun respon dan reaksi positif atau negatif kepada para komunikannya itu sendiri.

I. Handphone

Handphone adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa kemana-mana (portabel, mobile) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel. ¹¹

¹¹ <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1466>

Gaya hidup saat ini yang bisa dikategorikan sangat modern sangat menentukan kehidupan para manusia. Diera sekarang segala hal dapat dikerjakan dengan mudah dan praktis. Hal ini merupakan dampak yang di timbulkan oleh munculnya berbagai variasi teknologi informasi dan komunikasi yang sangat bermanfaat dalam mempermudah seluruh aspek kehidupan manusia. Zaman sekarang ini manusia tidak bisa terlepas dari penggunaan teknologi informasi yang semakin berkembang dari hari ke hari dan semakin canggih. Akses komunikasi semakin cepat dan tidak lagi dibatasi oleh ruang atau lokasi yang jauh.¹²

Tujuan awal diciptakanya teknologi informasi adalah untuk membantu pekerjaan manusia dalam segala hal dan bidang, akan tetapi beberapa periode ini penyalahgunaan teknologi semakin marak terutama dikalangan masyarakat muda atau akrab dikenal dengan anak usia dini yang kelak akan menjadi penerus bangsa kita. Perkembangan teknologi informasi yang memengaruhi kondisi moral anak adalah maraknya penggunaan internet dan telepon selular atau akrab disebut handphone.

Handphone bukan lagi sekedar sarana komunikasi saja melainkan sebagai sarana hiburan melalui suara, gambar, video, tulisan, game dan fiturfitur lainnya. Sehingga saat ini para remaja berlomba-lomba untuk mencari dan memiliki handphone dengan kriteria yang lebih baik lagi dan hal tersebut berdampak negatif bagi remaja Indonesia.¹³

¹²<https://repository.uin-suska.ac.id/4457/3/BAB%20II.pdf>

¹³ 4 Franz Magnis-Suseno, *Etika Dasar; Masalah-masalah pokok Filsafat Moral*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), h. 114

Berikut beberapa pengaruh yang di akibatkan oleh penggunaan handphone, khususnya bagi siswa:

1) Pengaruh Positif

a) Mempermudah komunikasi. Misalnya saja ketika orang tua atau pihak keluarga akan menjemput anak ketika pulang sekolah/selesai melakukan kegiatan diluar rumah.

b) Menambah pengetahuan tentang perkembangan teknologi. Karena bagaimanapun teknologi sudah merambah hingga ke pelosok-pelosok desa. c) Memperluas jaringan persahabatan.

2) Pengaruh Negatif

a) Mengganggu Perkembangan Anak.

Dengan canggihnya fitur-fitur yang tersedia di handphone seperti kamera, permainan (games) akan mengganggu siswa dalam menerima pelajaran di sekolah. Tidak jarang mereka disibukkan dengan menerima panggilan, SMS, miscalled dari teman mereka bahkan dari keluarga mereka sendiri. Lebih parah lagi ada yang menggunakan handphone untuk mencontek (curang) dalam ulangan/ujian. Bermain handphone saat guru menjelaskan pelajaran dan sebagainya. Kalau hal tersebut dibiarkan, maka generasi yang kita harapkan akan menjadi budak teknologi.

b) Fitur hiburan pada handphone juga bisa menurunkan prestasi belajar siswa. Misalnya MP3, siswa bisa saja lebih suka bersantai dengan mendengarkan lagu ketimbang harus belajar. Selain MP3, ada game yang juga bisa membuat siswa lebih suka menuntaskan bermain game daripada menuntaskan tugas sekolah.

c) Menurunkan Konsentrasi Konsentrasi adalah tingkat perhatian kita terhadap sesuatu. Dalam konteks belajar, berarti tingkat perhatian siswa terhadap segala penjelasan dan bimbingan belajar sang guru. Seharusnya, seluruh 18 perhatian siswa diarahkan pada apa yang sedang mereka pelajari, tetapi seringkali handphone menyita sebagian besar waktu mereka. Sementara kita tahu bahwa penjelasan dan bimbingan guru merupakan salah satu cara belajar yang efektif. Jika mereka tidak memperhatikan, maka mereka telah kehilangan kesempatan untuk mengetahui apa yang telah mereka pelajari. Akibatnya, saat evaluasi, mereka tidak mempunyai bekal untuk evaluasi tersebut. Dan, nilai yang didapatkannya pasti rendah. Nilai rendah yang didapatkan siswa pada saat evaluasi diindikasikan sebagai proses pembelajaran yang tidak berhasil atau gagal.

d) Efek radiasi. Selain berbagai kontroversi di seputar dampak negatif penggunaannya, penggunaan handphone juga berakibat buruk terhadap kesehatan, ada baiknya siswa lebih berhati-hati dan bijaksana dalam menggunakan atau memilih handphone, khususnya bagi pelajar anak- anak. Jika memang tidak terlalu diperlukan, sebaiknya anak-anak jangan dulu diberi kesempatan menggunakan handphone secara permanen.¹⁴

e) Rawan terhadap tindak kejahatan. Pelajar merupakan salah satu target utama penjahat. Apalagi handphone merupakan perangkat yang mudah dijual, sehingga anak- 19 anak yang membawa handphone bisa di ikuti oleh maling yang mengincar handphone nya.

¹⁴www.semilirhati.blogspot.com. Dampak Positif dan Negatif HP Bagi Pelajar. (Diakses pada 27,12,22 pukul 01.27WIB)

f) Sangat berpotensi mempengaruhi sikap dan perilaku siswa. Jika tidak ada kontrol dari guru dan orang tua, handphone bisa digunakan untuk menyebarkan gambar-gambar yang mengandung unsur pornografi.

g) Pemborosan. Dengan mempunyai handphone, maka pengeluaran akan bertambah, apalagi jika handphone hanya digunakan untuk hal-hal yang tidak bermanfaat maka hanya akan menjadi pemborosan saja.

h) Menciptakan lingkungan pergaulan sosial yang tidak sehat. Ada keluarga yang tidak mampu, tetapi karena pergaulan dimana teman-temannya sudah dibelikan handphone sehingga mereka merengek-rengok kepada orang tuanya padahal orang tuanya tidak mampu.

i) Merusak akhlak. Anak akan sulit diawasi, khususnya ketika masa-masa pubertas, disaat sudah muncul rasa ketertarikan dengan teman lawan jenis, maka handphone menjadi sarana ampuh bagi mereka untuk komunikasi, tetapi komunikasi yang tidak baik. Hal ini akan mengganggu aktifitas yang seharusnya mereka lakukan yakni shalat/ Ibadah, makan, belajar 20 bahkan tidur karena mereka asyik sms-smsan dengan teman lawan jenisnya.

J. Media Sosial

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. Dari sisi bahasa, media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan medium atau wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk menyebarluaskan secara pengetahuan

dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet di dunia. Karjaluoto (2008:2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut.

Berdasarkan Karjaluoto (2008: 4), media sosial terdiri dari 6 macam, antara lain sebagai berikut :

1. Blog (blogs or web blogs), yaitu sebuah website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar. Banyak macam-macam blog di dunia, dan blog menjadi populer karena menyediakan perspektif yang utuh dan asli mengenai topik-topik tertentu.
2. Forum (Forums), yaitu sebuah situs dimana beberapa pengguna (users) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer adalah Kaskus. Di dalam Kaskus terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.
3. Komunitas Konten (content communities), yaitu situs yang memungkinkan pengguna (users) untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarkan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini menyediakan layanan untuk voting, sehingga

pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebar.

4. Dunia virtual (virtual worlds), merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs game on-line. Pengunjung dapat berinteraksi dan berjuang bersama dengan pengunjung lain atau dapat juga bersaing dengan pengunjung lain.
5. Wikis, yaitu situs penghasil data-data atau dokumen-dokumen. Dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (users) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs wikis.
6. Jejaring Sosial (social networks), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (users) untuk berkoneksi dengan pengguna (users) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya kk), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya LinkedIn). Salah satu media sosial yang cukup populer yaitu jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.¹⁵

¹⁵ Karjauloto, H. 2008. Trust And New Tegnology : Marketing And Management On Internet And
23

K. Aplikasi Tiktok

1. Pengertian Aplikasi TikTok

Secara garis besar, Aplikasi TikTok adalah aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-*scroll* layar ke atas maupun ke bawah.

TikTok terus tumbuh secara perlahan dan mulai mengglobal. Dengan aplikasi yang kelebihanannya menggunakan musik tanpa perlu takut terkena hak cipta pemiliknya, algoritma dari TikTok pula yang membuat aplikasi ini semakin populer, berbeda dengan Youtube atau Instagram, algoritma TikTok bisa menyebarkan konten pengguna siapapun tanpa melihat jumlah pengikutnya dengan mempelajari kebiasaan para pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain, yang dinamakan “For Your Page”. Saat pandemi Covid-19 mulai menyebar di awal tahun 2020 dan tagar #Stayhome mulai muncul dimana-mana.

Aplikasi TikTok semakin digandrungi oleh banyak orang di dunia untuk menghilangkan rasa jenuh disaat karantina berlangsung. Dengan membawakan format vertikal, TikTok hadir sebagai pembaru dalam bagaimana cara kita bersosial media. Pengguna TikTok bisa bebas memilih banyak musik dan menggunakan filter serta dapat melakukan konten *lipsync* ditambah algoritma “For your page” yang membuat semua orang bisa ikut berpartisipasi dalam membuat konten dan dapat dilihat banyak orang terlepas berapa banyak pengikut yang dimilikinya.

TikTok secara tidak langsung memberikan jawaban tentang “Apa yang harus kita tonton?”, dengan cara yang sama TikTok juga membantu kita menjawab

“Apa yang harus kita *posting*?” ketika sedang memainkannya. Hal ini menyebabkan tak akan ada habis-habisnya konten yang ada di TikTok karena hal itu akan saling berhubungan sampai tidak ada ujungnya. Pada akhirnya TikTok merupakan sosial media yang unik sekaligus platform sosial media pertama yang menggabungkan banyak karakteristik sosial media lain dalam satu aplikasi, yang membuat TikTok menjadi hawa baru untuk dunia sosial media pada dekade yang baru ini. TikTok perlahan akan mengubah cara kita bersosial media, bahkan jika kita menghindarinya.¹⁶

Seperti contoh kejadian disaat memasuki awal pandemi Covid-19 ketika saat itu seorang seleb TikTok yang mempunyai jutaan Followers ini bernama Dinda Shafay yang saat itu mengedukasi followers nya untuk memasukkan campuran air dengan cairan dettol ke air diffuser sehingga menurut dia udaranya juga terbebas dari virus dan juga bakteri, entah sumbernya dari mana tidak dapat disebutkan. Setelah konten tersebut banyak di unggah dan di tiru masyarakat yang mencobanya dirumah, dan tetapi tak selang berapa lama kemudian ada seorang dokter yang mempunyai akun TikTok kemudiaan menduetkan video akun Dinda Shafay dan menentang keras edukasi tersebut. Karena dalam ilmu kedokteran Dettol tidak dianjurkan dipakai seperti itu karenan jika dihirup akan dapat membahayakan untuk pernafasan dan bisa menyebabkan iritasi pernafasan. Seleb TikTok tersebut kemudian mendapatkan kritikan dari masyarakat karena menyebarkan informasi yang tidak jelas sumbernya.

¹⁶<https://arek.its.ac.id/hmsi/2021/09/08/tiktok-aplikasi-yang-mengubah-dunia-sosial-media/>
diakses pada (22,12,22 pada pukul 16.12 WIB)

Media bukan lah sebuah institusi yang memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikannya. Khalayak lah yang diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media tersebut (Aryani, 2006:7).

TikTok disini berperan sebagai media massa yang menyediakan banyak sekali pilihan-pilihan genre dalam konten TikTok, seperti komedi, dance, music, edukasi,sejarah dan masih banyak lainnya, sementara itu masyarakat berperan sebagai Khalayak. Jika banyak sekali konten TikTok maka khalayak lah yang berhak memilih apa yang ingin mereka tonton.

L. Anak Usia 9-12

Berdasarkan Undang-undang No. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, pasal 1 ayat 1, Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan. Sedangkan menurut WHO, batasan usia anak antara 0-19 tahun.¹⁷

Pada umumnya, anak usia 9-12 tahun duduk di kelas 4,5 dan 6 Sekolah Dasar (SD). Anak usia 9-12 tahun biasanya mempunyai ciri-ciri yang khas yaitu perhatiannya tertuju pada kehidupan praktis sehari-hari; rasa ingin tahu yang tinggi, ingin belajar dan realistik; timbul minat-minat pada pelajaran-pelajaran khusus; anak

¹⁷<https://kesmas.kemkes.go.id/konten/133/0/021113-kebutuhan-dasar-anak-untuk-tumbuh-kembang-yang-optimal#:~:text=Berdasarkan%20Undang%20Dundang%20No.%2023,anak%20antara%200%2D19%20tahun.>

memandang nilai sebagai ukuran yang tepat mengenai prestasi belajarnya di sekolah dan suka membentuk kelompok sebaya atau *peer group* untuk bermain bersama dengan membuat peraturan sendiri dalam kelompoknya. Anak pada usia 9-12 tahun ini termasuk pada tahap operasional konkrit menurut Jean Piaget.¹⁸

Untuk perkembangan emosional dan sosial, anak usia sekolah perlu diberikan kesempatan untuk belajar menerapkan peraturan dalam berinteraksi dengan orang lain di luar keluarga. Anak juga mengamati bahwa tidak semua keluarga berinteraksi dengan cara atau sikap yang sama bahwa tiap keluarga mempunyai perbedaan norma tentang perilaku yang diterima atau tidak diterima. Oleh karena itu, perlu bagi anak untuk mengembangkan kesadaran dan penghargaan terhadap perbedaan tiap keluarga sehingga dapat berhubungan dengan orang lain secara efektif.

Menurut Erikson, tugas perkembangan pada tahap ini adalah mengembangkan pola industri (produktif) versus inferioritas (rendah diri). Orang tua perlu mendukung dan menjadi contoh peran bagi anak untuk merangsang anak agar produktif. Perkembangan seksual dan citra diri tidak hanya berhubungan dengan aspek fisiologis, tetapi juga perasaan kompeten, penerimaan, dan penghargaan. Perasaan berhasil melakukan sesuatu menjadi sangat penting dalam proses tumbuh-kembang anak usia sekolah. Mereka juga telah memahami konsep gender bahwa anak laki akan menjadi bapak dan anak wanita akan menjadi ibu kalau sudah dewasa.¹⁹

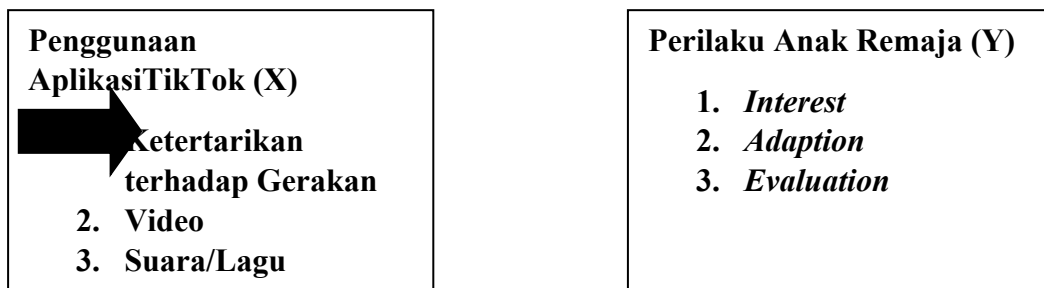
¹⁸<https://journal.uny.ac.id/index.php/wuny/article/view/2962>

¹⁹<https://dinsos.kulonprogokab.go.id/detil/589/tumbuh-kembang-anak-dan-remaja>

1.6. Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian bertujuan untuk memberikan urutan – urutan pemikiran secara logis dari peneliti dalam memecahkan masalah penelitian yang telah disusun. Berdasarkan kerangka teori maka dapat dibentuk sebuah kerangka konsep penelitian sebagai berikut.

Gambar 1.1



1.7. Operasional Variabel

Variabel bebas (X) Adalah aplikasi tiktok yang didefenisikan sebagai terjadinya pengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Variabel penggunaan aplikasi TikTok diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut.

- a. Ketertarikan ialah suatu perhatian yang mengandung dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu, misalnya seperti gerakan, hobi, pelajaran, atau yang bersifat pada kepribadian seseorang.
- b. Video ialah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan.

- c. Suara ialah penerimaan gelombang dan persepsi mereka oleh otak. Hanya gelombang akustik yang memiliki frekuensi antara 20 Hz dan 20 kHz, rentang frekuensi audio, yang menimbulkan persepsi pendengaran pada manusia.

Variabel Terikat (Y) didefinisikan sebagai perilaku anak remaja, sebab variabel ini dipengaruhi yang mengakibatkan perubahan perilaku pada si anak akibat aplikasi TikTok. Variabel perilaku anak remaja dapat diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut.

- a. Interest adalah suatu ketertarikan subjek terhadap objek tersebut.
- b. Adaption dimana subjek mulai berperilaku dengan apa yang sudah dikehendaki oleh si stimulus.
- c. Evaluation dimana subjek masih menimbang-nimbang antara baik atau tidaknya stimulus tersebut terhadap dirinya.

1.9. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah sebuah pernyataan yang masih diduga-duga atau belum terbukti kebenarannya. Dan untuk membuktikan kebenarannya, maka dibutuhkan penelitian.²⁰

Dalam penelitian ini, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut.

HO : Tidak terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak remaja.

²⁰Syahrum dan Salim: Metodologi Penelitian Kuantitatif. (Bandung: Citapustaka Medoa, 2012) h.98

HI : Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku anak remaja.

1.10 Metodologi Penelitian

Metode adalah: (Hasan,2004:04) “Penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya).²¹

²¹ Iqbal hasan, Analisis data penelitian dengan statistik, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kuantitatif, juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka.²²

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah sekitar rumah peneliti tepatnya Kelurahan Binjai, Kecamatan Medan Denai.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan juga subjek yang mempunyai kualitas dan juga karakteristik tertentu. Populasi dapat berupa orang, objek dan bendabenda alam. Populasi berupa jumlah yang ada pada objek dan subjek yang dipelajari serta seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.²³ Maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Orang Tua yang anaknya terpengaruh oleh TikTok di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai, dimana Kelurahan Binjai tersebut memiliki jumlah 20 lingkungan dan memiliki total KK 14.456 yang terdiri dari 51.732 populasi jiwa, dimana total laki-

²² Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D. Bandung. Alfabeta hal.213

²³ Kuswana, Dadang. 2011. Metode Penelitian Sosial. Bandung : CV. Pustaka Setia hal: 130

laki berjumlah 26.773 dan perempuan 24.959 dan total anak dibawah umur 12 tahun 7.563 hingga akhirnya peneliti memutuskan untuk mengambil perwakilan dengan jumlah satu atau dua orang tua di setiap lingkungan Kelurahan Binjai untuk dijadikan populasi dari penelitian tersebut.

Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel representatif. Sebuah sampel yang dijadikan contoh dalam penempatan atau pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel representative yang sifatnya mewakili terhadap populasinya.²⁴

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penetapan sampel menggunakan kriteria tertentu sehingga data yang diperoleh sesuai dan tepat menjelaskan permasalahan penelitian. Adapaun kriteria sampel yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

- 1) Orang tua yang memiliki anak usia mulai 9-12 tahun
- 2) Anak yang dimiliki sudah memiliki aplikasi Tiktok
- 3) Berdomisili di Kelurahan Binjai Kec Medan Denai.

Berdasarkan kriteria, maka jumlah sampel yang mampu mewakili populasi adalah sebesar 30 responden.

²⁴ Syahrudin dan Salim, Metodologi penelitian Kuantitatif (Bandung: Citapustaka Media, 2012) hal:113

1.11 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:²⁵

1. Penelitian kepustakaan (Library research) Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang akan diteliti.
2. Penelitian Lapangan (Field research) Yaitu penelitian yang didasarkan pada tinjauan langsung pada objek yang akan diteliti untuk mempermudah data-data primer.
3. Pengamatan (Observasi) Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk mengamati secara dekat dengan masalah yang dihadapi.
4. Angket (Quisioner) Yaitu teknik pengump`ulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.

1.12. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan statistik baik berupa statistik deskriptif maupun statistik inferensial tergantung pada metode yang digunakan. Agar suatu penelitian itu tepat sasaran dan mengarah ke tujuan maka perlu dilakukan penetapan skala item pernyataan kuesioner. Skala yang dipakai adalah skala likert skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Biasanya pertanyaan yang dipakai

²⁵ Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D. Bandung. Alfabeta Sugiono:107)

untuk penelitian disebut variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik. Nama Skala Likert sendiri diambil dari nama penciptanya, yakni Rensis Likert yang merupakan seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat. Tingkat persetujuan yang dimaksud dari skala likert 1-5 pilihan, dengan gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut tingkatannya.

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Namun beberapa penilaian indikator perlu menggunakan *reserve scale* dengan membalikkan ketentuan skala dengan menyesuaikan indikator yang *favoritable* dengan indikator *unfavoritable* serta menghindari adanya bias. Berikut adalah ketentuan skala *reserve*.

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Pada penelitian ini, penggunaan skala *reserve* diterapkan pada item pernyataan 1,2,3,4,9,10,11,12,13,16 pada variabel penggunaan aplikasi Tiktok dan item pernyataan 2 dan 4 pada variabel perilaku anak remaja. Data inilah yang diperoleh untuk mengetahui pendapat, persepsi hingga seseorang terhadap sebuah

fenomena yang sedang terjadi atau di teliti. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diucap Sugiyono, Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat dan persepsi terhadap individu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang menjadi objek penelitian.

Setelah data terkumpul maka diolah untuk memastikan bahwa instrumen tersebut valid dan reliabel untuk dijadikan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian validitas yang dilakukan memiliki ketentuan dimana r hitung $>$ r tabel atau $\text{sig.} < 0,05$, dan data dianggap reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $>$ $0,6$. Apabila item pernyataan dianggap valid dan reliabel maka dapat dilakukan analisis menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dengan bantuan *software* SPSS. Metode regresi ini diterapkan untuk memperoleh jawaban secara statistik terhadap hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian diuraikan dalam bentuk pembahasan yang kemudian disimpulkan dan dibuat saran. Setelah itu didesain laporan hasil penelitian yang mudah untuk dipahami oleh orang lain, Sugiyono (2010).

1.13. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui isi dari pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka di kemukakan sistematika penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan penelitian. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

- BAB II : Uraian Teoritis

Didalam bab ini mencakup tentang pengertian Komunikasi massa beserta fungsi dan yang lainnya, komunikasi psikologi, pola perilaku, teori sor, dan jajaran teoritis pendukung seperti handphone, media social, Tiktok, dan anak usia 9-12 tahun.

- BAB III : Deskripsi Lokasi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang meninjau langsung lokasi penelitian di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai.

- BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini akan dikemukakan penyajian data beserta pengujian data.

- BAB : Penutup

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui panca indera atau juga disebut proses sensoris. Proses ini tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan yaitu merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi.²⁶

Persepsi merupakan inti komunikasi. Maksud yang terkandung disini bahwasanya persepsi mempunyai peranan yang terbilang cukup penting dalam berhasilnya suatu komunikasi, artinya kecermatan dalam mempersepsikan stimulus inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan kerncuan sebuah pesan yang menyebabkan salah paham atau yang disebut *miss-communication*²⁷, definisi lainnya mengenai persepsi yaitu menurut Kotler²⁸ menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses di mana seseorang dapat memilih, mengatur, dan mengartikan informasi menjadi suatu gambar yang sangat berarti di dunia.

Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera. Kesan yang diterima individu sangat tergantung pada

²⁶ Bimo, Walgito. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: C.V Andi

²⁷ Aw, Suranto. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu

²⁸ Kotler, Philip 2004. Marketing Management, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.

seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berpikir dan belajar,serta dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam diri individu²⁹.

A. Karakteristik Persepsi

Karakter persepsi menurut Busch dan Houston (1985)³⁰, karakteristik persepsi dapat didefinisikan sebagai berikut:

a. Bersifat selektif

Manusia mempunyai keterbatasan dalam hal kapasitas atau kemampuan mereka dalam memperoleh semua informasi dari lingkungan. Seseorang pasti berhadapan dengan sub kumpulan yang terbatas dari objek-objek maupun peristiwa yang banyak sekali dalam lingkungan mereka. Masyarakat cenderung memperhatikan aspek lingkungan yang berhubungan dengan urusan pribadi mereka.

b. Terorganisir dan teratur

Suatu perangsang atau pendorong tidak bisa dianggap terisolasi dari perangsang lain. Rangsangan-rangsangan dikelompokkan ke dalam suatu pola ataupun informasi yang membentuk keseluruhan, jadi ketika seseorang memperhatikan sesuatu, perangsang harus berusaha untuk mengatur. Stimulus adalah apa yang dirasakan dan arti yang terdapat didalamnya adalah fungsi dari perangsang tersebut atau pendorong itu sendiri.

c. Subyektif

Persepsi merupakan fungsi dari factor pribadi hal-hal yang berasal dari sifat penikmat atau perasa, kebutuhan, nilai-nilai, motif, pengalaman, masa lalu, pola

²⁹ Titik Triwulan Tutik, 2006, Pokok-pokok Hukum Tata Negara, Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta

³⁰ Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen, Jakarta: Ghalia Indonesia

pikir, dan kepribadian seseorang dalam individu dalam memainkan sebuah peran dalam persepsi.

B. Macam-Macam Persepsi

Menurut Parek berdasarkan indra sebagai penerima stimulus, terdapat beberapa jenis persepsi, yaitu:

1) Persepsi visual

Persepsi visual dari indera penglihatan yaitu mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual adalah hasil dari apa yang kita lihat, baik sebelum kita melihat atau masih membayangkan serta sesudah melakukan pada objek yang dituju.

2) Persepsi auditoria atau pendengaran

Persepsi auditoria merupakan persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang didengarnya.

3) Persepsi perabaan

Persepsi perabaan merupakan persepsi yang didapatkan dari indera perabaan yaitu kulit. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang disentuhnya atau akibat persentuhan sesuatu dengan kulitnya.

4) Persepsi penciuman

Persepsi penciuman merupakan persepsi yang didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang di cium.

5) Persepsi pengecap

Persepsi pengecap atau rasa merupakan jenis persepsi yang didapatkan dari

inderapengecapian yaitu lidah. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang diecap atau rasakan.

C. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rahmatullah³¹ terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu sebagai berikut:

Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor yang mempengaruhi persepsi dari dalam diri individu. Faktor internal mencakup beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

a. Fisiologis

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

b. Perhatian

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

c. Minat

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan manusia sebagai bentuk suatu perhatian

³¹ Rahmatullah, P. 2014. Pneumonitis Dan Penyakit Paru Lingkungan. In S. Setiati, I. Alwi, A. W. Sudoyo, B. Setiyohadi, A. F. Syam, dan K. S. Marcellus, Ilmu Penyakit Dalam Jilid II Edisi VI (pp. 1075-1723). Jakarta: Interna Publishing.

terhadap tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

d. Kebutuhan yang searah

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

e. Pengalaman dan ingatan

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

f. Suasana hati

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

Faktor Eksternal

Merupakan faktor terluar yang mempengaruhi persepsi. Faktor-faktor itu diantaranya adalah karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlihat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya, beberapa diantaranya yaitu :

1. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian

pada gilirannya membentuk persepsi.

2. Warna dari obyek-obyek

Obyek-obyek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

3. Keunikan dan kontrasan stimulus

Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

4. Intensitas dan kekuatan dari stimulus

Stimulus dari luar memberi makna yang lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

5. *Motion* atau gerakan

Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

D. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Hamka³² proses terjadinya persepsi ada beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:

a. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, yaitu proses ditangkapnya suatu stimulus (objek) oleh panca indera.

b. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis,

³² Hamka, M. (2002). Pengaruh Persepsi Kerja dan Pengawasan Kerja Terhadap Motivasi Berprestasi. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi. Surakarta: UMS.

yaitu proses diteruskannya stimulus atau objek yang telah diterima alat indera melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak.

c. Tahap ketiga merupakan proses yang dikenal dengan nama proses psikologis, yaitu proses dalam otak, sehingga individu mengerti, menyadari, menafsirkan dan menilai objek tersebut.

d. Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan, gambaran atau kesan.

e. Teori Persepsi

Secara umum, persepsi adalah proses internal kita memilih mengevaluasi dan mengorganisasikan stimuli dan lingkungan kita. Definisi persepsi lainnya yaitu persepsi sebagai proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis sebuah informasi.

Ketika para ahli fisika meneliti fenomena alam, atau ketika insinyur menguji mesin, persepsi mereka boleh jadi mendekati akurat. Namun ketika mereka berkomunikasi dengan manusia lainnya, baik dengan sesama ilmuwan atau bahkan dengan pasangan hidup mereka, persepsi mereka mungkin kurang atau bahkan belum mewakili seperti apa yang mereka inginkan karena jawaban itu masih berdasarkan motif, perasaan, nilai, dan kepentingan dan tujuan yang berlainan.

Asumsi-asumsi mengenai teori persepsi ini adalah :

- Pola-pola perilaku berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas yang telah dipelajari
- Oleh karena perbedaan biologis dan pengalaman yang berbeda, tidak ada

individu yang mempersepsi realitas yang persis sama.

2.2. Anak

Definisi Anak

Anak ialah sebutan bagi orang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih berada di dalam kandungan ibunya, pengertian ini juga yang terdapat pada Undang-undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak yang berarti segala kepentingan akan pengupayaan perlindungan terhadap anak sudah dimulai sejak anak tersebut berada didalam kandungan hingga berusia 18 tahun³³.

Anak adalah makhluk yang membutuhkan pemeliharaan, kasih sayang dan tempat bagi perkembangannya.

Dari perspektif Augustinus³⁴ yang dipandang sebagai peletak dasar permulaan psikologi anak, mengatakan bahwa anak Tentunya takkan bisa disamakan dengan orang dewasa, anak justru cenderung untuk melakukan suatu penyimpangan dari hukum dan juga ketertiban yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengertian terhadap realita kehidupan, anak-anak lebih mudah belajar dengan contoh-contoh yang diterimanya dari aturan-aturan yang bersifat memaksa.

E. Karakteristik perkembangan anak

Menurut Damayanti⁸ berikut ini adalah karakteristik anak sesuai tingkat perkembangan yang dimulai dari :

³³ Damayanti. 2008. Tumbuh kembang dan terapi bermain pada anak. Jakarta: EGC

³⁴ Suryabrata, Sumadi. 1987. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Rajawali.

1. Usia bayi (0-1 tahun)

Pada masa ini bayi belum dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya dengan kata-kata. Oleh karena itu, komunikasi dengan bayi lebih banyak menggunakan jenis komunikasi non verbal. Pada saat lapar, haus, basah dan perasaan tidak nyaman lainnya, bayi hanya bisa mengekspresikan perasaannya dengan menangis. Walaupun demikian, sebenarnya bayi dapat berespon terhadap tingkah laku orang dewasa yang berkomunikasi dengannya secara non verbal, misalnya memberikan sentuhan, dekapan, dan menggendong dan berbicara lemah lembut.

Ada beberapa respon non verbal yang biasa ditunjukkan bayi misalnya menggerakkan badan, tangan dan kaki. Hal ini terutama terjadi pada bayi kurang dari enam bulan sebagai cara menarik perhatian orang. Oleh karena itu, perhatian saat berkomunikasi dengannya. Jangan langsung menggendong atau bahkan sampai memangkunya karena bayi akan merasa takut. Lakukan komunikasi terlebih dahulu dengan ibunya. Tunjukkan bahwa kita ingin membina hubungan yang baik dengan ibunya.

2. Usia pra sekolah (2-5 tahun)

Karakteristik anak di masa ini terutama pada anak dibawah 3 tahun yaitu perasaannya sangat egosentris. Selain itu, anak juga mempunyai perasaan takut kepada perasaan ketidaktahuan sehingga anak perlu diberi tahu tentang apa yang

akan akan terjadi padanya. Misalnya, pada saat akan diukur suhu, anak akan merasa melihat alat yang akan ditempelkan ke tubuhnya. Oleh karena itu jelaskan bagaimana akan merasakannya. Beri kesempatan padanya untuk memegang thermometer sampai ia yakin bahwa alat tersebut tidak berbahaya untuknya. Dari hal bahasa, anak belum mampu berbicara fasih. Hal ini disebabkan karena anak belum mampu berkata-kata 900-1200 kata.

3. Usia sekolah (6-12 tahun)

Anak pada usia ini sudah sangat peka terhadap stimulus yang dirasakan yang mengancam keutuhan tubuhnya. Oleh karena itu, apabila berkomunikasi dan berinteraksi sosial dengan anak diusia ini harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti anak dan berikan contoh yang jelas sesuai dengan kemampuan kognitifnya. Anak usia sekolah sudah lebih mampu berkomunikasi dengan orang dewasa. Perbendaharaan katanya sudah banyak, sekitar 3000 kata dikuasi dan anak sudah mampu berpikir secara konkret

4. Usia remaja (13-18 Tahun)

Fase remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari akhir masa anak-anak menuju masa dewasa. Dengan demikian, pola pikir dan tingkah laku anak merupakan peralihan dari anak-anak menuju orang dewasa. Anak harus diberi kesempatan untuk belajar memecahkan masalah secara positif. Apabila anak merasa cemas atau stress, jelaskan bahwa ia dapat mengajak bicara teman sebaya atau orang dewasa yang ia percaya.

Berdasarkan kriteria usia yang dilihat dari tahap perkembangan⁸ ini, peneliti akan mengambil anak-anak yang menggunakan Tiktok pada usia 6-12 tahun yang dapat dikategorikan anak-anak pada usia sekolah.

2.3. Media Sosial

Definisi Media Sosial

Menurut Antony Mayfield (2008) media sosial merupakan media yang penggunaannya mudah berpartisipasi,berbagai serta menciptakan peran,khususnya seperti blog,jejaring sosial,wiki/ensiklopedia online,forum-forum maya,termasuk juga *virtual worlds* (dengan *avatar*/karakter 3D). Media sosial merupakan suatu kelompok aplikasi yang memiliki dasar internet yang membangun itu di atas dasarideologi serta juga teknologi Web 2.0 serta juga yang hal tersebut memungkinkan penciptaan dan juga pertukaran *user generated content*³⁵. Media sosial atau jejaring sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan tiap-tiap individu untuk membangun profil publik maupun juga semi publik dalam sistem terbatas,daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan berguna juga untuk melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem yang saling terhubung satu dan lainnya.

F. Karakteristik Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan

³⁵ Kaplan,Andreas,Michael HaenLein, 2010.User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons

masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi.
Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itusendiri.
- b) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasidialogis antara banyak audiens.

G. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Puntoadi³⁶ ada beberapa jenis media sosial saat ini yaitu :

- a) *Bookmarking*
Bookmarking menawarkan peluang untuk membagikan link yang menjadi minat. Hal itu memiliki tujuan supaya setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.
- b) *Content Sharing*
Melalui situs jenis ini, tersebut orang membuat berbagai media dan publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Youtube dan Flickr adalah situs content sharing yang serinkali dikunjungi oleh banyak orang.
- c) *Wiki*

³⁶ Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media .Jakarta (ID) : PT Elex Komputindo.

Sebagai situs yang mempunyai beragam karakteristik yang berbeda seperti situs knowledge sharing, wikitravel yang mempunyai fokus terhadap informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.

d) *Flickr*

Situs milik Yahoo ini adalah situs khusus dalam berbagi *image sharing* dengan kontributor yang ahli pada masing bidang fotografi diseluruh dunia. Flickr membuat daftar daftar foto dalam katalog yang masing-masing produk dapat dipasarkan.

e) *Social Media*

Kegiatan yang memakai fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjadil suatu hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking itu antara lain LinkedIn, facebook dan MySpace.

f) *Creating Opinion*

Media sosial ini menawarkan sarana untuk berbagi pendapat dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui creating opinion, seluruh orang dapat menjadi penulis, jurnalis dan juga komentator.

Dalam peelitian ini, peneliti mengambil aplikasi media sosial berbasis berbagi konten atau *content sharing* sebagai media sosial yang menjadi patokan peneliti untuk mengambil hasil penelitian yaitu berupa persepsi orangtua terhadap anak-anak sebagai pengguna media sosial tersebut.

2.4. TikTok

1. Definisi TikTok

TikTok adalah jejaring sosial media dalam bentuk video. Di mana dalam durasi 15 detik kamu dapat membuat video dengan *filter-filter* yang *spesial* serta menggunakan lagu yang tengah tenar, ataupun hanya menonton konten-konten menarik yang tersedia disana. Selain itu, kita juga bisa membagikan video yang dibuat ke aplikasi lain seperti Twitter hingga Instagram.

TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dalam *platform* video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance. Dulunya aplikasi ini memiliki nama *Douyin* yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, *Douyin* pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu TikTok.

Namun dalam perjalanannya menguasai dunia, ternyata muncul aplikasi serupa dan *happening* di Amerika Serikat. Aplikasi tersebut dikenal dengan nama Musical.ly. Menggunakan Musical.ly, kamu bisa merekam video selama 15 detik dengan konsep *lipsync*.

2. Macam-macam konten yang beredar di TikTok

Baru-baru ini, TikTok Indonesia membeberkan beberapa kategori video TikTok yang sering muncul di FYP/*for your page* (salah satu fitur semacam beranda untuk melihat video yang jumlah *viewers* dan *like* dengan jumlah banyak).

Berikut 5 kategori konten TikTok yang paling banyak digemar para *content creator*, berikut beberapa macam kontennya (www.era.id ,15/12/20)

a. Komedi

Orang Indonesia memang terkenal sebagai bangsa yang humoris, dan itu terlihat

dari munculnya berbagai jenis konten komedi yang ada di TikTok -mulai dari sketsa, parodi, sampai stand-up comedy. Misalnya, Inul Darasista yang membuat konten lucu bersama sang suami.

b. Education

Konsep video edukasi yang memberikan pembelajaran Bahasa Korea sejarah, kesehatan bahkan berita terkini, dan lain-lainnya juga sangat diminati tahun ini. Selebriti kenamaan seperti Rizky Febian dan Vidi Aldiano menjadi tiga di antaranya yang cukup populer.

c. Beauty

Menjadi tren sepanjang tahun 2020 ini, #passthebrushchallenge menjadi viral dan diikuti oleh banyak orang. Selain challenge, ada pun *content creator* yang membuat tutorial *makeup* cepat dengan menggunakan video TikTok.

d. Talent

Berbagai duet yang menjadi konten TikTok tahun 2020 membuat beberapa lagu lawas seperti Kopi Dangdut menjadi *booming* kembali. Lagu Lathi dari *Weird Genius* menjadi *Top Music Tracks* disusul Ampun Bang Jago. TikTok berhasil menumbuhkan kreativitas netizen. Kreator atau para pembuat konten super kreatif yang berkarya di TikTok dan langsung mencuri perhatian seperti @cheryantoinette, @dhiarcom dan @idgitaf. Ketiga akun ini menjadi yang paling memikat para pengguna TikTok karena sukses memanfaatkan banyak fitur yang ada di TikTok.

e. Food

Di masa pandemi, konten kuliner terutama memasak memang banyak digemari karena banyak orang memilih memasak sendiri di rumah karena banyak restoran maupun tempat makan yang tutup sementara.

3. Dampak Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok

Sebagai aplikasi video yang juga mengasah kemampuan hingga mengusir kebosanan pada masa pandemi Covid-19 (*Coronavirus Desease*), TikTok tentunya memiliki dampak positif dan juga negatifnya sebagaimana berikut ini:

- a. Sebagai salah satu aplikasi yang dapat memperlihatkan apa apa saja hal baru yang akan *viral* melalui video dan bersosialisasi melalui kolom komentar dan sling ikut/mengikuti (sfollow) sesama akun pengguna.
- b. Sebagai Media Edukasi,informasi tentang berbagai hal-hal yang jarang orang ketahui selama ini seperti sejarah,kesehatan,bahkan informasi-informasi seputar kuliner sekita,dan lain-lain.
- c. Pada 2019, Bytedance merilis aplikasi serupa namun lebih hemat penggunaan kuota bernama TikTok Lite, seperti namanya tentu ada juga Fitur yang ada di TikTok Biasa Namun tidak ada di TikTok Lite seperti Duet (Memungkinkan penggunaan agar biasa membuat video baru untuk mengimbangi video yang ia duetkan bersamaan), akar tetapi pada TikTok Lite ini tersedianya fitur yang memungkinkan para pengguna mendapatkan sejumlah uang dengan mengundang teman sesama pengguna dan saling menonton video.
- d. Aplikasi ini juga berfungsi sebagai wadah untuk mengekspresikan kreativitas khususnya dalam pembuatan video, aplikasi Tik Tok sendiri merupakan platform untuk membuat video dengan efek spesial dan unik dengan mudah. Tik

Tok juga menyuguhkan berbagai macam musik untuk latar video, sehingga penggunaanya dapat menciptakan video yang lebih menarik.

e. Aplikasi tiktok ini juga berbasis video dan musik, dan dapat melatih diri remaja atau anak-anak untuk mengasah skill editing video, untuk konten-konten yang lebih bermanfaat.

Setelah mengkaji beberapa poin positif dari TikTok sendiri, tentunya juga aplikasi ini terdapat banyak dampak negatif untuk remaja dan juga anak-anak sudah banyak artikel yang membahas tentang dampak negatif dari tiktok sendiri sampai kominfo harus memblokir aplikasi tiktok di Indonesia, salah satunya segi negatif dari TikTok sendiri adalah :

- a) Secara tidak langsung, tiktok menjadi penyebab generasi remaja untuk suka bergoyang ria, Apabila anda termasuk seseorang yang sering aktif di Instagram, pastinya anda akan menjumpai beberapa netizen dengan berbagai video yang dibuat dengan menggunakan aplikasi tiktok ini. Ada yang biasa saja, dan ada yang luar biasa keterlaluan. Bahkan ada beberapa remaja dan anak-anak bergoyang ria yang tidak wajar.
- b) Membuat video yang tidak sewajarnya, bahkan tidak hanya remaja saja mereka melibatkan anak-anak kecil dalam pembuatan video TikTok dan tak segan menampilkan gaya bernyanyi, menari dan berlagak layaknya orang dewasa tanpa memikirkan akan maknanya baik positif ataupun negatif.
- c) Apabila ini dianggap sebagai media hiburan, maka *Youtube* lebih baik. Memang benar adanya bahwa tujuan aplikasi ini diperuntukkan sebagai

media hiburan,akan tetapi hiburan yang berlebihan juga tidaklah benar. Kita mungkin sudah akrab dengan berbagai berita *viral* yang mengheboh alias miris melibatkan aplikasi ini. Sebenarnya kita dapat mengasah kemampuan menjadi *video creator* langsung dengan aplikasi-aplikasi yang lebih memadai.

- d) Terdapat banyak video yang tidak pantas menjadi contoh yang tidak baik bagi perilaku remaja dan anak jaman sekarang. Mungkin kita juga sudah sama-sama tahu banyaknya video dengan aksi-aksi yang tidak pantas dilakukan penggunanyayang meleceh kepada penistaan agama seperti
- e) membuat video menari-nari bersama saat melaksanakan sholat. Ironisnya banyak akun yang mengunggah video sejenis tanpa mereka bisa menyadari bahwa video yang mereka tiru itu bukanlah hal yang pantas untuk di tiru yang dapat membuat kenakalan anak jaman sekarang semakin beragam. Dalam hal ini diperlukan peran keluarga dan peran orang tua dalam mendidik anak-anaknya dengan memberikan pengarahan pada anak yang ketergantungan akan penguasaan aplikasi ini.
- f) Aplikasi TikTok ini Menjadikan manusia terlalu kreatif demi video yang lucu dan menarik sehingga tidak mampu .menilai mana yang pantas dan mana yang tidak. Banyak remaja yang memang kreatif dalam membuat video agar bisa mendapat banyak respon dari orang lain,Tetapi mereka menjadi seperti tidak berpikir dahulu sebelum merekam apa yang mereka lakukan,berpikir seakan-akan menjadi terkenal pada fitur FYP(*for your page*/beranda,semacam fitur dimana video-video yang muncul adalah yang

banyak ditontok dan disukai) daripada memikirkan bagaimana image diri mereka akan tercemar.

2.5. Definisi Operasional

Komunikasi Interpersonal

Salah satu jenis komunikasi yang memerlukan 2 orang atau lebih untuk bertukarpesan satu sama lainnya yang biasanya tanpa adanya perantara media atau komunikasi langsung agar pesan cepat tersampaikan melalui kata, gerak tubuh atau isyarat lainnya.

Persepsi

Proses dimana seseorang mampu membaca suatu keadaan,serta memaknainya berdasarkan sudut pandangnya (Perspektif) masing-masing,oleh karena itu,tiap orang dari latar belakang yang berbeda tentunya memiliki persepsi berbeda pula.

Anak

Seseorang yang masih tergolong dalam usia yang muda yaitu berkisar pada umur 1-17 tepatnya sebelum memasuki usia remaja (18 Tahun). Anak masih harus dalam bimbingan orangtuanya atau siapumpn yang mengasuhnya karena masih dalam tahap untuk belajar untuk melakukan sesuatu sedari dasarnya.

Media Sosial

Yaitu suatu wadah dimana orang-orang dapat bertemu secara *virtual* (Maya) serta bersosialisasi,berbagi informasi baik satu sama lain atau satu ke banyak

orang,dalam media sosial,informasi yang disebarkan akan cepat mendapat *feedback* dari pengguna lainnya nereda dengan media massa yang tak dapat secara langsung mendapat *feedback*.dan si pengirim cenderung mudah diketahui.

TikTok

Merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berbasis video *lip-synchronisation* atau yang disingkat *lip-synch* (sinkronasi gerak bibir dengan musik atau suara rekaman) penerus dari Dubsmash dan Musical.ly,yang pada awalnya hanya sebagai applikasi untuk bernagi video seru & menghibur seperti *lip-synch*,namun sekarang berbagai macam konten dapat ditemukan disana.