

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1. Penelitian Sebelumnya

Penulis telah meninjau dan mencari penelitian sebelumnya untuk melihat perbandingan serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian ini. Berikut ini merupakan beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan :

1. Wisnu Nugroho Aji (2020) tentang Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi TikTok bersama dengan penggunaan metode dan teknik yang tepat, dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran yang interaktif untuk pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Didalam penelitian yaitu manfaat menggunakan aplikasi TikTok yang dijadikan sebagai salah satu media pembelajaran.
2. Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020) tentang Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial TikTok terhadap kepercayaan diri remaja sebesar 54,5 %. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Putri Robiatul menggunakan pendekatan kuantitatif dengan informan penelitian yaitu remaja.

3. Penelitian Andita Raras Putri Wiwoho (2020) tentang Makna Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Generasi Z (Studi Fenomenologi Terhadap Pengguna Aplikasi TikTok). Dari penelitian pengguna TikTok mendapat banyak keuntungan positif yaitu menambah teman dan juga dapat melakukan kolaborasi konten video bersama pengguna/creator lain yang seiring berjalannya waktu mendatangkan keuntungan lain seperti endorsement.
4. *Khairana Filzah Faradis (2021) tentang Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Konsentrasi Belajar Mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.* Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa, pada uji regresi linier sederhana terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Yaitu $< 0,05 = 0,007$. Artinya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dapat dinyatakan signifikan. Dan dapat diketahui pula bahwa penggunaan aplikasi TikTok memberikan kontribusi 7,1% dalam tingkat konsentrasi belajar mahasiswa selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Meri Zaputri (2021) tentang Dampak Kecanduan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Di Iain Batusangkar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kecanduan media sosial TikTok terhadap perilaku belajar mahasiswa IAIN Batusangkar. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dan dokumentasi.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Wisnu Nugroho Aji (2020): “Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia”.	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama tentang aplikasi TikTok	Perbedaannya yaitu dalam penelitian sebelumnya aplikasi TikTok digunakan sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra, sedangkan dalam penelitian ini yaitu meneliti tentang dampak media sosial/aplikasi TikTok terhadap perilaku siswa sekolah dasar.
2	Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020): “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”.	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang media sosial TikTok.	Perbedaannya pada variabel y nya yaitu dalam penelitian sebelumnya kreatifitas remaja, sedangkan dalam penelitian ini yaitu perilaku siswa sekolah dasar. Jenis penelitian juga berbeda, dalam penelitian sebelumnya jenis penelitian kuantitatif, sedangkan dalam penelitian ini yaitu kualitatif.

3	Andita Raras Putri Wiwoho (2020) : “Makna Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Generasi Z (Studi Fenomenologi Terhadap Pengguna Aplikasi TikTok)”.	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan aplikasi TikTok dan jenis penelitian samasama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaannya yaitu dari segi yang diteliti, dalam penelitian sebelumnya meneliti makna/positif dari penggunaan TikTok, sedangkan penelitian ini meneliti dampak dari penggunaan aplikasi TikTok.
4	Khairana Filzah Faradis (2021) : “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Konsentrasi Belajar Mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta”	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan TikTok.	Perbedaannya,jika penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif.
5	Meri Zaputri (2021) : “Dampak Kecanduan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Di Iain Batusangkar”	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang dampak dari media sosial TikTok dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan yaitu penelitian sebelumnya membahas dampak dari TikTok terhadap mahasiswa, jika penelitian ini membahas dampak dari TikTok terhadap siswa sekolah dasar dan lokasi penelitian yang berbeda.

1.2. Tinjauan Pustaka

A. Dampak

1. Definisi Dampak

Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan suatu akibat tertentu (baik positif maupun negatif). Dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktifitas, aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah, baik kimia, fisika maupun biologi.

Dampak dapat bersifat biofisik dapat pula bersifat sosio-ekonomi dan budaya. Dampak bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat, dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Adapun pengertian dampak positif dan negatif, yaitu:

a. Dampak Positif

Dampak positif merupakan pengaruh yang ditimbulkan dari suatu perbuatan yang berakibat baik bagi seseorang atau lingkungan

b. Dampak Negatif

Dampak negatif adalah pengaruh yang ditimbulkan dari suatu perbuatan yang berakibat tidak baik atau buruk bagi seseorang ataupun lingkungan.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa dampak adalah segala sesuatu yang timbul akibat adanya suatu kejadian yang ada didalam masyarakat dan menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif

atau negatif terhadap kelangsungan hidup. Pengaruh positif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan pengaruh negatif menunjukkan perubahan kearah yang lebih buruk.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.

Pengertian Sosial Media Menurut Chris Brogan (2010 : 11) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan sosial media sebagai berikut: Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa, (*Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person*).

Media sosial merupakan sekelompok alat komunikasi dari berbagai aplikasi berbasis dari internet. Sehingga jangkauannya lebih luas untuk berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial atau yang

dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, supaya para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Semua itu merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial menurut para Ahli sebagai berikut ini :

- 1) Menurut Mandibergh, Media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated contec*)
- 2) Menurut Shirky Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), berkerja sama (*to co-operate*) melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka organisasi.
- 3) Menurut Boyd, media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak untuk meningkatkan kemampuan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.
- 4) Menurut Van Dijk, Media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena media sosial bisa dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang

menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.

- 5) Menurut Meike dan Young, media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media atau alat berinteraksi, berkerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan orang lain dan membentuk ikatan sosial namun dilakukan secara individu.

2. Jenis Media Sosial

Kehidupan masyarakat saat ini sudah tidak bisa dipungkiri lagi, bahwa setiap melakukan aktivitas apapun dan dimanapun sering kali mengakses media sosial. Mulai dari mencari informasi yang lagi viral di waktu itu juga, berbisnis, ataupun hanya sekedar mencari hiburan saja. Saat ini media sosial terdapat enam jenis, yaitu:

1) Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial merupakan media sosial yang sangat populer digunakan oleh pengguna untuk menjalin jaringan pertemanan. Pertemanan tersebut bukan hanya sekedar berteman dengan orang yang sudah pengguna ketahui di dunia nyata saja, akan tetapi biasanya pengguna saling berkenalan di dunia maya dengan saling mengikuti akun satu sama lain yang selanjutnya

berteman di dunia nyata. Contohnya seperti media sosial Facebook dan Tiktok.

2) Blog

Blog merupakan sebuah personal homepage yang merupakan sebuah media sosial untuk berbagi catatan dan pandangan pengguna blog tersebut (blogger), yang kemudian dapat dibaca dan dikomentari oleh pengguna lain. Contohnya adalah Blogspot dan WordPress.

3) Layanan Mikro (Microblogging)

Microblogging memiliki kegunaan yang hampir sama dengan Blog, perbedaannya microblogging ini lebih singkat dari pada Blog. Seorang pengguna yang memiliki akun tersebut menulis atau mengunggah konten lalu mempublikasikan dalam media sosial tersebut yang bisa dilihat dan dikomentari oleh pengguna lainnya. Contohnya yaitu Twitter.

4) Media Sharing

Media sharing merupakan sebuah aplikasi yang memfasilitasi penggunaanya dapat berbagi dokumentasi, gambar, dan video. Para pengguna juga dapat berinteraksi dengan mengomentari konten tersebut. Contohnya yaitu Youtube, Instagram, dan Snapchat.

5) Penanda Sosial

Media sosial yang sering dikenal dengan agregator dan kurator ini cara kerjanya adalah menyimpan, mengelola, serta sebagai tempat mencari suatu informasi atau berita tertentu.

6) Media Konten Bersama

Media sosial ini fungsinya seperti kamus yang isinya berupa pengertian, sejarah, dan rujukan dari sebuah buku. Media ini sering disebut dengan layanan kolaborasi karena situs kontennya merupakan hasil dari kolaborasi pengguna tersebut, yang dapat memuat dan mengoreksi konten. Contohnya adalah Wikipedia.

3. Peran Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era global saat ini banyak sekali membawa perubahan di bidang komunikasi utamanya. Dengan berbagai macam aplikasi media sosial yang mempunyai berbagai macam perbedaan fitur dan tampilan, menjadi fenomena baru dan penting di kalangan masyarakat di berbagai negara. Oleh karena itu, sudah tidak asing lagi jika dari anak-anak, remaja, hingga orang tua mempunyai salah satu akun media sosial.

Beberapa manfaat sosial media bagi masyarakat yaitu :

1) Untuk Bersosialisasi

Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat tetap berkomunikasi dengan teman atau keluarga yang jaraknya jauh, tidak hanya beda daerah akan tetapi media sosial dapat menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan orang yang berbeda negara sekalipun. Dengan begitu masyarakat akan tetap mudah menerima kabar dari teman atau keluarga dengan mudah.

2) Untuk Berbisnis Online

Seperti yang kita ketahui, media sosial memberikan peluang kepada pembisnis *online shop* untuk menjual produk mereka melalui media sosial. Keuntungan yang diperoleh online shop juga akan lebih meningkat karena masyarakat akan menerima informasi tentang produk online shop tersebut dengan mudah.

3) Untuk Mendapatkan Berita/Informasi

Dengan adanya media sosial, pengguna dapat menerima berita atau informasi terkini di berbagai bidang seperti berita olahraga, politik, gosip, pendidikan, dan masih banyak berita lainnya. Konten yang dimuat di media sosial lebih menarik seperti video, suara, gambar, dan tulisan. Oleh karena itu media sosial lebih populer dibandingkan dengan koran dan majalah.

4) Sebagai Sarana Hiburan

Manfaat media sosial selain untuk media berkomunikasi dan mencari informasi salah satunya juga sebagai tempat mencari hiburan. Dengan banyaknya fitur-fitur yang menarik dan canggih, pengguna memanfaatkannya sebagai tempat untuk melepas penat dengan scroll akun-akun gosip, video lucu, atau bermain game.

5) Tempat Mempopulerkan Diri

Fitur media sosial yang dapat menampilkan foto dan video membuat sebagian pengguna dapat mempopulerkan diri. Dengan memasang foto profil dan mengunggah status yang bisa menarik perhatian banyak orang, para pengguna akan lebih memiliki banyak pengikut atau *followers*.

6) Sebagai Sarana Promosi

Selain dapat digunakan untuk berbisnis online, media sosial juga bisa digunakan sebagai tempat untuk mempromosikan produk yang dijual. Dengan cara memfoto produk tersebut dan diberikan keterangan, maka produk yang dijual akan muncul di *feed* atau beranda pengguna lain. Hal tersebut lebih efisien dan menghemat waktu jika dibandingkan dengan mempromosikan produk di brosur.

7) Tempat Nostalgia

Media sosial tidak hanya sebagai tempat interaksi antara pengguna perorangan (*user*) saja, akan tetapi di media sosial dapat

membuat suatu grup yang digunakan oleh banyak orang. Sehingga banyak orang yang memanfaatkan sebagai grup bernostalgia dengan teman lama seperti teman masa sekolah.

8) Sebagai Tempat Curhat

Media sosial dapat digunakan sebagai tempat berbagi semua hal seperti kesedihan, kebahagiaan, kekesalan, dan apa yang semua pengguna tersebut rasakan dengan menulis status atau *caption* di foto yang diunggah. Sebagian orang yang menumpahkan perasaannya di status merupakan suatu kepuasan sendiri.

9) Sebagai Sarana Menemukan Teman Baru/Jodoh

Para pengguna media sosial membuat akun salah satunya yaitu untuk menemukan teman baru, atau sebagian orang juga menemukan jodoh mereka melalui media sosial. Dengan memanfaatkan ruang obrolan, pengguna dapat memperkenalkan diri dengan orang lain di berbagai tempat.

10) Sebagai Sarana Meminta Bantuan

Di dalam media sosial semua informasi di berbagai bidang dapat dilihat oleh pengguna lain. Oleh karena itu banyak sekali pengguna yang menggalang donasi melalui media sosial. Seorang pengguna dapat menggerakkan pengikut atau *followers* untuk berdonasi dan diberikan kepada orang yang membutuhkan atau sedang mengalami bencana.

4. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik. Adapun karakteristik media sosial yakni sebagai berikut:

a) Partisipasi pengguna

Semua media sosial mendorong penggunanya untuk berpartisipasi dalam memberikan umpan balik terhadap suatu pesan atau konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan dapat diterima atau dibaca oleh orang banyak.

b) Adanya keterbukaan

Sebagian besar media sosial memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk memberikan komentar, melakukan voting, berbagi, dan lain-lain. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan bebas.

c) Adanya perbincangan

Adanya media sosial memungkinkan adanya interaksi suatu konten, baik itu dalam bentuk reaksi ataupun perbincangan antar penggunanya. Dan penerima pesan bebas menentukan kapan melakukan interaksi terhadap pesan tersebut.

d) Keterhubungan

Melalui media sosial, para penggunaannya dapat terhubung dengan pengguna lainnya melalui fasilitas tautan (*links*) dan sumber informasi lainnya. Proses pengiriman pesan ke media

sosial yang lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya membuat banyak informasi terhubung dalam satu media sosial.

e) Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, yang terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Walaupun jaringan di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet.

f) Informasi (*information*)

Kosep tentang informasi beranjak dari pemikiran Claude Shannon dan Warren Waever tentang proses trasformasi informasi. Proses komunikasi memerlukan komponen yang mempengaruhi bagaimana sebuah informasi diproses dan berjalan, proses ini dikemas sebagai model "*of communication systems a mathematical function*" sebagaimana proses transmisi dalam radio atau televisi.

g) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahawa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan

mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu telah menjadi bagian dokumen yang tersimpan.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat berpengaruh untuk para pengguna dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan untuk forum diskusi sosial agar bisa bertukar informasi yang cepat sehingga mengubah tatanan hidup dalam kehidupan manusia.

5. Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan media digital tempatnya realitas sosial terjadi dan ruang waktu para pengguna berinteraksi. Di era serba modern, banyak orang yang menyalurkan pekerjaan ataupun aktivitas sehari-hari ke dalam media sosial, dalam penggunaan media sosial juga memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.
- b. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*)
- c. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.
- d. Membangun personal branding bagi para pengusaha.
- e. Sebagai media komunikasi antar pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

- f. Sebagai media untuk mengetahui informasi yang terbaru dari keluarga, saudara dan kerabat lainnya.
- g. Sebagai media usaha online bagi yang punya usaha untuk berjualan.

Fungsi media sosial sangatlah banyak, dalam dunia pendidikan fungsi media sosial sangatlah diperlukan. Dengan media sosial dapat mengakses berbagai informasi tentang pendidikan, baik berupa jurnal, blog pendidikan, artikel. Bahkan saat ini dengan menggunakan media sosial para pelajar dapat melakukan bimbingan belajar secara online pada platform khusus seperti ruang guru, brainly dan sebagainya.

6. Kelebihan Media Sosial

Manusia tidak akan bisa dipisahkan dengan kemajuan teknologi, khususnya dalam hal media sosial. Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyak pula media sosial baru yang bermunculan, seperti *line*, *path*, *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *TikTok* dan masih banyak lagi yang lainnya. Dengan banyaknya media sosial yang ada menimbulkan keuntungan dan kerugian. Beberapa contoh keuntungan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari antara lain, lebih mudah dalam mencari dan mengakses informasi dari belahan dunia manapun..

Selain lebih mudah mengakses informasi terbaru, media sosial juga membuka kesempatan untuk mempromosikan sebuah

produk berupa barang atau jasa dengan media *online shop*. Ini merupakan manfaat sosial media yang sedang ramai-ramainya dinikmati oleh penggunanya. Mencari uang, dengan cara kita hanya tinggal mempromosikan usaha kita di sosial media. Dengan membuat iklan semenarik mungkin agar banyak calon pembeli yang tertarik. Selain itu, kita juga bisa menjual barang yang akan kita jual di sosial media. Cukup berikan foto dari barang yang akan kita jual, maka pengguna lain akan membeli dagangan kita. Keuntungan dari penggunaan media sosial yaitu untuk memperluas jaringan pertemanan, maupun jaringan bisnis.

Beberapa contoh keuntungan tersebut akan membantu kita untuk mengetahui bagaimana cara menggunakan media sosial dengan baik dan benar, sehingga dapat meminimalisir kejahatan yang dapat terjadi di media sosial. Dalam berjejaring sosial pun ada kelebihan dan kekurangan sehingga ada dampak positif dan negatif.

Adapun beberapa kelebihan dalam penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

1. Dapat menjalin silaturahmi dengan keluarga jauh atau pun teman kita di mana saja tanpa harus bertatap muka langsung.
2. Dapat mendapatkan teman dari berbagai macam suku, ras dan lain-lainnya.
3. Dapat bertemu dengan kawan lama yang sudah lama tidak memberi kabar atau tidak bertemu.

4. Dapat menambah ilmu pengetahuan.
5. Lebih cepat dalam mendapatkan informasi.
6. Dapat digunakan sebagai jual beli online .
7. Mempermudah untuk mencari jodoh.
8. Dapat mengetahui wawasan ilmu sejarah.
9. Dapat mengetahui kabar terkini.

7. Kekurangan Media Sosial

Adanya situs jejaring sosial menunjukkan bahwa kehidupan manusia mengikuti pola jejaring sosial, bukan berkelompok. Situs jejaring sosial memungkinkan kita berhubungan dengan siapa saja yang kita inginkan. Kita bisa mengajak orang lain yang terhubung dengan situs jejaring sosial. Selain memiliki keuntungan dalam penggunaan media sosial, tentunya pasti ada kekurangannya juga. Adapun kekurangan dari media sosial yaitu:

1. Membuat orang menjadi lupa akan kewajiban.
2. Lupa akan waktu.
3. Sering disalahgunakan dengan hal-hal negatif.
4. Banyaknya akun-akun palsu.
5. Banyaknya penipuan.
6. Membuat orang malas berkerja.
7. Sering disalahgunakan dengan pihak-pihak untuk menyebarkan gosip-gosip.

8. Meskipun media sosial dapat mendekatkan yang jauh dan pula dapat menjauhkan yang dekat
9. Membuat kecanduan untuk terus-terus memantau media sosial

C. Aplikasi TikTok

1. Pengertian Aplikasi TikTok

TikTok menurut Prosenjit & Anwesana (2021) adalah sebuah aplikasi turunan dari internet yang berbasis media sosial dengan memberikan fitur untuk membuat dan membagikan konten berupa video singkat. Pengguna aplikasi TikTok bisa membuat dan membagikan video singkat berdurasi (15 detik) dengan konten komedi, menari, bernyanyi, atau aktivitas harian apapun, termasuk makan, pertemuan, dan sebagainya. Kemudian konten tersebut bisa dibagikan pada khalayak umum melalui aplikasi.

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik joget-joget atau yang sedang ramai saat ini yaitu video jedag-jedug yang banyak dibuat oleh setiap orang. Video-video tersebut dibuat juga oleh anak-anak dibawah umur yakni peserta didik yang belum begitu memahami arti dari video-video tersebut.

Media sosial TikTok memiliki berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, *lipsync* dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Aplikasi TikTok adalah salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda. Aplikasi TikTok ini pun dapat membuat pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena

keatifitasnya, ada juga yang terkenal karena video nya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lain.

2. Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan september tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer asal Tiongkok. ByteDance Inc, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video musik dan jejaring sosial bernama TikTok. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, TikTok sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali.

Pada tahun 2018 jumlah pengguna aplikasi TikTok mampu mengalahkan aplikasi populer lain semacam *Youtube*, *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram*. Mayoritas dari pengguna aplikasi TikTok di Indonesia sendiri adalah anak millennial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini sebanyak 2.853 laporan.

Pada saat awal peluncuran aplikasi ini sampai dengan sekarang, aplikasi ini banyak berisi konten-konten yang tidak pantas

untuk dilihat dan ditiru oleh anak-anak dibawah umur. Pada saat awal diluncurkannya aplikasi TikTok ini banyak sekali remaja-remaja atau anak-anak millenial yang membuat video dengan bergoyang-goyang dengan musik DJ atau dangdut-dangdut terkini. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh media sosial TikTok tersebut. Hal tersebut membuat mereka (Peserta Didik) merasa senang karena bisa terhibur jika mereka menggunakan video tersebut.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Dalam penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni faktor internal dan Faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (*focus*), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

1) Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi dapat disimpulkan perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena

jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi TikTok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Prasangka merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan ras atau kebudayaan yang berbeda dengan golongan orang yang berprasangka itu. Jadi prasangka juga berpengaruh dalam penggunaan aplikasi TikTok. Karena jika seseorang memiliki prasangka baik ketika menggunakan aplikasi TikTok tersebut maka tidak ada sisi negatif dalam penggunaan aplikasi TikTok ini. Tapi begitupun sebaliknya jika prasangka seseorang sudah tidak baik terhadap penggunaan aplikasi TikTok maka seseorang tersebut juga tidak akan ingin menggunakan aplikasi TikTok tersebut.

Sedangkan faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang.

2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang TikTok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi TikTok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

4. Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing penciptanya. Pengguna aplikasi TikTok ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik dangdut dan

lain sebagainya. Penggunaan aplikasi TikTok tentunya memiliki dampak, baik dari segi positif maupun segi negatif.

Dari segi positif aplikasi TikTok memiliki beberapa manfaat, antara lain :

- a. Aplikasi yang dapat mendorong kreativitas seseorang dalam membuat suatu karya.
- b. Dapat membuat video yang lebih menarik dengan musik dan efek yang unik.
- c. Dapat melatih diri untuk mengasah kemampuan mengedit video untuk konten-konten yang bermanfaat.

Dari beberapa dampak positif di atas terdapat juga dampak negatif. Adapun dampak negatif dari penggunaan aplikasi TikTok sebagai berikut :

- a. Secara tidak langsung, TikTok membuat penggunanya bergoyang tanpa memperdulikan lingkungan sekitar, bahkan ada yang bergoyang secara tidak wajar.
- b. Terdapat banyak video yang tidak pantas.
- c. Keinginan untuk viral atau terkenal menjadikan beberapa orang rela membuat berbagai video yang tidak layak untuk ditampilkan.
- d. Aplikasi TikTok memiliki fasilitas percakapan dalam group dengan orang yang tidak dikenal. Jika tidak bijak dalam menggunakannya, maka akan berdampak negatif.

- e. Melihat video-video yang diunggah pengguna lain memang menjadi hiburan, tetapi hal tersebut membuat pengguna lupa waktu dan menghabiskan waktu saja.

D. Perilaku

1. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku, yaitu dari faktor personal dan faktor situasional. Berikut penjelasan mengenai faktor-faktor tersebut :

1) Faktor Personal

Pada faktor personal perubahan perilaku dipengaruhi oleh faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.

- a) Faktor Biologis, merupakan faktor yang terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor-faktor sosiopsikologis.

b) Faktor Sosiopsikologis, dapat diklasifikasikan ke dalam tiga komponen, yaitu:

1. Komponen afektif, merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya.
2. Komponen kognitif, aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia.
3. Komponen konatif, aspek volisional yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

2) Faktor Situsional

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku manusia adalah faktor situsional. Perilaku behaviorisme percaya sekali bahwa lingkungan sangat berpengaruh terhadap bentuk perilaku seseorang. Perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan/situasi.

Faktor-faktor situsional meliputi :

- a. Faktor-faktor ekologis kondisi alam (geografis) dan iklim (temperatur) dapat mempengaruhi perilaku manusia.
- b. Faktor rancangan dan arsitektural, contoh pengaruh rancangan dan arsitektural terhadap perilaku manusia dapat dilihat pada penataan rumah.
- c. Faktor temporal, suasana emosi dan bentuk perilaku dipengaruhi oleh faktor waktu (temporal). Misalnya, suasana

emosi pagi hari tentu berbeda dengan suasana emosi siang hari dan malam hari

- d. Faktor teknologi, jenis teknologi yang digunakan masyarakat dapat mempengaruhi pola-pola komunikasi masyarakat baik pola pikir maupun pola tindakannya.
- e. Faktor suasana perilaku, dalam publik speaking banyak sekali pembahasan tentang bagaimana suatu bentuk penyampaian pesan harus disesuaikan dengan suasana perilaku pesertanya.
- f. Faktor-faktor sosial, ada tiga hal yang dibahas pada faktor ini, yaitu : sistem peran, struktur sosial dan karakteristik individu.
- g. Stimulus yang mendorong dan memperteguh perilaku, pada dasarnya ada sejumlah situasi yang memberi keleluasaan untuk bertindak dan sejumlah lain membatasinya. Jika kita menganggap bahwa pada situasi tertentu kita diperbolehkan/dianggap wajar melakukan perilaku tertentu, maka kita akan terdorong melakukannya.
- h. Lingkungan psikososial, lingkungan psikososial diartikan sebagai persepsi terhadap lingkungan.

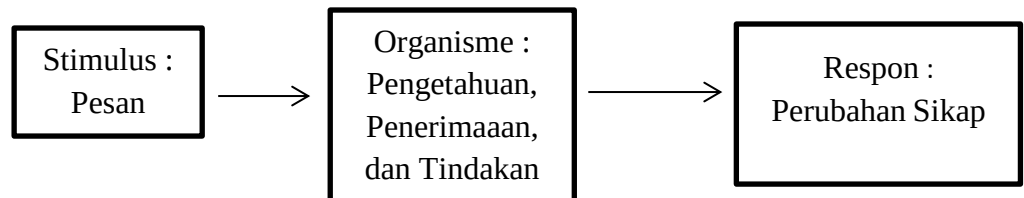
3. Teori S-O-R

Dalam penelitian ini, teori yang peneliti gunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon) yang di kemukakan oleh Mitrin (2022 : 26-27). Disiplin psikologi sangat mempengaruhi dalam teori komunikasi ini, khususnya yang beraliran behavioristik. Hal ini dapat berlangsung, sebab psikologi juga komunikasi memiliki objek kajian yang serupa, yakni rohani manusia, yang meliputi opini, perilaku, kognisi, afeksi serta konasi.

Menurut teori ini, media masa sangat kuat terutama dalam memengaruhi penerima pesan, teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan (khalayak). Namun respon sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R.

Menurut Mitrin (2022:27) kualitas dari rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme merupakan pemicu anggapan yang sangat mendasar dari teori SOR. Penyebab terjadinya perubahan perilaku itu tergantung kepada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan organism yang merupakan prinsip-prinsip komunikasi, inilah sebenarnya asumsi dasar dari teori SOR ini. Stimulus (S), organism (O), dan respons (R) merupakan gambaran atau istilah yang dikemukakan dalam teori ini.

Teori S-O-R dapat dirumuskan sebagai berikut:



Penerapan dalam penelitian ini yaitu mengenai dampak media sosial TikTok pada perilaku siswa di Sekolah Dasar Negeri Kubangpari 02, maka dapat ditentukan teori S-O-R sebagai berikut:

S (Stimulus) : Media Sosial TikTok

O (Organisme) : Komunikan (Siswa Sekolah Dasar Negeri Kubangpari 02 yang memiliki dan menggunakan aplikasi TikTok)

R (Respon) : Perilaku Siswa

Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak.

Suatu proses pelaksanaan teori SOR komunikasi, bisa saja terjadi kesuksesan atau tidak sebab banyak dipengaruhi oleh berbagai aspek tertentu. Berikut ini adalah beberapa aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan dari Teori S-O-R ini.

1) Komunikator

Penyampaian pesan merupakan penjabaran dari Komunikator.

Dalam perihal ini berkaitan dengan manusia pemberi stimulus.

2) Media Perlengkapan

Atau kata lain fasilitas yang sering digunakan oleh komunikator untuk menerapkan pesan kepada komunikan merupakan penjelasan dari Media dalam komunikasi.

3) Karakteristik Komunikan(Organisme)

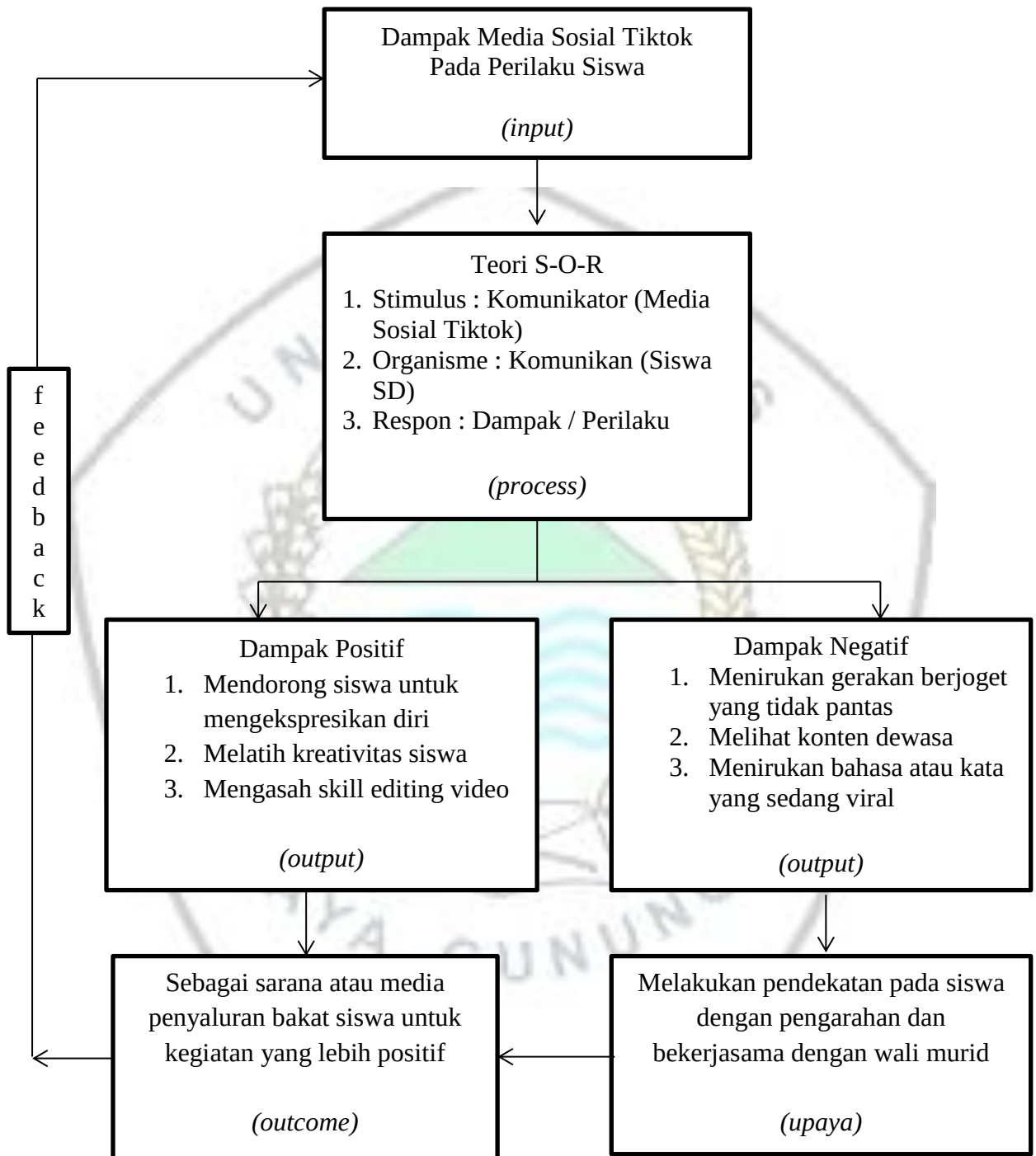
Diterima ataupun tidaknya sesuatu Stimulus yang diberikan komunikator kepada komunikan, dapat berjalan baik ataupun tidak karna sangat ditentukan oleh ciri karakteristik komunikan.

1.3. Kerangka Pemikiran

Menurut Riduwan (2011 : 76) Kerangka berpikir merupakan konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa kerangka pemikiran merupakan uraian teori yang berurutan secara sistematis dan dibuat menjadi lebih sederhana dari apa yang penulis pikirkan untuk membuat penelitian ini. Peneliti ingin mengetahui dampak media sosial TikTok pada perilaku siswa sekolah dasar yang dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan hasil tentang hubungan variabel tersebut.

Adapun kerangka berpikir penulis dalam penelitian ini sebagai

berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran