

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Sebelum melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pembentukan Budaya *“Alone Together”* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”, peneliti lebih dulu melakukan tinjauan terhadap penelitian sebelumnya merupakan salah satu acuan dasar bagi penulis untuk menunjang penelitian, juga sebagai referensi agar bisa meneliti lebih baik lagi. Adapun beberapa penelitian sejenis yang dijadikan acuan oleh peneliti pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Pengaruh Media Sosial Instagram dan Tiktok Terhadap Pembentukan Budaya Alone Together (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University), Anggita Herla Puspita, Program Studi Ilmu Komunikasi Tahun 2021	Menggunakan metode kuantitatif, dan variabel Y yaitu pembentukan alone together	Memakai objek penelitian pada mahasiswa telkom university
2.	Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku “Alone Together” Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 1 Pekanbaru, Islamiyati Ramadhan, Program Studi Ilmu Komunikasi Tahun 2022	Menggunakan metode kuantitatif, dan variabel X yaitu media social	Memakai objek penelitian pada siswa madrasah Aliyah negeri 1 pekanbaru, dan pada variabel Y yaitu perilaku “alone together”
3.	Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Prodi	Variabel X yaitu aplikasi tiktok	Objek yang digunakan yaitu mahasiswa institut

	Jurnalistik Islam Iain Ambon, Sumka Buton, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Tahun 2021		agama islam negeri ambon prodi jurnalistik, dan metode yang di menggunakan yaitu metode kualitatif
4.	Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma, Gustafian Jayanata, Program Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Tahun 2022	Variabel X yaitu Media Sosial Tiktok	Objek yang digunakan yaitu siswa sekolah dasar negeri 42 desa padang peri kecamatan semidang alas maras kabupaten seluma, dan metode yang digunakan yaitu metode kualitatif
5.	Hubungan Komunikasi Interpersoal Dengan Alone Together di Ruang Publik, Harun Anshori, Fakultas Psikologi Tahun 2020	Variabel Y yaitu Alone Together, dan metode yang digunakan metode kuantitatif	Variabel X yaitu hubungan komunikasi interpersonal, objek penelitiannya yaitu di ruang public

Sumber: Harun Anshori (2020), Anggita Herla Puspita (2021), Sumka Buton (2021), Islamiyati Ramadhan (2022), Gustafian Jayanata (2022),

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan pada table 2.1 maka dapat disimpulkan bahwa secara empiris penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya berbeda karena lokasi dan objek penelitiannya pun berbeda. Maka penelitian peneliti ini memiliki orisinalitas yang dapat dipertanggung jawabkan secara akademis.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang New Media

Teori media baru adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre, berpendapat World Wide Web (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif. Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki (Cindie et al, 2020)

Pierre Levy (1990), *New Media Teori dan Aplikasi* yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Teori ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi salah satunya yaitu media sosial yang pada zaman modern ini menjadi salah satu media komunikasi manusia yang populer. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka peneliti menganggap teori media baru relevan dengan keberadaan media sosial (Nainggolan et al., 2018)

McQuail, (2011:43), mendefinisikan *new media* atau media baru merupakan wadah dimana semua pesan komunikasi bisa terpusat dan mudah untuk disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan audiens untuk meningkatkan proses interaksi dan komunikasi. sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Ciri utama yang membedakan media baru dengan media lama adalah desentralisasi (pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator), kemampuan tinggi

(pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya), komunikasi timbal balik (komunikas dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung), kelenturan fleksibilitas bentuk, isi dan penggunaan.

Terdapat tiga sifat utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya berisi sebuah komputer sebagai komponennya) untuk berbicara balik (*talk back*) kepada penggunanya. Hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Dalam ungkapan lain, media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi antar pribadi secara tatap muka (Putri et al., 2020). Sifat kedua dari teknologi komunikasi baru adalah *demassification* atau yang bersifat massal. Yang berarti, kontrol atau pengendalian sistem komunikasi massa biasanya berpindah dari produsen kepada konsumen media. Sifat yang ketiga adalah *asynchronous*, artinya teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta.

Secara umum, media dapat diukur terhadap perilaku dengan melihat bagaimana terpaan media tersebut. Terpaan media dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana orang diterpa oleh isi dari media. Untuk mengukur terpaan media terhadap seseorang menurut Adianto & Erdiana, (2016) merupakan jenis media atau atensi, frekuensi penggunaan maupun durasi. Peneliti juga menambahkan indikator orientasi dan control sebagai indikator untuk mengukur terpaan seseorang. Orientasi yaitu merujuk pada apa yang menjadi landasan seseorang tersebut untuk bermedia, dan control yaitu merujuk pada definisi bagaimana pengawasan dan pengendalian diri seseorang tersebut ketika tengah berselancar dimedia.

2.2.2 Tinjauan Tentang Teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Respon*)

Teori S-O-R yaitu *Stimulus-Organisme-Response*. Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar

karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy, 2003: 225)

Teori ini merupakan perkembangan dasar dari model *Stimulus – Response* (SR) dengan asumsi dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Teori ini mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga.

Teori ini meliputi 3 unsur yang penting, yaitu:

- a) Pesan atau *stimulus* (S)
- b) Komunikan atau *organisme* (O)
- c) Efek atau *respons* (R)

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

komunikasikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasikan. Proses berikutnya komunikasikan mengerti. Kemampuan komunikasikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang diterapkan benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya (Effendy, 2003:225)

Adapun keterkaitan model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) dalam penelitian ini adalah :

- a) *Stimulus* yang dimaksud adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh sosial media tiktok.
- b) *Organisme* yang dimaksudkan adalah mahasiswa fisip Universitas Swadaya Gunung Jati.
- c) *Respon* yang dimaksud adalah pembentukan budaya *alone together* di kalangan mahasiswa fisip pengguna tiktok.

2.2.3 Tinjauan Tentang Media Sosial

Istilah Media Sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memiliki berbagai bentuk termasuk majalah, forum Internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Dengan dunia di

tengah revolusi media sosial, lebih jelas bahwa media sosial seperti facebook, twitter, orkut, *myspace*, *skype* dan sebagainya, digunakan secara luas untuk tujuan komunikasi. Bentuk komunikasi ini bisa dengan seseorang atau sekelompok orang. Saat ini sebagian besar orang, terutama anak-anak muda, terhubung ke berbagai media sosial untuk tetap berhubungan dengan teman sebayanya. Media sosial merupakan media interaksi sosial sebagai superset di luar komunikasi social (Watie, 2016)

Menurut Junco, (2010) media sosial merupakan kumpulan situs web internet, layanan, dan praktik yang mendukung kolaborasi, pembangunan komunitas, partisipasi, dan berbagi. Dimensi yang berkembang dari penggunaan media sosial di kalangan anak muda saat ini tidak bisa terlalu ditekankan. Selama bertahun-tahun, jejaring sosial di antara siswa siklus kedua menjadi semakin populer. Tidak seperti media tradisional, internet menyediakan ruang baru untuk komunikasi dua arah dengan pelanggan dan media sosial memberikan dimensi baru pada lingkungan ini. Aspek baru bisnis ini membutuhkan pendekatan baru terhadap pekerjaan tenaga pemasaran dan penjualan, oleh karena itu perlu untuk mendefinisikan prinsip-prinsip baru pemasaran dan mengubah

Media sosial merupakan “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”. Media sosial memiliki karakteristik seperti jejaring, informasi, konten, interaksi dan lainnya. “informasi yang unik hingga kontroversi semuanya bisa menjadi viral” (Andriany, 2022: 313). Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan 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. (Watie, 2016) Media sosial menurut para Ahli sebagai berikut ini:

- a) *Mandibergh* Media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated contec*)
- b) 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.

- c) *Boyd* menjelaskan Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak untuk meningkatkan kemampuan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.
- d) *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.
- e) *Meike* dan *Young* Mengartikan kata media sosial sebagai 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 merupakan media atau alat berinteraksi, berkerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain dan membentuk ikatan sosial secara individu.

2.2.4 Tinjauan Tentang Tiktok

Tik Tok merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video music Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut berisikan untuk pembuatan video pendek dengan didukung musik yang sedang digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa maupun anak-anak. Selain itu aplikasi Tik Tok tidak hanya pembuatan video saja tetapi juga dapat melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatannya.

Aplikasi Tik Tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. jumlah itu mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram (Fatimah Kartini Bohang, 2018). Menurut tekno.kompas.com ada sekitar 10 juta pengguna aktif aplikasi Tik Tok di Indonesia. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sendiri adalah anak millennial, usia sekolah atau biasa dikenal dengan generasi Z.

Aplikasi Tik Tok adalah salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di *For Your Page*. Selain itu aplikasi Tik Tok dapat membuat pengguna Tik Tok dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal nya disebabkan oleh kreatifitas

pengguna membuat video pendek yang sangat menarik sehingga membuat pengguna jadi mudah dilihat oleh orang banyak dari hasil pembuatan video pendeknya tersebut yang di unggah kedalam aplikasi Tik Tok ini.

Menurut Adawiyah, (2020) untuk meningkatnya minat remaja dalam menggunakan aplikasi media sosial Tiktok dapat disebabkan karena beberapa hal, sebagai berikut:

- a) Kelebihan aplikasi Aplikasi Tiktok memiliki kelebihan yang cukup berbeda dibandingkan dengan media sosial lainnya. Aplikasi Tiktok sangatlah mudah untuk digunakan terutama oleh remaja. Fasilitas yang disediakan dalam editing video sangat mempermudah bagi para pemula untuk melakukan editing video. Selain itu, semua video yang diunggah melalui Tiktok akan memiliki watermark termasuk ketika video tersebut telah diunduh.
- b) Terbaru Video yang diunggah oleh para pengguna Tiktok sangat *up to date*. Banyak hasil unggahan dari pengguna yang berhasil viral dan banyak dibicarakan hingga ke platform media sosial lainnya. Topik-topik yang diunggah melalui Tiktok sangat mudah tersebar karena video dapat tersebar tanpa dapat melihat video unggahan pengguna lain harus mengikuti atau berteman dengan pemilik akun lainnya.

- c) Fitur-fitur pada aplikasi Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Tiktok sangat memudahkan pengguna. Banyaknya lagu-lagu yang dapat menjadi latar dari video yang akan diunggah oleh pengguna serta fitur yang disediakan dalam melakukan editing video

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang paling digemari remaja saat ini. Antony, (2008:5) dalam bukunya *What Is Social Media* menyatakan indikator dari sebuah media sosial sebagai berikut:

- a) Partisipasi
- b) Keterbukaan
- c) Percakapan
- d) Komunitas
- e) Saling terhubung

Dengan adanya media sosial TikTok diharapkan pula menjadi media yang tepat untuk menceritakan kegiatan penggunanya, serta menggambarkan kehidupan penggunanya dengan menciptakan kegiatan yang unik dengan berbagai macam model interaksi yang disediakan dalam media sosial ini seperti, berbagai macam fitur unggah foto, video, musik, status dan *coment*/komen status, *emoticon* dan lain sebagainya yang semuanya memiliki makna tersendiri dan membentuk perilaku komunikasi penggunanya. Berbicara mengenai perilakupositif, tidak terlepas dari perilaku negatif akibat penggunaan media

sosial TikTok yang terlalu berlebihan sehingga menimbulkan kecanduan, sehingga hal ini juga sangat perlu di perhatikan. Adapun fitur fitur TikTok yaitu:

a. Penambahan Music

Sesuai dengan penjelasan di atas, Tik Tok merupakan salah satu platform video musik. Ini artinya salah satu fitur utama yang terdapat pada aplikasi Tik Tok adalah fitur penambahan musik. Tiktok dapat menambahkan beragam jenis musik yang sesuai dengan konten video yang ingin dibuat.

b. Filter pada video

Fitur ke-2 yang juga dapat digunakan oleh seluruh pengguna Tik Tok adalah fitur filter yang ada pada video. Pengguna bisa menambahkan filter pada video untuk mengubah tune warna pada video. Selain itu, tiktok bisa menyesuaikan tone dan rona sesuai dengan objek video.

c. Filter *Sticker* dan efek Video

Tik Tok menyediakan setidaknya 5 kategori efek yang dapat Anda coba, diantaranya ada efek *visual*, efek *sticker*, efek *transition*, efek *split* dan juga waktu. Dalam efek stiker anda dapat menemukan beragam pilihan seperti, *hot*, *classic*, *selfie*, *hair*,

funny, interactive, heart, vlog, animal dan glasses. Filter ini tak lain bertujuan untuk membuat video yang dibuat menjadi terkesan lebih kreatif.

d. *Filter Voice Changer*

Pengguna kini dapat mengubah suaranya dalam video yang mereka buat dengan menggunakan fitur *Voice Changer* ini. Dengan beragam efek suara yang berbeda, pengguna kini dapat menambahkan keseruan dan kreativitas ke dalam video mereka dengan mudah.

e. *Filter beautify*

Tik Tok menyediakan fitur *beautify* yang dapat membuat wajah para pengguna akan terlihat jadi jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan juga unik. Selain itu, Fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan juga memperhalus wajah.

f. *Filter auto captions*

Fitur ini merupakan salah satu fitur baru yang disediakan oleh Tik Tok. Fitur ini memungkinkan kreator konten Tik Tok menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan disediakan fitur ini adalah untuk mempermudah semua

orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat, terlebih bagi mereka yang memiliki kesulitan mendengar. Cara menggunakannya pun mudah, Anda hanya perlu mengklik fitur “*Caption*” pada laman editing sebelum mengunggah video. Setelah itu, kata-kata yang diucapkan oleh kreator di dalam konten tersebut akan ditranskripsi secara otomatis oleh aplikasi. Setelah itu, Anda dapat melihat dan menyunting subtitle yang telah dibuat supaya teksnya tidak keliru.

g. Filter hapus komen dan blokir pengguna

Baru-baru ini Tik Tok juga memperkenalkan fitur baru yang dapat memungkinkan kreator lebih mudah menghalau bullying. Sayangnya, tidak semua pihak mendukung peluncuran fitur baru ini. Pasalnya, banyak yang berpikiran dengan menggunakan fitur baru tersebut, memungkinkan kreator mengubah personanya, pada konten yang diunggah mereka terlihat diterima dengan baik. Padahal mungkin saja ada banyak audiens TikTok yang menolaknya. Untuk menggunakannya, pengguna bisa menekan agak lama pada sebuah komentar atau mengetuk ikon pensil yang untuk membuka pilihan dari situ, kreator bisa memilih 100 komentar atau akun untuk dihapus atau diblok alih-alih harus

menyisir satu per satu. Dengan begitu penghapusan komentar atau pemblokiran akun bisa lebih mudah

h. Fitur live

Tik Tok juga memiliki fitur *live* yang dapat oleh digunakan oleh penggunanya. Sayangnya, tidak seperti platform media sosial lainnya, tidak semua pengguna Tik Tok diizinkan untuk memulai Video Langsung di platform. Pasalnya hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 followers yang bisa melakukan *live* di Tik Tok.

i. Fitur Tiktok Shop

Fitur ini merupakan penjualan produk dengan cara melakukan promosi pada media sosial. Tiktok *Shop* berisikan konten yang dibuat dan di unggah oleh para penjual maupun brand dengan tujuan memasarkan produk pada seluruh pengguna Tiktok (Dalam valiant, 2021).

2.2.5 Tinjauan Tentang Budaya *Alone Together*

Menurut penelitian Turkle, (2011), pada saat seseorang bersama dengan orang lain, hal itu merupakan situasi menyendiri, tetapi orang yang bersangkutan lebih memilih untuk tetap tenang dengan dirinya sendiri sehingga tidak merasakan makna reuni. Kesepian bukan

disebabkan oleh kesepian, tetapi ketidakpastian dalam hubungan disebabkan oleh kurangnya keterampilan membangun hubungan. Melihat apa yang terjadi sekarang dengan maraknya rasa kesepian pasti akan berdampak pada mereka yang merasakannya. Seseorang akan merasa personal dengan lingkungan sekitarnya, karena di dunia maya lebih menarik dari pada dunia nyata. Kemampuan manusia untuk menjalin hubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya menjadi semakin buruk, yang menyebabkan masyarakat mengandalkan komunikasi di dunia maya. Orang yang merasa kesepian dalam waktu lama mungkin menjadi tertutup di masa depan. Karena dia tidak ingin berbagi cerita ini atau cerita itu dengan orang-orang di sekitarnya.

Menurut Turkle, (2017) di maksudkan *alone together* adalah situasi seseorang berada dalam situasi kebersamaan dengan orang lain, namun yang bersangkutan lebih memilih asik dengan dirinya sendiri hingga kebersamaan yang dirasakan kurang bermakna. Dengan akibat yang sudah tersampaikan, seseorang akan cenderung lebih sering merasakan *alone together* ketika berada di khalayak ramai dan lebih memilih melakukan kegiatan yang di rasa asik dan nyaman. Seseorang akan merasa kesepian dalam lingkungannya saat berada di keramaian, di karenakan tidak memiliki kemampuan komunikasi interpersonal secara baik.

Munculnya perilaku *alone together* ini membuat seseorang acuh hampa dengan aktivitas sekitarnya. Konsep *alone together* ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang guru besar bidang studi sosial di *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), menyoroti fenomena munculnya tipe asosial, karena asyik dengan dunianya sendiri saat sedang menjelajah dunia maya, baik menggunakan laptop maupun dengan menggunakan telepon genggam. Dalam bukunya Sherry Turkle, (2017) mengatakan bahwa perilaku *alone together* ini sudah dianggap sebagai penyakit, karena orang menjadi terisolasi dari realitas karena situ jejaring sosial dan teknologi mendominasi orang tersebut (Saleh & Ribka, 2018)

Pentingnya memiliki komunikasi dalam melakukan kehidupan sosial dan dapat terhindar dari zona *alone together*. Pada setiap individu harus mempunyai kemampuan berkomunikasi satu sama lain dengan orang yang baru di kenal sekalipun. Namun, sampai saat ini masih saja individu yang masih memilih untuk melakukan kegiatan yang asik menurutnya di saat berada di lingkungan yang asing. Selain menanggulangi perasaan *alone together*, seseorang juga dapat mengenal dirinya sendiri dari proses interaksi dengan orang lain dan itu bukanlah hal yang menakutkan. Dari penjelasan tersebut dapat di lihat terdapat keterkaitan antara hubungan komunikasi dengan *alone*

together, dimana kemampuan komunikasi yang kurang, mampu menimbulkan perasaan *alone together* dan bahkan di era digital saat yaitu tiktok akan menyebabkan tingkat *alone together* atau keasykan pada diri sendiri semakin besar.

Fenomena ini merupakan peristiwa yang dapat dialami setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya sering duduk di ruang keluarga, namun lebih nyaman dengan aktivitasnya masing-masing yang biasa disebut dengan menyendiri. Menurut Saleh & Ribka, (2018) seseorang menemukan faktor-faktor yang menarik ketika sedang bersama, maka solidaritas semacam ini menjadi tidak berarti. Apalagi seseorang akan melakukan beberapa aktivitas, aktivitas tersebut akan membuat seseorang menjadi sangat tenang. Layaknya menggunakan *gadget* atau benda lainnya, benda-benda tersebut biasanya bisa didapatkan di luar rumah. Dalam setiap perubahan perilaku, pasti ada akar penyebabnya. Orang seperti itu dapat memasuki situasi ini sendirian. Sama dengan Phubbing adalah sebuah kata singkatan dari phone dan snubbing, dan digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan smartphone yang berlebihan. Seseorang dengan perilaku phubbing terindikasi menyakiti orang lain dengan pura-pura memperhatikan saat diajak berkomunikasi, tetapi

pandangannya sebentar-sebentar tertuju pada smartphone yang ada di tangannya. Haigh (2015)

Konsep *alone together* merupakan individu yang merasa kesepian dalam konteks banyak orang. Pada saat yang sama, kesepian merupakan kondisi seseorang untuk merasa kesepian dalam keadaannya sendiri. Perasaan sendiri tidak serta merta terjadi hanya dalam satu situasi, bisa juga terjadi bila ada banyak orang, inilah yang disebut situasi tunggal. Orang yang merasa kesepian bersama pasti kesepian, dan orang yang merasa kesepian belum tentu mengalaminya sendiri. Orang yang mulai merasa kesepian bersama memilih untuk tetap tenang dengan dirinya sendiri, karena persatuan yang terjalin saat itu terasa hampa. Seseorang yang tidak menyukai seseorang. Kesepian merupakan konsep yang lebih luas daripada kesepian. Ini tidak berarti bahwa keduanya berbeda, tetapi terkandung dalam kesepian dan bisa dikatakan mirip (Putri et al., 2020)

menurut Russell (1980) kesepian didefinisikan sebagai hubungan sosial yang tidak sesuai dari apa yang diinginkan atau dicapai, termasuk perasaan gelisah, tertekan, dan persepsi kurangnya hubungan sosial pada diri seseorang. Adapun aspek kesepian menurut Russell (1980) yang digunakan sebagai dasar penyusunan UCLA Loneliness Scale adalah,

- a) *Personality* : adanya pola yang lebih stabil dari perasaan kesepian yang terkadang berubah dalam situasi tertentu, atau individu yang mengalami kesepian karena disebabkan kepribadian mereka. Kepribadian yang dimaksud adalah seseorang yang memiliki kepercayaan yang kurang dan ketakutan akan orang asing. kepribadian adalah organisasi dinamis dalam individu dari sistem psikofisik yang menentukan karakteristik perilaku dan berpikir.
- b) Sosial *Desirability* : kebutuhan individu untuk berinteraksi dan diterima oleh lingkungan sosial di mana individu berada.
- c) *Depression* atau depresi : sikap dan perasaan yang dicirikan dengan adanya perasaan tidak berharga, tidak bersemangat, murung, bersedih hati dan cenderung pada kegagalan.

2.2.6 Tinjauan Faktor Yang Mempengaruhi Budaya *Alone Together*

Menurut Peplau dan Perlman, ada dua situasi yang bisa menyebabkan kesepian. Kondisi pertama adalah peristiwa yang memicu terbentuknya perasaan-perasaan tersebut. Kondisi kedua merupakan faktor yang eksis dalam waktu lama dan mempertahankan kesepian (Turtle, 2017).

1) Faktor pemicu

Pemicunya adalah perubahan relasi sosial seseorang yang sebenarnya, sehingga relasi sosial yang dilakukan seseorang jauh dari yang diharapkan, yaitu:

- a) Berakhirnya hubungan, seperti kematian, perceraian, perpisahan, dan perpisahan fisik, terkadang dapat menyebabkan kesepian.
- b) Faktor kualitas rendah dari hubungan sosial perubahan kebutuhan atau keinginan sosial masyarakat juga dapat menyebabkan kesepian.
- c) Perubahan lingkungan kemampuan atau keinginan orang dalam hubungan sosial atau sosial dapat mempercepat munculnya kesepian, meskipun tidak disertai dengan kemampuan untuk beradaptasi dengan hubungan yang sebenarnya.
- d) Faktor perubahan situasi juga dapat menyebabkan kesepian.

2) Faktor pendahulu

Faktor pendahulu adalah faktor kepribadian dan situasional yang dapat meningkatkan munculnya rasa kesepian. Faktor ini juga dapat membuat orang yang kesepian sulit membangun kembali hubungan sosial yang memuaskan.

- a) Kepribadian: Orang yang memiliki pola kesepian yang lebih stabil, yang terkadang berubah dalam situasi tertentu, atau yang mengalami kesepian karena kepribadian. Kepribadian yang dimaksud adalah seseorang dengan kepercayaan rendah dan rasa takut pada orang asing. Kepribadian adalah organisasi dinamis dalam sistem psikofisik yang menentukan ciri-ciri tingkah laku dan berpikir.
- b) Keinginan sosial adalah kebutuhan individu untuk berinteraksi dan diterima oleh lingkungan sosialnya.

Frustrasi atau depresi adalah sikap dan perasaan yang ditandai dengan kecenderungan tidak berharga, kurang antusias, depresi, sedih, dan gagal.

2.2.7 Tinjauan Tentang Mahasiswa

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, mahasiswa adalah peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi. Bagi mahasiswanya sendiri sebagai anggota Civitas di Akademika yang akan diposisikan sebagai insan dewasa yang memiliki kesadaran diri sendiri dalam mengembangkan potensi diri di Perguruan Tinggi untuk menjadi intelektual, ilmuwan, praktisi, dan atau profesional. Mahasiswa sebagaimana dimaksud sebelumnya akan secara aktif mengembangkan potensinya dengan melakukan

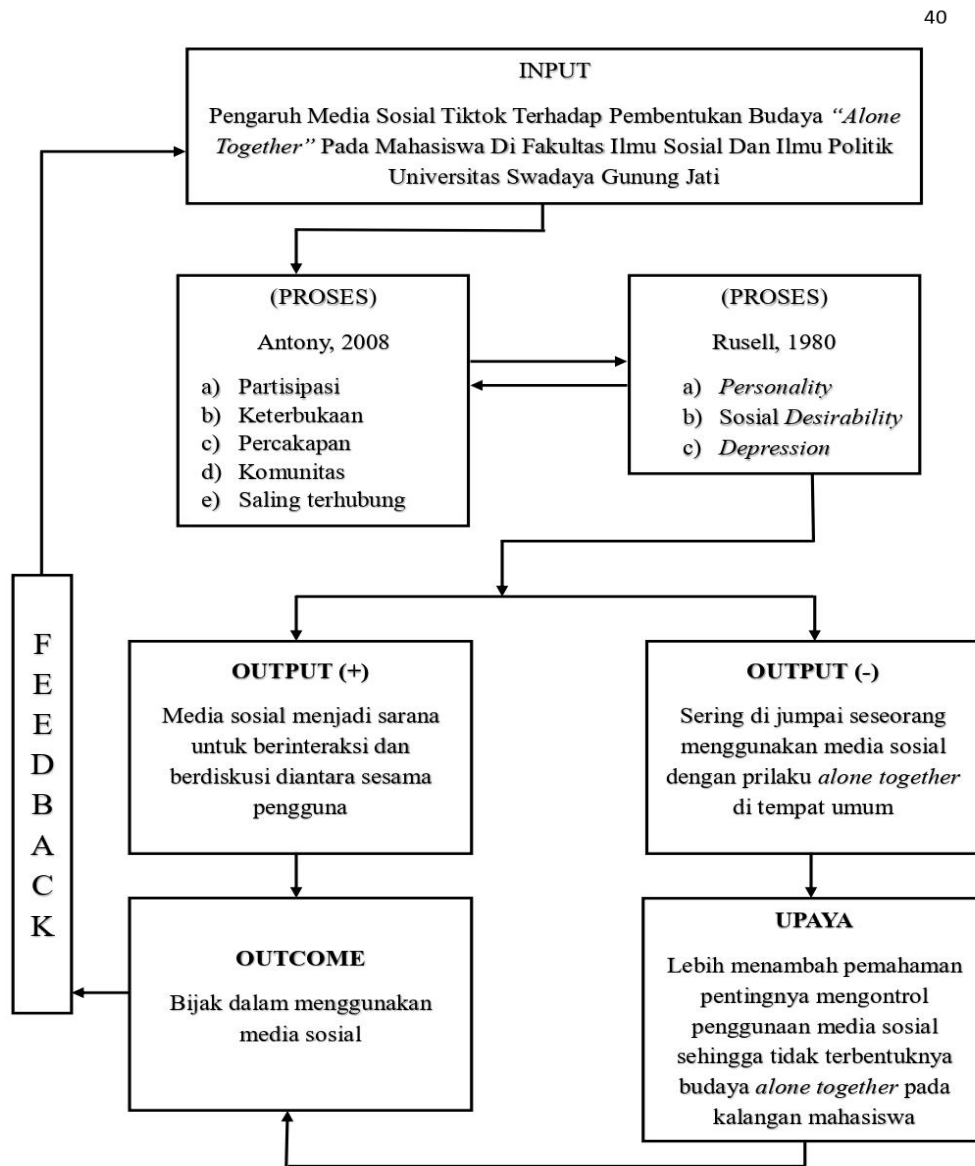
pembelajaran, mencari kebenaran ilmiah, dan/atau penguasaan, pengembangan, dan pengamalan dirinya di dalam suatu cabang Ilmu Pengetahuan dan atau Teknologi untuk menjadi seorang ilmuwan, intelektual, praktisi, dan atau profesional yang berbudaya. Mahasiswa akan memiliki kebebasan akademik dengan mengutamakan penalaran dan ahlak mulia serta dapat bertanggung jawab sesuai dengan budaya akademik.

Seorang mahasiswa dapat dikategorikan dalam proses berkembang dengan rentang usia sekitar 18 – 25 tahun. Salah termasuk golongan remaja akhir sampai dewasa awal, dapat terlihat dari segi perkembangannya. Tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pematangan pendirian hidup dalam jurnalnya (Yusuf, 2012).

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran ini, peneliti akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yang mana variabel x yaitu media sosial tiktok, dan variabel y yaitu pembentukan budaya alone together. Penelitian ini memfokuskan pada seberapa besar pengaruh media sosial tiktok terhadap pembentukan budaya alone together pada mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Hal ini dikarenakan adanya mahasiswa yang menggunakan *gadget* saat perkuliahan sedang berlangsung dan saat berkumpul bersama teman-temannya di kantin tanpa memperdulikan lingkungan sekitar. Mereka lebih suka melihat dan berinteraksi melalui media sosial maupun aplikasi hiburan di *gadget* masing-masing. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori New media dan teori SOR (*Stimulus-Organisme-Response*).

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis ini disusun berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran. Karena masih bersifat praduga, hipotesis ini harus diuji dan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian. Berikut adalah hipotesis pada penelitian ini:

Di dalam penelitian ini terdapat hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nol (H_0). H_a menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y, sedangkan H_0 menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Adapun rumusan hipotesis mengenai pengaruh media sosial tiktok terhadap pembentukan budaya *alone together* pada mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas swadaya gunung jati :

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara pengaruh media sosial tiktok terhadap pembentukan budaya *alone together* pada mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas swadaya gunung jati.

H_a : Terdapat hubungan antara pengaruh media sosial tiktok terhadap pembentukan budaya *alone together* pada mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas swadaya gunung jati.