

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

1.1. Peneliti Sebelumnya

Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka tujuan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. Meri Zaputri. (2021). Dampak Kecanduan media sosial Tiktok Terhadap Prilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batu Sangkar. Institusi Agama Islam Negeri Batu Sangkar. Skripsi.

Dalam penelitian ini jenisnya adalah penlitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah,situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis.

Berdasarkan hasil analisis wawancara dan tujuan peneliti dapat diperoleh informasi mengenai dampak kecanduan media sosial Tik Tok terhadap perilaku belajar mahasiswa IAIN Batusangkar dengan kesimpulan sebagai berikut : 1)

Dalam proses perkuliahan mahasiswa menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai media hiburan yang digunakan ketika di waktu luang. Hal tersebut menjadikan sikap mahasiswa merasa malas dan perilaku mahasiswa menjadi gelisah dalam belajar. 2) Sikap mahasiswa dalam menyelesaikan tugas di rumah dimana

mahasiswa sering merasa bosan, jenuh dan suntuk dalam menyelesaikan tugas yang banyak. Sehingga perilaku mahasiswa dalam menyelesaikan tugas menjadi lalai dan terlambat. Hal tersebut membuat emosional mahasiswa menjadi cemas melihat tugas yang banyak dan menumpuk. Perilaku belajar mahasiswa mempersiapkan diri untuk mengikuti ujian. 3) Mahasiswa mengatur jadwal antara membuat tugas dengan bermain aplikasi Tik Tok. Ketika menghadapi ujian cara belajar sikap mahasiswa sering mengulur-ulur waktu dalam belajar. Sehingga ketika menghadapi ujian mahasiswa merasa stress dan panik.

2. Yoana Lestonac Elita Wumbu. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Barat Provinsi Sumatra Barat. Universitas Dharma Andalas. Jurnal.

Metode penelitian yang digunakan dengan metode survey. Menurut V. wiratna sujarweni (2014) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang didapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantitatif.

Hasil penelitian ini dilaksanakan di SD 18 kinali kecamatan kabupaten pasaman barat provinsi sumatra barat, terhitung mulai tanggal 5 juli 2022 sampai tanggal 22 juli 2022. Sebelum penelitian dan penyebaran angket dimulai, penulis terlebih dahulu melakukan pra penelitian di SD 18 kinali pada tanggal 28 maret 2022 untuk meminta izin melakukan penelitian di SD 18 kinali ini.

3. Salma Syifa Puspita Yeni Afnidar. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Komunikasi. Universitas Islam Bandung, Indonesia. Skripsi.

Dalam penelitian ini jenisnya adalah kuantitatif dengan metode penelitian yaitu penelitian korelasional. Penelitian Korelasional adalah penelitian hubungan antara variabel atau beberapa variabel dengan variabel lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten foto dalam kategori sangat baik berdasarkan skor hasil tanggapan responden sebesar 81,88%. Konten video dalam kategori sangat baik berdasarkan skor hasil tanggapan responden sebesar 82,48%. Konten caption dalam kategori sangat baik berdasarkan skor hasil tanggapan sebesar 82, %.

4. Nora Usrina. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an. Universitas Islam Negeri AR-RANIRY. Skripsi.

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan santriwan dan santriwati TPA Ar-Risalah yang berjumlah 16 santri, beserta para orang tua santri yang berjumlah 5 orang, dan ustazah yang mengajar santri tersebut.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu dengan seringnya anak-anak menggunakan media sosial Tiktok maka apa yang dilihat, didengar dan kemudian dipraktikkan tersebut, sangat mengubah perilaku dan gaya komunikasi anak terhadap orang tua dan orang disekitarnya.

5. Sandi Marga Pratama. (2020). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa. Universitas Islam Negeri (IUN) Sunan Ampel Surabaya. Jurnal.

Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut pendapat Patton metode kuantitatif dalam operasionalnya menggunakan pengukuran yang terstandar yang cocok untuk membedakan sejumlah pendapat atau pengalaman kedalam kategori respon yang ditetapkan sebelumnya.

Hasil penelitian Deskripsi data pada bagian ini adalah deskripsi tentang masing-masing variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari penggunaan aplikasi Tiktok(X) dan pengaruh Tiktok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa(Y). Deskripsi terhadap kedua variabel diperoleh dari hasil penyebaran angket ke sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian

Berdasarkan paparan, peneliti juga menjelaskan persamaan dan perbedaan penelitian yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Judul Penelitian, nama penelitian, dan tahun penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Meri Zaputri. (2021). Dampak Kecanduan media sosial Tiktok terhadap perilaku belajar mahasiswa bimbingan dan konseling iain batu sangkar. Institusi	Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti media sosial tiktok	- Perbedaan penulis dengan penelitian yang terdahulu yaitu objek penelitian yang berbeda

	agama islam negeri batu sangkar. Skripsi.		Perbedaan selanjutnya
2	Yoana Lestonac Elita wumbu. (2022). Pengaruh media sosial Tiktok terhadap gaya komunikasi siswa SDN 18 kinali kabupaten barat provinsi sumatra barat. Universitas Dharma Andalas. Jurnal.	Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti media sosial tiktok dan gaya komunikasi	1. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang pertama yaitu objek penelitian yang berbeda
3	Salma Syifa Puspita Yeni Afnidar. (2022). Pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya komunikasi. Universitas Islam bandung, Indonesia. Skripsi.	Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti media sosial dan gaya komunikasi	1. Perbedaan penelitian pemula dengan penelitian kedua, penelitian yang pemula menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang kedua menggunakan

			metode kualitatif
4	Nora Usrina. (2021). Pengaruh media sosial Tiktok terhadap gaya komunikasi santri taman pendidikan Al-Qur'an. Universitas Islam negeri AR- RANIRY. Skripsi.	Persamaan pada penelitian ini adalah kedua nya meneliti media sosial tiktok dan gaya komunikasi	1. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penilitan kedua yaitu objek penelitian yang beerbeda
5	Sandi Marga Pratama. (2020). Pengaruh aplikasi Tiktok terhadap Ekspresi komunikasi mahasiswa. Universitas Islam negeri (IUN) sunan ampel surabaya. Jurnal.	Persamaan penelitian pemula dengan penelitian kedua yaitu membahas media sosial tiktok	1. perbedaan mendasar adalah objek penelitiannya, skripsi terdahulu ini fokus meneliti pengaruh aplikasi tiktok terhadap ekspresi komunikasi siswa. 2. Sedangkan penulis berfokus ke gaya komunikasi mahasiswa

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa di jelaskan sebagai alat komunikasi, sebagaimana definisi yang selama ini diketahui dalam Nasrullah (2017:3). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi *massa*. Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan *teknologinya*, pengungkapan kada “Media” dapat dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Beragam kriteria bisa di buat untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria media berdasarkan *teknologinya*, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut di buat dengan mesin cetak dan media elektronik yang di hasilkan dari perangkat *elektronik*.

Sumber yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana pesan itu di olah, misalnya media *audio-visual* yang di akses menggunakan organ pendengaran dan penglihatan. Ada juga yang menuliskannya berdasarkan bagaimana pesan itu di sebar. Contohnya media penyiaran, dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, seperti stasiun televisi, dan pesan itu di sebar serta bisa di nikmati oleh siapa saja. Adapun berdasarkan teknologi, pola penyebaran sampai pada bagaimana khalayak mengakses media, seperti media baru (New Media).

Kata “Sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Sebagai manusia, individu tidak terlepas dari komunikasi dan komunitasnya. Komunikasi menjadi sarana bagi individu untuk berinteraksi

dengan individu lain. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada 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 dalam makna bahwa keduanya merupakan suatu proses sosial. (Nasrullah, Rulli, 2017:7)

Penjelasan tentang media dan sosial yang telah dijelaskan dapat di simpulkan bahwa menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu media sosial dapat di lihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Selain itu Boyd juga menjelaskan bahwa media sosial yaitu sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan saling berkolaborasi.

Berbagai definisi atau pernyataan dapat di simpulkan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Adanya media tentu banyak menimbulkan Jenis bagi penggunanya, khususnya para remaja yang sangat aktif menggunakan media sosial. Bukan berarti hanya terbatas pada pembagian ini apalagi melihat perkembangan platform di internet dan aplikasi android, namun secara dasar dan teori semestinya harus ada landasan awal untuk melihat jenis-jenis media siber tersebut adapun jenis-jenis media siber antara lain : (Nasrullah, Rulli, 2017:39)

1. *Sosial Networking*

Sosial Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam katageri media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.

2. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “*weblog*”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi online.

3. *Microblogging*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Serta historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

4. *Media Sharing*

Situs berbagi media (*Media Sharing*) merupakan jenis media yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), vidio, audio, gambar, dan sebagainya.

5. *Wiki*

Wiki atau media konten bersama, mengapa disebut media konten bersama? Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunaanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejara, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua penghujung untuk mengisi konten dalam situs ini.

2.2.1.1. *Karakteristik Media Sosial*

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan-batasan dan ciri khusus media tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Berikut karakteristik dari media sosial. (Nasrullah, Rulli, 2017:16)

1. Jaringan (*Network*)

Kata “Jaringan” (*Network*) bisa dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di *internet*, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*).

3. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di facebook, sebagai informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antara pengguna. Gane dan Beer Menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perakat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut "*digital technologies have become integral parts of our everyday live*".

5. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*Society*) di dunia virtual. Ketika berinteraksi dengan pengguna lain melalui antarmuka (*Interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi.

Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber, yakni melakukan *log in* atau masuk ke dalam media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (*username*) serta kata kunci (*password*). Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengonstruksi dirinya di dunia virtual.

6. Konten oleh pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya miliki dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (Nasrullah, Rulli, 2017:31).

2.2.1.2. *Dampak Positif Media Sosial*

Media sosial terdapat tiga kategori dampak positif pada media sosial :

1. Meningkatkan keuntungan

Apabila kita sering mempromosikan produk melalui iklan atau postingan di media sosial maka berpeluang besar untuk mendapatkan traffic pengunjung yang lebih banyak.

2. Meningkatkan kredibilitas diri

Kredibilitas mesti dijaga, dan di tingkatkan. Hal ini sama dengan integritas diri yang harus di tumbuhkan dan dijaga sepanjang waktu.

3. Memperluas kerja sama

Ketika kredibilitas diri meningkat maka dampak positif yang didapat adalah semakin timbul banyaknya relasi dan jaringan yang terhubung secara cepat. (Bachtiar, Alam, 2022:141).

2.2.1.3. Dampak Negatif Media Sosial

Media sosial terdapat tiga kategori dampak negatif pada media sosial :

1. Menjaga diri dari kejahatan siber

Semakin mudah akses dan fitur yang disediakan media sosial, maka dapat menimbulkan resiko kejahatan yang besar.

2. Kejahatan berita atau informasi hoax

Berita atau informasi hoax dapat menghancurkan diri kita sendiri. Mengolah dan menyampaikan informasi adalah dengan cara-cara ilmiah agar terhindar dari informasi atau berita palsu.

3. Menimbulkan persaingan yang tidak sehat

Persaingan tidak sehat berpotensi terjadi karena setiap orang secara bebas dapat memberi komentar dan dapat menimbulkan ujaran yang mengarah pada kebencian dan perpecahan (Bachtiar, Alam, 2022;143).

2.2.1.4. Fungsi media sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut: (Tosepu, 2018:44).

1. Media sosial merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web. Media sosial berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*).
2. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuatan pesan itu sendiri. (Nasrullah, Rulli 2017:11)

2.2.2. Tiktok

Aplikasi TikTok berasal dari negeri Tiongkok yang diluncurkan pada awal September tahun 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang sekaligus pendiri dari sebuah perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance.

Sebelum dikenal luas oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya. Dimana pengguna hanya menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke pada seluruh pengguna lainnya. (Winarso, 2021)

Siapa sangka, aplikasi ini ternyata mendapat respon positif dari penggunanya, sehingga aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang cukup populer di negara asalnya. Karena merasa berhasil memperkenalkan di negara asalnya sendiri, ByteDance akhirnya mencoba untuk memperkenalkan aplikasi ini kepada masyarakat Dunia. Sehingga ByteDance memutuskan untuk mengganti nama Douyin menjadi Tik Tok.

Pada tahun 2018, aplikasi Tik Tok menjadi salah satu aplikasi yang cukup viral di Indonesia. Pasalnya, pada tanggal 3 Juli 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini karena dianggap tidak memberikan konten yang mendidik.

Namun, hanya berselang sebulan kemudian, yaitu pada bulan Agustus 2018, aplikasi Tik Tok dapat di unduh kembali. Kendati memiliki history yang kurang mengenakan, pengguna Tik Tok di Indonesia sendiri mencapai angka 30,7 Juta yang tercatat pada bulan Juli tahun 2020 lalu. Bahkan hingga kini, aplikasi Tik Tok sudah di unduh lebih dari 100 juta pengguna di Google Play Store. Angka yang cukup fantastis bukan.

Untuk dapat mencapai status sebagai salah satu platform yang populer sekarang ini tentu bukanlah hal yang mudah. Tik Tok sempat mengalami beberapa hambatan. Seperti yang telah disebutkan di atas sebelumnya.

Selain itu, dalam perjalanannya menjadi sebuah platform yang cukup di gemari, Tik Tok juga pernah menghadapi persaingan dengan salah satu platform serupa yang juga kita kenal dengan nama Musical.ly. Karena merasa terancam, akhirnya pada November 2017 TikTok pun mengakuisisi Musical.ly dengan nominal Rp13,6 miliar.

Tik Tok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video music dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat video pendek yang unik dengan cepat dan juga mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia. Namun, karena semakin

berkembangnya aplikasi ini, kini pengguna juga dapat membuat video dengan durasi yang lebih panjang yaitu sekitar 60 detik atau yang setara dengan 1 menit. Di Indonesia sendiri.

2.2.3. Pengertian Gaya Komunikasi

Manusia mengucapkan atau menulis kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi, menyatakan belas kasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan agar suatu perintah cepat dikerjakan. Semua kombinasi ini adalah “gaya komunikasi”, gaya yang berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi dengan sesama, tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu.

Keterampilan berkomunikasi melalui gaya komunikasi mengisyaratkan kesadaran diri pada level paling tinggi. Untuk memahami gaya komunikasi maka setiap orang harus berusaha menciptakan dan mempertahankan gaya komunikasi personal sebagai ciri khas pribadinya, gaya adalah kepribadian personal sebagai ciri khas pribadinya, gaya adalah kepribadian. (Liliweri, Alo, 2011:308)

Saya mengutip beberapa konsep yang menerangkan pengertian Gaya Komunikasi agar dapat memberikan makna yang tepat mengenai Gaya Komunikasi, yaitu:

- a. Gaya komunikasi didefinisikan sebagai *(a cognitive proses which accumulates „micro behavior“ form-giving of literal content, and adds up to macro judgment. When a person communicates, it is considered an ettemt of getting literal meanings across).*

- b. Proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain. (Norton, 1983; Kirtley & Weaver, 1999).
- c. Gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai meta-messages yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi (*communication styles can also be viewed as a meta-message which contextualizes how verbal message should be acknowledged and interpreted*). Berkomunikasi sebagai upaya untuk merefleksikan identitas pribadinya yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas ini.
- d. Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan. (Raynes, 2001).

2.2.3.1 Tipe dan Kategori Gaya Komunikasi

Para ahli komunikasi telah mengelompokkan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi (Norton, 1983), kedalam sepuluh jenis: (Liliweri, Alo, 2011:309)

- a. Gaya dominan (*Dominant Style*), gaya seseorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
- b. Gaya dramatis (*dramatic style*), gaya seseorang individu yang selalu “hidup” ketika dia bercakap-cakap.

- c. Gaya kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentative atau cepat untuk menantang orang lain.
- d. Gaya animasi (*animated style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
- e. Gaya berkesan (*impression style*), gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan.
- f. Gaya santai (*relax style*), gaya seseorang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa. (Liliweri, Alo, 2011:309)
- g. Gaya atentif (*attentive style*), gaya seseorang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.
- h. Gaya terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakan.
- i. Gaya bersahabat (*Friendly Style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respons positif, dan mendukung.
- j. Gaya yang tepat (*Precise Style*), gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Sering, dalam praktik komunikasi, gabungan dari sepuluh gaya ini dikelompokkan ke dalam tiga gaya yang dianalogikan sebagai: (1) gaya kandidat: (2) gaya hakim: (3) gaya senator. (Norton, 1983)

1. Terdapat Pengelompokan lain terhadap gaya komunikasi meliputi tiga kategori yaitu:
 - a. *Noble style*, merupakan gaya hormat, gaya standar, gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian.
 - b. *Refleksi style*, yaitu gaya yang dipahami sebagai gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian.
 - c. *Socratic style*, yaitu gaya yang selalu menampilkan perincian konten dan analisis yang digunakan dalam perdebatan.
2. Comstock dan Higgins (1997), menelaah gaya komunikasi dikemukakan oleh klasifikasi Norton ke dalam empat kategori yang meliputi: (Liliweri, Alo, 2011:310)
 - a. Gaya kooperatif (*cooperative style*), gaya yang memadukan orientasi sosial dan tugas.
 - b. Gaya prihatin (*appertive style*), gaya yang relative bersahabat namun selalu menampilkan perasaan cemas dan kepatuhan.
 - c. Gaya sosial (*social style*), digambarkan sebagai gaya ekspresif, dominan (gaya yang menguasai orang lain), gaya dramatis, dan gaya tepat.
 - d. Gaya kompetitif (*competitive style*), yaitu gaya yang tepat atau standar, ekspresif, tidak terbuka terhadap isu-isu personal, dan lebih suka tampil dominan dan berargumentasi.

3. Heffner (1997), mengklasifikasikan gaya komunikasi dari mccallister (1992) kedalam tiga gaya, yaitu: (Liliweri, Alo, 2011:311)

- a. Gaya pasif (*passive style*), gaya seseorang yang cenderung menilai orang lain selalu benar dan lebih dari pada diri sendiri.
- b. Gaya tegas (*assertive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang.
- c. Gaya agresif (*aggressive style*), gaya seseorang individu yang selalu membela hak-haknya sendiri, merasa superior, suka melanggar hak orang lain, dan selalu mengabaikan perasaan orang lain. (Liliweri, Alo, 2011:311)

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti tiga Gaya Komunikasi (a) Gaya Pasif (b) Gaya Tegas (c) Gaya Agresif.

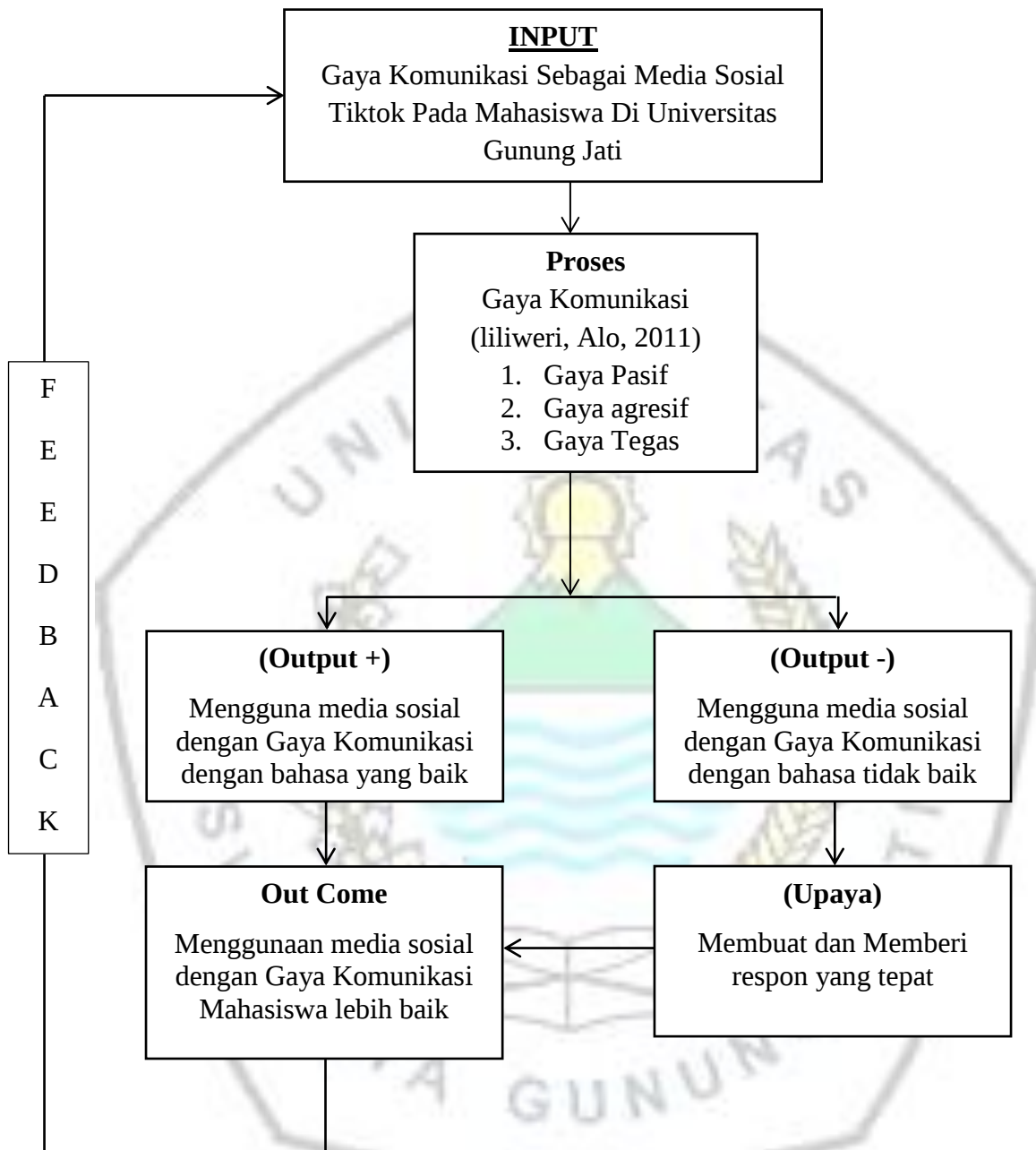
1.1. Kerangka Pemikiran

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial diantaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yang berupa berita informasi, foto, dan juga tautan video. Istilah media bisa di jelaskan sebagai alat komunikasi, sebagaimana definisi yang selama ini diketahui dalam Nasrullah (2017:3). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi *massa*. Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan *teknologinya*, pengungkapan kata “Media” dapat dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Beragam kriteria bisa di buat

untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria media berdasarkan *teknologinya*, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut di buat dengan mesin cetak dan media elektronik yang di hasilkan dari perangkat *elektronik*.

Salah satu platform baru yang banyak disukai oleh anak muda, karena kontennya sangat beragam dan algoritme yaitu media sosial tiktok. Platform tiktok ini banyak menimbulkan dampak, baik positif maupun negatif. Salah satunya yaitu dampak pada gaya komunikasi seseorang.

Dampak yang di timbulkan dari media sosial tiktok pada gaya komunikasi, Salah satunya adalah dampak pada gaya berbahasa remaja yang kebanyakan mengikuti trend di aplikasi tiktok. Mereka banyak mengikuti bahasa-bahasa yang sedang trend dari video-video tiktok yang mereka tonton dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dalam berkomunikasi, tetapi terkadang mereka tidak faham apa arti sebenarnya dari bahasa yang mereka ucapkan. Hal ini menjadi dampak yang tidak baik bagi mahasiswa khususnya mahasiswa yang seharusnya mempunyai etika dalam berbicara dan berbahasa. Mereka lebih faham bahasa-bahasa trend yang sebenarnya kebanyakan arti dari bahasa yang mereka ucapkan itu kasar, daripada mengetahui dan menggunakan bahasa-bahasa yang formal dan sopan untuk di gunakan dalam berkomunikasi. Oleh karena itu penulis ingin meneliti, bagaimana dampak media sosial tiktok pada gaya komunikasi mahasiswa Universitas Gunung Jati Cirebon atau tidak.



2.1. Gambar Kerangka Pemikiran