

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

2.1.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Hal ini dijelaskan dan di definisikan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot : “Persepsi didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna”.

Persepsi adalah inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, maka tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian baik (*decoding*). Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Persepsi mencakup penginderaan (*sensasi*) melalui alat-alat/panca indera (mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah) atensi dan interpretasi (Riswandi, 2009:49).

1. Sensasi

Sensasi yang merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat-alat panca indera manusia. Panca indera adalah *reseptor* yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar.

2. Atensi

Atensi atau perhatian yang berarti sebelum manusia merespon atau menafsirkan obyek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu obyek untuk dipersepsi, termasuk orang lain atau diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian, cenderung dianggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini biasanya menjadi penyebab kejadian-kejadian berikutnya.

Itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap orang yang paling berpengaruh, dengan perkataan lain, kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

3. Interpretasi

Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang sampai kepada kita melalui panca indera, (Riswandi, 2009:50).

Persepsi terdiri dari tiga aktivitas yaitu: seleksi, organisasi, dan interpretasi, yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya, sehingga menjadi suatu keseluruhan bermakna.”

Menurut Leavitt (dalam Sobur, 2013:445) mengemukakan bahwa persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah sebuah pandangan atau pengertian yang dimana, seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Menurut Rakhmat (dalam Sobur, 2013:446) mengemukakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Menurut Riswandi (2009:49) Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*). Persepsi mencakup penginderaan (*sensasi*) melalui alat-alat atau panca indera (mata, telinga, hidung, kulit dan lidah). Atensi dan Interpretasi.

Sensasi merupakan merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat-alat panca indera manusia. Panca indera adalah *reseptor* yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar.

Atensi adalah sebuah perhatian yang berarti sebelum manusia merespon, manusia bisa menafsirkan objek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut, jadi persepsi mengisyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsikan, termasuk orang lain, atau diri sendiri.

Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian, cenderung dianggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini, biasanya menjadi penyebab kejadian-kejadian berikutnya, itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung, dianggap orang yang berpengaruh dalam hidup kita atau panutan kita.

Dengan perkataan lain, kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita, dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang sampai kepada kita melalui panca indera. Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian persepsi yang telah diuraikan diatas, maka kesimpulan dari persepsi adalah bagaimana seseorang memandang, mengartikan, dan menafsirkan, tentang sebuah peristiwa lalu menyimpulkannya menjadi sebuah informasi.

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rakmat (dalam Sobur, 2013:460) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan, menjadi empat yaitu: faktor fungsional, faktor struktural, faktor situasional dan faktor personal.

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional dihasilkan dari kebutuhan, kegembiraan, (suasana hati) pelayanan dan pengalaman masa lalu seseorang. Pada dasarnya persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi tergantung pada karakteristik orang yang memberikan respon terhadap stimuli tersebut. Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama: persepsi bersifat selektif secara fungsional. Hal tersebut berarti seseorang mempersepsi sesuatu akan memberikan tekanan yang sesuai dengan tujuannya. Kerangka rujukan (*frame of reference*) merupakan faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi, dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan

mempengaruhi cara seseorang dalam memberi makna pada pesan yang diterimanya. Psikologi menganggap kerangka rujukan amat berguna untuk menganalisis interpretasi perseptual terhadap peristiwa yang dialami, hal ini dikemukakan oleh Rakhmat (dalam Sobur, 2013:461).

2. Faktor Struktural

Krech dan Crutchfield (dalam Sobur 2013:461) mengatakan faktor struktural berarti timbul atau dihasilkan dari bentuk stimulasi dan efek netral yang ditimbulkan dari sistem saraf individu, bila mempersepsi sesuatu, seseorang mempersepsinya sebagai keseluruhan. Seseorang tidak melihat bagian-bagiannya, Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi kedua yaitu: medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti, meskipun stimuli yang diterima tidak lengkap, seseorang akan menginterpretasikannya secara konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi.

Dalam hubungan dengan konteks, Krech dan Crutchfield membuat dalil persepsi ketiga yaitu: sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur pada umumnya ditentukan oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan, bila seseorang termasuk dalam kelompok tertentu, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompok.

Selanjutnya dalil persepsi keempat: menyatakan bahwa objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung dianggap sebagai dari struktur yang sama.

3. Faktor Situasional

Faktor situasional berkaitan dengan bahwa nonverbal, petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk para linguistik adalah beberapa dari faktor situasional yang mempengaruhi persepsi.

4. Faktor Personal

Faktor personal terdiri atas pengalaman, motivasi dan kepribadian. Pengalaman akan membantu seseorang dalam meningkatkan kemampuan persepsi. Pengalaman bertambah melalui rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi.

Faktor yang mempengaruhi stimuli yang akan diproses adalah motivasi. Seseorang dengan kebutuhan hubungan interpersonal yang sangat tinggi lebih memperhatikan tingkah laku kolega terhadap dirinya daripada seseorang dengan kebutuhan hubungan interpersonalnya rendah menurut Guirdham (dalam Sobur, 2013:462).

2.2 Remaja

2.2.1 Pengertian Remaja

Menurut Rita Eka Izzaty, dkk (2008), remaja diterjemahkan dari bahasa latin yaitu *adolescence* yang berarti tumbuh atau tumbuh untuk masak, menjadi dewasa. *Adolecen* atau remaja menggambarkan seluruh perkembangan remaja baik perkembangan fisik, intelektual, emosi dan sosial.

Menurut Hurlock (dalam Rita Eka Izzaty, dkk, 2008), awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13-16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun yaitu usia matang secara hukum. Santrock (2003), remaja dimaksudkan sebagai masa perkembangan pralihan antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional. Perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional yang terjadi berkisar dari perkembangan fungsi seksual, proses berfikir abstrak sampai pada kemandirian.

Masa remaja awal (*early adolescence*) kira-kira sama dengan sekolah menengah pertama dan mencakup kebanyakan perubahan pubertas. Masa remaja akhir (*late adolescence*) menunjuk kira-kira setelah usia 15 tahun. Berdasarkan beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan masa perkembangan serta peralihan antara masa anak-anak ke masa dewasa yang mencakup perkembangan fisik, intelektual, emosi dan sosial. Masa remaja berlangsung antara umur 13-18 tahun.

2.2.2 . Ciri – Ciri Remaja

Menurut Hurlock (dalam Rita Eka Izzaty, dkk., 2008) masa remaja memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Masa remaja sebagai periode penting.

Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental yang cepat menimbulkan penyesuaian mental dan membentuk sikap, nilai dan minat baru.

- b. Masa remaja sebagai periode peralihan.

Masa remaja merupakan peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, sehingga mereka harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakan kemudian mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk tumbuh menjadi dewasa.

- c. Masa remaja sebagai periode perubahan.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada remaja antara lain adalah meningkatnya emosi, perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan, berubahnya minat dan pola perilaku serta adanya sikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

Adanya perubahan sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisik. Ketika perubahan fisik berlangsung cepat, maka perubahan sikap dan perilaku pun berlangsung cepat, demikian juga sebaliknya. Inilah yang dimaksud dengan masa remaja merupakan periode perubahan.

- d. Masa remaja sebagai masa mencari identitas.

Pada masa ini remaja mulai mendambakan identitas diri cenderung menimbulkan suatu dilema yang menyebabkan krisis identitas. Pada saat ini remaja berusaha untuk menunjukkan siapa dirinya dan peranannya dalam kehidupan masyarakat.

e. Masa Usia bermasalah.

Masalah remaja sering menjadi persoalan yang sulit dipecahkan, baik oleh anak laki-laki ataupun anak perempuan. Dalam hal ini ada dua alasan, mengapa para remaja sangat sulit untuk menyelesaikan masalahnya.

Pada masa remaja, penyelesaian masalah sudah tidak lagi dibantu oleh orangtua dan gurunya. Masalah yang dihadapi remaja akan diselesaikan secara mandiri, mereka enggan menerima bantuan dari orangtua dan guru lagi.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan atau kesulitan.

Timbulnya pandangan negatif terhadap remaja akan menimbulkan *stereotip* yang mempengaruhi konsep diri dan sikap remaja terhadap dirinya. Hal tersebut menjadikan remaja sulit untuk melakukan peralihan menuju masa dewasa.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik.

Pada masa ini remaja cenderung memandang dirinya dan orang lain sebagaimana yang diinginkan bukan sebagaimana adanya, lebih-lebih cita-citanya. Hal tersebut memicu emosinya meninggi dan apabila keinginannya tidak tercapai akan mudah marah. Semakin bertambahnya pengalaman pribadi dan sosialnya serta kemampuan berfikir secara rasional remaja dalam memandang diri dan orang lain, maka akan semakin realistik.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa.

Semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan *stereotip* belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Ternyata, berpakaian dan berperilaku seperti orang dewasa belum cukup mengukuhkan dirinya menjadi orang dewasa. Pada masa menginjak masa dewasa, maka mereka mulai berperilaku sebagai status orang dewasa seperti cara berpakaian, merokok, menggunakan obat-obatan yang dapat memberikan citra seperti yang diinginkan.

Menurut pendapat Hurlock diatas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri remaja yaitu masa yang penting dimana remaja akan mengalami periode perubahan, peralihan, mencari identitas, usia bermasalah, usia yang menimbulkan ketakutan atau kesulitan, masa yang tidak realistik dan ambang masa dewasa.

2.3 Desa

2.3.1 Pengertian Desa

Kata Desa berasal dari kata “*Dhesi*” (bahasa Sansekerta) yang mempunyai arti Tanah Kelahiran, namun di Indonesia karena terdapat banyak suku dan etnis kata desa ini mempunyai sebutan yang beragam menurut bahasa daerah masing-masing. Desa merupakan wilayah penduduk yang mayoritas masyarakatnya masih memegang teguh adat istiadat setempat, sifat sosialnya masih tinggi dan hubungan antar masyarakat cukup erat.

2.3.2 Perbedaan Desa dan Kelurahan

Desa bukanlah bawahan kecamatan, karena kecamatan merupakan bagian dari perangkat daerah kabupaten atau kota, dan desa bukan merupakan bagian dari perangkat daerah. Berbeda dengan Kelurahan, Desa memiliki hak mengatur wilayahnya lebih luas. Namun dalam perkembangannya, sebuah desa dapat di ubah statusnya menjadi kelurahan. Kewenangan desa adalah:

- a. Menyelenggarakan urusan pemerintah yang sudah ada berdasarkan hak asal usul desa.
- b. Menyelenggarakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan kabupaten atau kota yang diserahkan pengaturannya kepada desa, yakni urusan pemerintahan yang secara langsung dapat meningkatkan pelayanan masyarakat.

- c. Tugas pembantuan dari pemerintah, pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten atau kota urusan pemerintah lainnya yang diserahkan kepada desa.

2.3.3 Perangkat Desa

Perangkat Desa bertugas membantu kepala desa dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya. Perangkat desa ini terdiri dari sekertaris desa 3 (tiga) kepala urusan, 3 (tiga) kepala seksi dan kepala kewilayahan/dusun/dukuh/ sebutan lain menurut daerah masing-masing. Salah satu perangkat desa adalah sekertaris desa, yang diisi dari pegawai negeri sipil.

Sekertaris desa diangkat oleh sekertaris daerah kabupaten/kota atas nama bupati/wali kota. Perangkat desa lainnya diangkat oleh kepala desa dari penduduk desa yang ditetapkan dengan keputusan kepala desa. Perangkat desa juga mempunyai tugas untuk mengayomi kepentingan masyarakatnya.

2.3.4 Klasifikasi Desa

a. Menurut Aktivitasnya

1. Desa agraris adalah desa yang mata pencaharian utama penduduknya adalah di bidang pertanian dan perkebunan.

a industri adalah desa yang mata pencaharian utama penduduk adalah dibidang industri kecil rumah tangga.

3. Desa nelayan adalah desa yang mata pencaharian utama

Penduduknya adalah dibidang perikanan dan pertambakan

b. Menurut Tingkat Perkembangannya

1. Desa Swadaya

Desa swadaya adalah desa yang memiliki potensi tertentu tetapi dikelola dengan sebaik-baiknya dengan ciri:

- a) Daerahnya terisolir dengan daerah lainnya
- b) Penduduknya jarang
- c) Mata pencaharian *homogeny* (bersifat agraris)
- d) Bersifat tertutup
- e) Masyarakat memegang teguh adat
- f) Teknologi masih rendah
- g) Sarana dan prasarana sangat kurang
- h) Hubungan antarmanusia sangat erat
- i) Pengawasan sosial dilakukan oleh keluarga

2. Desa Swakarya

Desa swakarya adalah peralihan atau transisi dari desa swadaya menuju desa swasembada. Ciri-ciri desa swakarya adalah:

- a) Kebiasaan atau adat istiadat sudah tidak mengikat
- b) Sudah mulai mempergunakan alat-alat modern
- c) Desa swakarya tidak terisolasi
- d) Jauh dari pusat perekonomian
- e) Lalu lintas antar desa sudah tersedia

3. Desa Swasembada

Desa swasembada adalah desa yang masyarakatnya telah mampu memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya alam dan potensinya sesuai dengan kegiatan pembangunan regional. Ciri-ciri desa swasembada:

- a. Mayoritas berlokasi di ibu kota kecamatan
- b. Penduduknya padat
- c. Tidak terikat adat istiadat
- d. Telah memiliki fasilitas memadai
- e. Masyarakatnya sudah lebih efektif

2.3.5 Fungsi Desa

- a. Desa sebagai *hinterland* (pemasok kebutuhan bagi kota)
- b. Desa merupakan sumber tenaga kerja kasar bagi perkotaan
- c. Desa merupakan mitra bagi pembangunan kota
- d. Desa pemerintahan terkecil di wilayah negara

2.3.6 Ciri-Ciri Masyarakat Desa

- a. Kehidupan keagamaan di kota berkurang dibandingkan di desa.
- b. Orang kota pada umumnya bisa mengurus dirinya sendiri.
- c. Gotong royong yang masih erat dan kuat
- e. Tingkat wawasan yang minim dibanding orang kota

2.4 Media Sosial

2.4.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial seringkali menjadi banyak hal perdebatan tentang posisi dan fungsi media sosial itu sendiri, akan tetapi sebagian besar pengamat komunikasi sepakat dan sependapat bahwa berdasarkan perangkat yang digunakan media sosial yaitu teknologi komunikasi terutama internet maka media sosial termasuk ke dalam kategori *new media*. Media sosial turut menyebabkan perubahan pada media massa. Hal ini dapat dilihat dari esensi isi pesan media sosial yang bersifat personal dan privasi berada pada media global (santosa, 2011:44).

Media sosial adalah sebuah media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya, semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas (Utari, 2011:51).

Klarifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaanya. (tim pusat humas kementerian perdagangan RI, 2014:26).

Pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu:

1. **Pertama**, proyek kolaborasi *website*, dimana *user-nya* diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti *Wikipedia*.
2. **Kedua**, *blog* dan *microblog*, dimana *user* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan sesuatu hal di *blog* itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai dengan kritikan terhadap sesuatu hal, seperti di twitter dan yang lainnya.
3. **Ketiga**, *konten* atau isi, di mana para pengguna di situs web ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti: e-book, video, foto, gambar dan lain-lain. Contohnya media youtube.
4. **Keempat**, *situs jejaring sosial*, dimana pengguna memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya facebook.

Pesatnya perkembangan zaman dan teknologi mempengaruhi perkembangan media sosial dan cara berkomunikasi di era modern saat ini, dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri, jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio atau koran seseorang membutuhkan modal besar dan sulit untuk diakses dan digunakan.

Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis dan berbagai model konten lainnya.

2.4.2 Definisi Media Sosial

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari literatur penelitian menurut Funch (dalam Nasrullah, 2017:11)

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara penggunaan yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak yang lainnya, merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*) bekerjasama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Media sosial memiliki kekuatan pada *user generate* dimana konten dihasilkan oleh pengguna bahkan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

4. Menurut Van Dijk (2013) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi.

Menurut Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja, tanpa ada kekhususan individu.

Berbagai definisi atau pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu perangkat lunak yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dalam membentuk ikatan sosial secara virtual.

2.4.3 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2017:16) yaitu:

1. Jaringan Antarpengguna

Kata “jaringan” (*network*) dapat terhubung dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti jaringan lainnya. Koneksi diperlukan karena komunikasi dapat dilakukan jika antar komputer saling terhubung, termasuk di dalamnya, di transfer data (Castells. 2002. Gane & Beer, 2008) di dalam Nasrullah (2017:16)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet, namun sebagaimana, ditekankan oleh Castells (2012).

Struktur atau organisasi sosial yang dibentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dan mikroelektronik. Jaringan yang membentuk antar pengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan antara penggunanya, tidak peduli apapun di dunia nyata, (*offline*) antar pengguna tersebut saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi, konsep ini tentang informasi yang beranjak dari pemikiran Claude Shannon dan Warren Weaver tentang proses transformasi informasi (Gane & Beer, 2008) dalam Nasrullah (2017:20) di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna, komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna.

Karakter informasi di media sosial dapat dilihat dari dua segi, pertama: media sosial, merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi, disisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang

dikodekan (*encoding*) yang kemudian di distribusikan melalui perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*) dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet.

Kedua: informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial, setiap orang yang ingin masuk media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data tersebut asli atau rekayasa. Data tersebut juga yang menjadi representasi identitas dari pengguna, terutama bagi pengguna yang tidak pernah bertemu secara langsung dan berkenalan secara offline, salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah adanya kesamaan, seperti asal daerah, kegemaran dan identitas lain, yang di unggah oleh pengguna lain. Informasi disini menjadi komoditas yang dikonsumsi antar pengguna.

3. Arsip

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang telah tersimpan dan bisa di akses kembali, disaat kapan saja, melalui perangkat apapun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang biasa untuk penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti saat memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi yang telah menjadi bagian dari dokumen yang disimpan. Pengandaian sederhana yang dapat dibuat dalam konteks ini adalah kompilasi media yang dapat di akses dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data.

Gudang data tersebut di isi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapapun. “konsekuensi kunci perkembangan teknologi informasi yang menunjukkan kehidupan sehari-hari atau rutinitas menemukan saluran untuk di arsipkan secara digital sebagai rekaman seseorang dan bagaimana mereka membagikan hari demi hari dikehidupannya, terkait dengan preferensi kehidupan personalnya, pandangan tentang politik, agama, dan refleksi dari peristiwa yang mereka alami” (Beer, 2006) di dalam Nasrullah (2017:23).

4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna, jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) dan (*following*) yang di ikuti di internet semata, tetapi juga harus di bangun interaksi yang terjadi di media sosial minimal terbentuk saling menghormati atau memberikan tanda seperti tanda *love* yang mengartikan “*like* atau menyukai” postingan di TikTok.

Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks tersebut, David Holmes (2005) dalam Nasrullah (2017:26) menyatakan bahwa media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan di media baru, pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan prosedur konten media.

5. Simulasi Sosial (*Simulation Social*)

Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali, perangkat di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali, dengan realitasnya, seperti identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai foto profil. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah di produksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang di representasikan berbeda atau malah bertolak belakang.

6. Konten Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik pengguna media sosial lainnya adalah konten pengguna atau lebih populer disebut dengan *User Generated Content* (UGC) di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. *User Generated Content* merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister, 2003:221) dalam Nasrullah (2017:31).

7. Berbagi (*Share atau Sharing*)

Berbagi (*share atau sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial.

2.5 TikTok

2.5.1 Pengertian TikTok

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang perkembangannya paling cepat di dunia. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi dari 15-60 detik, dan paling lama yaitu 3 menit, disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya.

TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dalam platform video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance.

Dulunya aplikasi ini memiliki nama Douyin yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, Douyin pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu TikTok.

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

Karena merasa terancam, akhirnya pada November 2017 TikTok pun mengakuisisi Musical.ly dengan nominal Rp13,6 miliar. Akan tetapi, Musical.ly masih mengusung namanya sendiri untuk pasar di Amerika Serikat dan TikTok pun di negara lain. Pada Agustus 2018, Musical.ly pun akhirnya ditutup dan semua penggunanya dimerger ke TikTok.

Sementara itu, pada 2017 TikTok pun datang ke Indonesia. Sama seperti di negara lain, aplikasi video ini pun mengundang banyak perhatian dari berbagai kalangan. Kala itu, TikTok pun sempat hits bagi anak sekolah dan ABG (Anak Baru Gede).

Akan tetapi, pada Juli 2018, pemerintah Indonesia pun sempat memblokir TikTok. Alasan pemblokiran kala itu, karena aplikasi ini dinilai banyak mengandung konten yang negatif. Namun cuma butuh seminggu saja, akhirnya aplikasi TikTok pun sudah beredar lagi di App Store dan Google Play Store. Tentunya hal ini dimulai dengan adanya kerja sama antara TikTok dan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Sebagai daya tarik agar orang mau menggunakan TikTok, platform ini mengampanyekan program *Challenge*. Apa itu? Sebuah program yang berisi tantangan yang bisa dilakukan bersama teman atau pun sendiri. Dengan demikian, ketika sudah melakukan *challenge*, orang tersebut akan menantang orang lain.

TikTok *challenge* juga akan sangat menarik bila melibatkan selebriti. Akibatnya banyak tingkah laku selebriti yang berusaha mengikuti beat dalam video TikTok dan terlihat sangat lucu. Lagi pula orang-orang di dunia maya selalu mau untuk melakukan tantangan yang diberikan. Oleh karena itu, video TikTok yang lucu-lucu pun banyak beredar.

Cara menggunakan aplikasi TikTok:

1. Unduh aplikasi TikTok di App Store atau Google Play Store, kemudian lakukan instalasi aplikasi pada ponsel yang kamu gunakan.
2. Lengkapi profil kamu.
3. Rencanakan videomu dan aplikasikan filter yang kamu inginkan. Kamu bisa menggunakan semua filter spesial yang disediakan oleh TikTok.
4. Rekam videomu.
5. Jangan sendiri, kamu juga bisa melakukannya bersama teman.
6. Setelah itu, edit video untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.
7. Masukkan juga caption untuk video yang akan kamu unggah
8. Unggah video.
9. Lalu lihat video feed yang ada
10. Like atau comment di video yang kamu suka.
11. Cari video yang kamu inginkan atau sesuai dengan trending
12. Ikuti challenge yang sedang trending.
13. Ikuti pengguna melalui video yang kamu suka atau melalui kolom pencarian serta bisa juga menggunakan TikCode.

TikTok memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian pojok kanan yaitu sebagai berikut:

1. *Home Page*, adalah halaman utama, yang menampilkan video-video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti maupun video baru dari pengguna lain yang belum di ikuti. Cara melihat video terbaru dari para pengguna yaitu dengan hanya menggeser layar dari atas ke kebawah seperti saat scroll mouse di komputer. Video terbaru yang muncul, kurang lebih 30 video atau lebih.
2. *Profil*, berisi keterangan biodata informasi pengguna. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah *follower* (Pengikut), *following* (di ikuti) dan jumlah video yang disukai, yang telah di upload oleh pengguna.
3. *Like*, merupakan ikon suka dari tampilan saat menyukai sebuah konten atau status. Ikon like di TikTok yaitu berbentuk hati.
4. *Comment*, sebagai layanan jejaring sosial di TikTok yang menyediakan fitur komentar. Video-video yang ada di TikTok dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda dipojok sebelah kanan, yang berbentuk bulat, kemudian klik dan tulis komentar yang ingin dituliskan, lalu kirim.
5. *Share*, merupakan tampilan layanan untuk membagikan konten video.

2.5.2 Sejarah TikTok

TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dalam platform video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance. Pencipta TikTok tidak lain dan tidak bukan adalah Zhang Yiming. Yiming sendiri merupakan lulusan Universitas Nankai dengan jurusan Software Engineer. Awalnya, Yiming hanya mendirikan perusahaan tekno yang bernama Byte Dance.

Dulunya aplikasi ini memiliki nama Douyin yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, Douyin pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu TikTok.

TikTok adalah aplikasi yang berasal dari China dengan induk perusahaan bernama ByteDance. TikTok sendiri merupakan aplikasi sosial media yang membagikan khusus video pendek yang kreatif.

TikTok juga memiliki beberapa pilihan musik dan filter guna meningkatkan nilai kreatif sebuah video. Sehingga tidak heran, meskipun hanya berdurasi 15 detik, video TikTok bisa mengandung banyak hal menarik.

TikTok merupakan bagian dari media sosial. Perkembangan media sekarang ini berkembang pesat dari tahun ke tahun, dan media sosial menjadi media paling populer di kalangan remaja dan masyarakat modern. Media sosial diberbagai platform memudahkan penggunaanya dalam berkomunikasi bahkan dalam jangkauan yang lebih luas lewat berbagai aplikasi yang ditampilkan.

Munculnya media sosial merupakan bagian dari konvergensi media di era digital yang dapat mengubah pola hidup dan persepsi seseorang. Dalam hal ini TikTok merupakan salah satu media sosial yang populer di remaja modern, dahulu TikTok hanya digunakan untuk mengunggah video pribadi, dengan maksud hiburan, dengan berbagai kreativitas dengan berbagai pilihan background lagu dan filter effect yang disediakan oleh fitur aplikasi TikTok. TikTok mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan remaja akan berbagai konten kreasi yang tersedia, dengan berbagai pilihan yang diinginkan, dari konten informasi berita, olahraga, hiburan, traveling, teknologi dan yang lainnya.

Remaja lebih tertarik dengan komunikasi visual yang disuguhkan oleh media sosial TikTok, yang isinya selalu menarik dan video terbaru tentang yang sedang tren atau hits di hari itu. Terlebih lagi anak muda sekarang memiliki kreativitas dan inovasi dalam mengelola dan mengedit video dengan berbagai kreasi yang diinginkan.

Kategori media sosial Facebook masih di urutan atas, sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak di unduh oleh pengguna perangkat smartphone di Indonesia, yakni mencapai 55,64 persen, Google+ berada di urutan kedua dengan perolehan persentase yang tak jauh beda dari Facebook yakni 54,82 persen, sekaligus mengungguli unduhan TikTok 49,55 persen, Path 25,08 persen dan Twitter 22,29 persen, sebagaimana yang telah dilansir (<http://m.tribunnews.com/>).

Sebagai media sosial, TikTok bekerja dengan prinsip jejaring satu akun akan terhubung dengan akun lain jika pengguna, baik pemilik maupun pengunjung, mengoneksikan akun yang mereka miliki melalui *following* atau *follower*. Secara perangkat teknologi, teknologi itu bisa secara langsung terhubung, dalam sebuah akun, jika pengguna mendapatkan informasi baru dari pengguna lain.

Media sosial TikTok memungkinkan siapapun untuk menyembunyikan identitas asli pemilik akun dan membuat identitas baru, hal tersebut disebabkan oleh peluang yang diberikan oleh perangkat teknologi untuk mengontruksikan identitas yang diinginkan pengguna.

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial seperti TikTok merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti foto profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna itu sendiri, dan juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang cyber (dalam Nasrullah, 2017:51).