

**ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PADA SISWA
SMA NEGERI 3 BINJAI**

SKRIPSI

Oleh:

M. Sauqi Guruh Al Fanny
NPM 1803110250

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh

Nama : M. Sauqi Guruh Al Fanny
NPM : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 09 Maret 2023
Waktu : Pukul 09:00 WIB s.d Pukul 14:00

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. MUHAMMAD THARIQ, S. Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S. Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S. Sos., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S. Sos., MSP



Sekretaris



Dr. ABRAR ADHANI, S. Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : M. Sauqi Guruh Al Fanny
NPM : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Informasi bagi Siswa SMA Negeri 3 Binjai

Medan, 23 Juni 2023

Pembimbing


Faizal Hamzah Lubis, S. Sos., M.I.Kom.
0121858202

Disetujui oleh
Ketua Program Studi


Akhyar Anshori, S. Sos., M.I.Kom.
0127048401

Unggul | Cerdas | Terpercaya


Dr. Arifin Saleh, S. Sos., MSP.
0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, M. Sauqi Guruh Al Fanny, NPM 1803110250, menyatakan dengan sungguh-sesungguhnya:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah Tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

UMSU

Unggul | Cerdas

Medan, 19 Juni 2023

Yang Menyatakan,



M. Sauqi Guruh Al Fanny

ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI PADA SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI

M. SAUOI GURUH AL FANNY
1803110250

ABSTRAK

Era digital telah membuat suatu perubahan yang signifikan terhadap aspek kehidupan, dapat dilihat dari hampir seluruh khalayak menambahkan media sosial sebagai alat hiburan ataupun untuk keperluan pribadinya. Perkembangan ini juga diikuti oleh informasi yang mudah diperoleh sangat cepat. TikTok salah satu dari sekian banyak aplikasi media sosial yang sudah dimiliki oleh setiap orang, telah menempatkan berbagai informasi yang terdapat pada konten. Konten sendiri adalah karya berupa visual dengan tema atau pesan beragam yang dapat dibuat oleh seseorang yang disebut Konten Kreator. Remaja saat ini menjadi komoditas utama pengguna TikTok, Tidak terkecuali siswa dan siswi SMA Negeri 3 Binjai. Fenomena ini menjadi pertanyaan apakah TikTok dapat menjadi media informasi dimasa yang akan datang?, atau hanya menjadi media hiburan semata. Hal itulah yang menjadi dasar dari terciptanya penelitian ini. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tehnik pengumpulan data yaitu berupa observasi dan wawancara dari 10 orang remaja narasumber pengguna TikTok selama 1 bulan dan mekanisme tehnik analisis data kualitatif. TikTok sebagai media sosial tentu banyak memiliki pandangan yang berbeda dari setiap orang. Seperti pada hasil penelitian ini ditemukan fakta bahwa ada yang menyukai TikTok dari segi fitur yang tersedia, dan ada juga yang menggunakan TikTok karena ketertarikan konten kreator yang menjadi komunikasi utama dalam penyebaran informasi. Kemudian aplikasi ini juga tidak menutup kemungkinan untuk mencari popularitas diri seperti yang dilakukan oleh salah satu remaja Siswa SMA Negeri 3 Binjai. Fokus utama dalam penelitian ini adalah menguji dan mencari tahu akan pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai Media Informasi pada siswa SMA Negeri 3 Binjai.

Kata Kunci: Tik Tok, Media Informasi, Siswa SMA Negeri 3 Binjai

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Suatu kebanggaan bagi penulis atas selesainya penulisan skripsi ini, meskipun dalam proses penyusunannya telah mengalami hambatan yang tidak lain disebabkan atas keterbatasan penulis. Namun, berkat motivasi serta doa dari berbagai pihak serta kedua orang tua saya H. Samudra Putra dan Hj. Tengku Sri Dewi yang tidak henti-hentinya memberikan arahan, semangat, serta doa sehingga penulis telah dapat menyelesaikan seluruh prosedur skripsi yang berjudul **“Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Informasi Pada Siswa SMA Negeri 3 Binjai”**.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan masukan yang diberikan dalam penulisan proposal skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, masukan, semangat, dan motivasi. Serta selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai akhir perkuliahan.
8. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu pembuatan administrasi saya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Kepala Sekolah SMA Negeri 3 Binjai Bapak Esnurdin Ridwan M.Pd yang telah memberikan izin dalam melanjutkan penelitian dari skripsi saya.
10. Teman hidup penulis Fadia Utami S.E, yang telah sabar mendengar keluh kesah penulis dan tidak lelah menyemangati dan menemani penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Medan, Juni 2023

Penulis



M. Sauqi Guruh Al Fanny

1803110250

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1. Manfaat Teoritis	6
1.5.2. Manfaat Praktis	6
1.1 Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Teori S-O-R	9
2.2 Komunikasi	10
2.2.1. Pengertian Komunikasi	10
2.2.2. Fungsi Komunikasi	11
2.3. Media Sosial	12
2.3.1. Defenisi Media Sosial	12
2.3.2. Karakteristik Media Sosial	13
2.3.3. Jenis Jenis Media Sosial	14
2.4 Efektivitas Komunikasi	15
2.4.1. Menentukan Khalayak	15
2.4.2. Pemilihan Media Komunikasi	16
2.4.3. Peranan Komunikator dalam Komunikasi	16
2.5 Media Informasi	17
2.6 Aplikasi Tik Tok	18
2.6.1. Aplikasi	18
2.6.2. Tik Tok	18
2.7 Siswa	19
2.8 SMA Negeri 3 Binjai	19
2.9 Anggapan Dasar	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Kerangka Konsep	21
3.3 Defenisi Konsep	22
3.4 Kategorisasi Penelitian	23
3.5 Informan atau Narasumber	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1.Wawancara	24
3.6.2.Observasi	24
3.6.3.Dokumentasi	25
3.7. Teknik Analisis Data	25
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	25
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
5.1 Hasil Penelitian	27
4.1.1. Informan 1	28
4.1.2. Informan 2	28
4.1.3. Informan 3	30
4.1.4. Informan 4	31
4.1.5. Informan 5	31
4.1.6. Informan 6	32
4.1.7. Informan 7	33
4.1.8. Informan 8	33
4.1.9. Informan 9	35
4.1.10. Informan 10	35
4.2. Pembahasan	36
BAB V PENUTUP	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Model Teori SOR.....	10
Tabel 3.1	Konsep Penelitian.....	22
Tabel 3.2	Kategorisasi Pada Penelitian.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Wawancara dengan Narasumber	27
Gambar 4.2	Konten Kreator Tema Kuliner	29
Gambar 4.3	Akun Tik Tok Informan 3	30
Gambar 4.4	Konten Kreator Tema Fashion	34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian.dan Wawancara
- Lampiran 2 : Draft Wawancara.
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian .
- Lampiran 4 : Surat Rekomendasi Izin Penelitian.
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian.
- Lampiran 6 : Sk-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 7 : Sk-2 Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing.
- Lampiran 8 : Sk-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 9 : Sk-4 Undangan Panggilan Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 10 : Sk-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 : Sk-6 Permohonan Ujian Skripsi.
- Lampiran 12 : Sk-7 Surat Pernyataan.
- Lampiran 13 : Sk-8 Borang Data Alumni.
- Lampiran 10 : Sk-10 Undangan Panggilan Ujian Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini membuat pengguna media sosial memiliki seluruh akses yang mudah dipergunakan oleh segala kalangan. Inovasi ini membuat banyak pilihan kepada masyarakat sebagai pengguna media sosial yang aktif untuk memperluas relasi dan kepentingan mereka. Pada umumnya fungsi media sosial diantaranya menyebarluaskan berita, gambar dan video dengan sesama pengguna di media sosial itu sendiri. Namun saat ini media sosial tidak hanya sebatas membagikan momen tertentu saja, akan tetapi dapat menjadi lapangan pekerjaan baru yang efektif, seperti yang dikemukakan oleh Merrill menyebutkan bahwa media sosial menjadi media yang potensial untuk menemukan konsumen atau pengguna produk dan membangun citra merek produk (Dewa & Safitri, 2021).

Akses ke media sosial melalui gawai menyebabkan masyarakat dapat mengakses secara ringkas, sehingga dapat diakses kapanpun dengan bantuan jaringan yang tersedia. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Berdasarkan Survei Badan Litbang SDM Kominfo menunjukkan bahwa 66,3% atau lebih dari setengah masyarakat Indonesia sudah memiliki dan menggunakan telepon pintar atau *smartphone* dan berdasarkan pulau, Sumatera menjadi nomor dua terbesar dalam memiliki dan menggunakan *smartphone* yakni

sekitar 84,14% (Hidayat & Lubis, 2021).

Media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk mendalami segala hal yang dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan ide dan berkreasi dari berbagai macam sumber. Media sosial juga membangun opini publik yang kuat karena jaringannya yang tak terbatas, menurut Lubis opini publik atau pendapat umum ialah gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat mempengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut (Lubis, 2018). *Platform* media sosial kini mendistribusikan berbagai konten yang dapat dinikmati dan dijangkau masyarakat. Menurut Gahrn konten adalah sesuatu yang disampaikan dapat melalui teks, gambar, foto, musik dan lainnya (Putri Anggoro & Pranata, 2020)

Adanya media sosial memberikan hiburan bagi setiap orang untuk menghilangkan rasa bosan dan rasa lelahnya, bahkan dengan melihat media sosial mereka bisa menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk melihat beberapa konten yang tersedia. Pada era ini masyarakat memang lebih cenderung untuk mencari informasi melalui media sosial, selain itu mereka juga dapat berbagi informasi melalui media sosial, tidak seperti dulu berbagi informasi hanya dapat dilakukan melalui media massa. Salah satu media sosial yang paling banyak diminati pada saat ini ialah TikTok.

TikTok adalah produk unggulan dari ByteDance Ltd, sebuah perusahaan teknologi global yang mengoperasikan berbagai platform konten yang menginformasikan, mengedukasi, menghibur, dan menginspirasi orang-orang di

seluruh bahasa, budaya, dan geografi (TikTok Official, 2022). Penggunaan media sosial TikTok sudah menjadi sebuah rutinitas remaja pada saat ini. Menurut Rumini dan Sundari (2004), remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria (Adhani & Priadi, 2017). Konten yang terdapat pada aplikasi TikTok membentuk media sosial yang paling cepat pertumbuhannya, hal ini dikutip dari *platform Analisis Sensor Tower*

mengatakan bahwa aplikasi TikTok mengalami pertumbuhan yang signifikan secara global di App Store dan Google Play dengan lebih dari 2 miliar pengguna telah mengunduh aplikasi video sosial TikTok dari ByteDance, Sedangkan hasil riset sumber statista dari databoks 2020 TikTok memasuki peringkat ketujuh dari sepuluh media sosial dengan pengguna aktif terbanyak bulan april (Viranti, 2021).

Aplikasi TikTok di tahun 2020 berkembang pesat dan menjadi budaya baru di Indonesia. Meskipun aplikasi tersebut sudah ada sejak tahun 2018, namun belakangan ini aplikasi tersebut banyak diminati oleh masyarakat berbagai usia. Rakhmayanti mengatakan bahwa generasi Y dan Z usia antara 14 sampai dengan 24 tahun mendominasi pengguna TikTok di Indonesia (Dewa & Safitri, 2021). TikTok merubah arah algoritma media sosial mereka menjadi lebih baik lagi dengan menghadirkan beberapa inovasi baru yaitu konten informasi, hiburan, dan yang terbaru saat ini konten pembelajaran (tutorial) yang membantu kalangan pelajar mendapatkan info tentang berbagai hal yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. TikTok juga menjadi media informasi terbaru dengan

inovasinya yaitu konten video pendek berdurasi sekitar 15-60 detik bahkan bisa lebih. Konten dapat dipadukan dengan efek khusus yang unik dan menarik, serta dapat dimainkan dengan dukungan musik, sehingga pengguna dapat berkreasi dan menyebarkan kreatifitas dengan berbagai cara penyampaian pada informasi tersebut. TikTok banyak Memiliki sumber ide-ide yang bisa merangsang pikiran untuk menimbulkan atau melahirkan suatu kreasi itu sendiri. Ketika berkreasi membutuhkan ide yang kreatif agar video yang akan disebarluaskan ke TikTok memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dengan yang lain. Menurut Widjningsih sumber ide adalah sesuatu hal yang dapat menimbulkan rangsangan akan lahirnya suatu kreasi (Pratiwi & Achmad, 2021).

Saat ini kalangan remaja sangat mendominasi media sosial, tidak terkecuali siswa dan siswi SMA Negeri 3 Binjai, dalam hal ini siswa-siswi yang beraneka ragam tentang melek teknologi sangat minim dan cenderung menggunakan media sosial sebagai hiburan semata sedangkan sistem pendidikan terbaru membuat siswa harus lebih aktif dalam mencari informasi dan ilmu pengetahuan, dengan adanya konten TikTok yang bervariasi serta inovatif seperti edukasi dan informasi, dapat memungkinkan siswa menjadi fleksibel. Fenomena TikTok sebagai media sosial yang sangat cepat dalam penyebarluasan informasi atau yang biasa disebut viral menjadi hal yang menarik dan menjadi fokus peneliti untuk melihat seberapa berpengaruhnya aplikasi TikTok di kalangan siswa.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmawati (2022) menguji pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi awal, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa masyarakat lebih cenderung membagikan informasi melalui

media sosial, karena masyarakat yang hidup di era 4.0 ini lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berselancar di dunia internet. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka penulis tertarik dan merasa perlu untuk menguji aplikasi media sosial TikTok, dengan tingkat penyebaran informasi yang sangat cepat yang menjadi *platform* para remaja tepatnya pada kelas 12 IPA dan IPS SMA Negeri 3 Binjai, dengan judul penelitian Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Informasi Pada Siswa SMA Negeri 3 Binjai.

1.2 Pembatasan Masalah

TikTok dengan berbagai penggunaannya dari seluruh generasi dan juga konten yang beragam akan menjadikan fokus penelitian yang semakin meluas, oleh karena itu peneliti membatasi masalah dengan menempatkan pembatasan masalah pada penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat lebih fokus pada permasalahan utama yaitu media informasi. Media informasi ini dapat berupa konten yang tayang di TikTok dan disukai oleh subjek penelitian, sehingga pembatasan masalah pada media informasi terletak pada informasi yang beredar di TikTok seperti informasi yang dibuat oleh konten kreator dan informasi mengenai penerapan dari fitur aplikasi TikTok. Pada Subjeknya dibatasi oleh siswa dan siswi kelas 12 IPA dan IPS sebanyak 5 orang dari IPA dan 5 orang dari IPS kelas 12 yang pengguna aktif aplikasi TikTok saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah sebelumnya, dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah bagaimana analisis pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai

media informasi pada siswa SMA Negeri 3 Binjai menjadi aktivitas terbaru dalam memperoleh informasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media informasi dikalangan remaja siswa SMA Negeri 3 Binjai, terkait penyebaran informasi melalui aplikasi TikTok yang dapat mempengaruhi kalangan remaja. Apakah TikTok akan berguna dan menjadi media informasi yang menarik bagi siswa SMA Negeri 3 Binjai.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dalam dua aspek yaitu teoritis dan praktis, yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pentingnya penggunaan aplikasi TikTok untuk mendapatkan informasi baru dengan mudah, dan juga berpotensi mengembangkan seluruh penggunanya untuk menjadi produsen informasi dengan cara modern, unik, dan dapat mudah dipahami.

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Peneliti

Diharapkan peneliti dapat menambah wawasan terhadap media sosial TikTok dan juga mengembangkan pengetahuan peneliti tentang media sosial digital lainnya. Peneliti juga berharap TikTok sebagai media sosial yang menarik terus berkembang dan menjadi new media.

b. Mahasiswa

Pada mahasiswa tingkat akhir akan dapat dijadikan acuan penelitian terbaru dengan fokus yang berbeda, dan diharapkan lebih banyak penelitian mengenai media sosial terutama mengenai TikTok. Terlebih lagi TikTok sangat luas penafsirannya, Menjadikan TikTok sebagai hal yang signifikan untuk menjadi penelitian berikutnya. Ataupun media sosial lain yang saling berkaitan satu sama lain.

c. Siswa

Penelitian dengan tema media sosial sudah seharusnya menjadi topik umum para pelajar, sebagai upaya mencari ilmu pengetahuan dan memanfaatkan teknologi dengan sumber yang mudah ditemukan. Media Sosial akan terus berkembang dan tidak terhenti, bahkan seiring berjalannya waktu menjadikan media sosial sebagai aktivitas hal yang lumrah dan menambah aktivitas kalian dengan memasukannya menjadi aktivitas umum. Siswa juga dapat berkreasi dan melakukan hal apapun dan belajar apapun, serta mencari tahu mengenai seluruh media sosial karena hal ini sangat berguna untuk kemajuan teknologi dan menjadi bagian sebagai new media dalam mencari informasi tambahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini berpedoman langsung pada pedoman penulisan skripsi fisip umsu dengan rangkaian skema sebagai berikut:

- a. **BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian
- b. **BAB II: URAIAN TEORITIS:** Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai tinjauan Pustaka mengenai Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Pada Siswa SMA Negeri 3 Binjai.
- c. **BAB III: METODE PENELITIAN:** Pada bab ini penulis menguraikan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi, dan waktu penelitian.
- d. **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:** Pada bab ini penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada beberapa hal dilapangan.
- e. **BAB V: PENUTUP:** Pada bab ini penulis menjelaskan simpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh.

BAB II

URAIAN TEORITIS

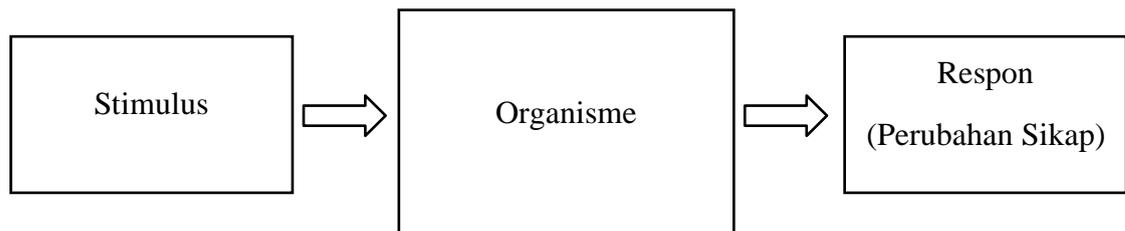
2.1 Teori S-O-R

Penelitian ini didukung oleh teori S-O-R yang merupakan singkatan dari *Stimulus, Organism, Response*. Teori S-O-R Dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang digunakan untuk memprediksi respon yang timbul berdasarkan stimuli dan data karakteristik organisme (Komunikan) yang dimiliki (Dilla, 2020). Menurut teori ini dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why” (Kurniawan, 2018). Efek yang tercipta dari stimulus response ini merupakan reaksi khusus terhadap stimulus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Terdapat unsur-unsur dalam model ini adalah: pesan (*stimulus*), komunikan (*organism*), efek (*respons*) (Nurhaditio & Prayitno, 2022). Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Kamil, 2013). Jika dikaitkan pada penelitian ini, yaitu dengan judul analisis pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media informasi pada siswa sma negeri 3 binjai, maka dapat ditentukan bahwa:

- a. Pesan (*stimulus*): Aplikasi TikTok sebagai Media Informasi.
- b. Komunikan (*organism*): Siswa kelas 12 IPA dan IPS.
- c. Efek (*response*): Sikap dan masukan yang timbul sebagai informasi mengenai TikTok dan efektivitas pemanfaatan sebagai media informasi.

Model teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi reaksi, dimana ketika ada rangsangan maka orang lain akan memberikan reaksinya atau responnya. Model teori S-O-R ini dapat dibuat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Model Teori S-O-R



Sumber: Penelitian 2020 oleh Resty Lisma Dilla

2.2 Komunikasi

2.2.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi (communication) adalah sebuah proses sistematis di mana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna (Wood). Menurut Laswell mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, mengatakan “apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan akibat atau hasil apa” (*who? Says what? In which channel? To whom? with what effect?*) (Roudhonah, 2019). Komunikasi juga berarti upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan dan juga menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat. Demikian juga komunikasi, pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang, baik berupa kata-kata, angka-angka, tanda-tanda atau yang lainnya, yang semuanya itu tentu harus adanya kesamaan makna dan pengertian. Ruben dan Stewart menyatakan komunikasi meliputi respons terhadap

orang dan lingkungan. Melalui proses itu manusia menciptakan dan menginterpretasi pesan tidak hanya sebagai individu, tetapi kelompok, relasi dengan sesama, atau organisasi sebagai wujud relasi dengan lingkungan yang menjadi kepentingannya dengan manusia. Sedangkan menurut Nasution dan Lubis komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja (Nasution & Lubis, 2017).

2.2.2. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memainkan peranan yang integral dari banyak aspek dalam kehidupan manusia. Fungsi komunikasi secara universal dalam hal ini untuk melayani beragam fungsi yang penting. Melalui komunikasi orang-orang dalam suatu organisasi akan melakukan interaksi satu sama lainnya, baik itu bertukar informasi memberi pendapat, intruksi maupun saling memberi motivasi (Jumrad & Mayang Sari, 2019). Basit (2018) mengatakan terdapat empat fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Menginformasikan (to inform)

Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

b. Mendidik (to educate)

Yaitu fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide

dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c. Menghibur (to entertain)

Yaitu fungsi komunikasi selain menyampaikan Pendidikan dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (to influence)

Yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.3 Media Sosial

2.3.1. Defenisi Media Sosial

Media sosial merupakan pergeseran dari model mekanisme siaran dari banyak ke banyak yang berakar pada format (Basit, 2019). Media sosial menjadi salah satu sumber kekuatan besar dalam melakukan penyebaran informasi, meskipun informasi yang tersajikan belum memiliki tingkat akurasi kebenaran karena cenderung tidak dilakukan konfirmasi terhadap berita atau peristiwa yang akan disajikan. Media Sosial sendiri adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Maharani & Djuwita, 2020).

2.3.2. Karakteristik Media Sosial

Terkait dengan karakter media sosial dapat diuraikan tentang karakter media sosial dalam komunikasi digital sebagaimana berikut:

- a. Jaringan (*network*) antarpengguna. Kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.
- b. Informasi (*information*) sebagai karakter di media sosial bisa dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial.
- c. Arsip (*archive*) menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi (*interactivity*). Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar-pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut.
- e. Simulasi (*Simulation*) sosial. Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan

yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

- f. Konten oleh pengguna (*User Generated Content*). Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau populer disebut dengan *user generated content (ugc)*. Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi oleh pengguna atau pemilik akun.
- g. Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya semata memungkinkan didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh pengguna itu sendiri.

2.3.3. Jenis Jenis Media Sosial

- a. *Social Networking*, atau jaringan sosial merupakan media yang paling populer dalam kategori media sosial. Media atau situs ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi dari hubungan sosial tersebut. Karakter utama dalam situs jejaring sosial ini adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan. Baik itu terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*offline*) atau membentuk jaringan pertemanan baru.
- b. *Blog*, merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi baik itu tautan web lain, informasi dan sebagainya.

- c. *Microblogging*, tidak berbeda dengan jurnal online (*blog*), microblogging ini merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas dan/atau pendapatnya, namun ada keterbatasan dari jumlah penggunaan kata atau huruf yang disediakan.
- d. *Social Bookmarking*, merupakan media sosial yang bekerja dengan aktivitas pengguna untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

2.4 Efektivitas Komunikasi

2.4.1. Menentukan Khalayak

Komunikasi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikasi berada pada saat digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. Hal lain yang menyangkut perhatian khalayak dalam memperoleh pesan. Khalayak merupakan produk yang berorientasi pada kehidupan sosial. Khalayak berasal dari sebuah struktur masyarakat yang berinteraksi dan mengkonsumsi media beserta kontennya. Dalam menentukan tema dan materi atau isi pesan yang akan dilontarkan melakukan proses penentuan sasaran biasanya sebuah organisasi melakukan kepada khalayak sesuai kondisinya, dapat bersifat one side issue, suatu penyajian usaha untuk melakukan proses segmentasi pasar dengan mengidentifikasi masalah yang bersifat sepihak, hanya segi positif saja atau hanya segi negatif saja. Kemudian wawancara dan survei khalayak, untuk menentukan mana yang paling efektif dari kedua cara penyajian. Seluruh pendekatan tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing tersebut telah diteliti oleh Carl I. Hoveland, Arthur A. Limsdale,

dan Fred D. Sheffield, masing oleh karena itu, sebaiknya kita memanfaatkan semua metode etis untuk yang rekomendasinya bahwa: Kalau kita mengadakan komunikasi dengan orang- mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang khalayak. Setelah didapatkan orang yang pada mulanya memang telah berbeda pendapat dengan kita, maka gambaran, kemudian dilakukan proses identifikasi segmen khalayak atau akan lebih efektif bila menggunakan both sides issue. Kepada orang-orang yang kelompok yang paling tepat, menentukan skala prioritas, memilih media dan dari awal sudah ada persamaan dan kesepakatan pendapat, akan lebih efektif. Kepada golongan terpelajar, mempersiapkan pesan-pesan untuk disampaikan kepada masyarakat. sebaiknya disampaikan both sides issue.

2.4.2. Pemilihan Media Komunikasi

Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi terjadi dan berlangsung tetapi kadang-kadang tidak tercapai kepada sasaran tentang apa yang dikomunikasikan itu. Dimungkinan adanya komunikasi yang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan kalau terjalin persesuaian di antara keduanya.

2.4.3. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Salah satu variabel penting yang mempengaruhi perubahan sikap penerima pesan adalah kredibilitas komunikatornya (Siagian, 2012). Di dalam melakukan komunikasi dapat dilihat beberapa gaya komunikator melakukan aksinya (tergantung pada situasi yang mereka hadapi). Gaya komunikator dapat dibedakan ke dalam beberapa model seperti:

- a. Komunikator yang membangun, ciri-cirinya mau mendengarkan pendapat orang lain dan dia tidak pernah menganggap dirinya benar. Ingin bekerjasama dan memperbincangkan sesuatu persoalan dengan sesamanya sehingga timbul saling pengertian.
- b. Komunikator yang mengendalikan, ciri-cirinya pendapatnya itu merupakan hal yang paling baik sehingga ia tidak mau mendengarkan pandangan orang lain intern maupun ekstern. Ia menginginkan komunikasi satu arah saja tidak akan menerima dari arah lain.
- c. Komunikator yang melepaskan diri, ciri-cirinya ia lebih banyak menerima dari lawannya berkomunikasi. Kadang-kadang rasa rendah dirinya timbul sehingga ketidakmampuannya keluar. Ia lebih suka mendengar pendapat orang lain dengan tidak bersungguh-sungguh menanggapi.
- d. Komunikator yang menarik diri, ciri-cirinya ia selalu bersifat pesimis sehingga menurutnya keadaan tidak dapat diperbaiki lagi. Ia lebih suka melihat keadaan seadanya, dan kalau mungkin berusaha menghindari keadaan tambah buruk.

2.5 Media Informasi

Media Informasi merupakan himpunan data yang telah diolah sedemikian rupa menjadi suatu yang penting bagi penggunaannya dan mempunyai pengaruh nyata yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung di kehidupan sekarang dan di yang akan datang (Yustiani & Yunanto, 2017). Informasi menjadi entitas yang penting di dalam media sosial, karena tidak seperti media lain di

internet. Pengguna media sosial mengkreasikan representasi dirinya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

2.6 Aplikasi TikTok

2.6.1. Aplikasi

Aplikasi dapat diartikan sebagai suatu program berbentuk perangkat lunak yang berjalan pada suatu sistem tertentu yang berguna untuk membantu berbagai kegiatan yang dilakukan oleh manusia (Huda & Priyatna, 2019). Sedangkan TikTok 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.

2.6.2. TikTok

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang menjadi budaya populer di Indonesia mulai awal tahun 2020 ini. Tik Tok sendiri dalam pelafalan bahasa China di sebut Douyin yang merupakan aplikasi video musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan lipsync lagu oleh penggunanya, aplikasi ini berasal dari negeri Tiongkok yang diciptakan oleh Zhang Yiming melalui perusahaan ByteDance tahun 2016. Pada tahun 2017 aplikasi TikTok mulai masuk ke Indonesia, namun pada saat itu aplikasi ini dianggap “norak” dan di tolak oleh masyarakat Indonesia dan pada puncaknya pada juli 2018 dilakukan pemblokiran aplikasi TikTok di Indonesia oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (Fauziah, 2019).

2.7 Siswa

Siswa adalah subjek yang terlibat dalam kegiatan belajar mengajar di sekolah. Di sekolah tersebut siswa mengalami proses belajar, setelah mengalami proses belajar tersebut diharapkan siswa berubah sesuai dengan apa yang dipelajari dari proses belajar tersebut (Firmansyah, 2013). Sedangkan menurut Budiningsih Siswa adalah manusia yang memiliki sejarah, makhluk dengan ciri keunikannya atau individuallitas (Budiningsih, 2015).

2.8 SMA Negeri 3 Binjai

Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal satu-satunya yang diselenggarakan pemerintah memegang peranan penting dalam mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Sekolah adalah salah satu elemen penting dari pembentukan karakter seseorang (Nikiwan, 2020). Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui interaksi dalam proses pembelajaran di sekolah yang dilakukan secara sadar, sistematis dan terarah menuju ke arah perubahan tingkah laku peserta didik sesuai dengan yang diharapkan. Tidak terkecuali SMA Negeri 3 Binjai yang akan jadi lokasi pada penelitian dan siswa nya menjadi objek penelitian ini. SMA Negeri 3 Binjai beralamat di jalan Padang Sidempuan No 24 Binjai Kelurahan Rambung Barat Kecamatan Binjai Selatan Kota Binjai Sumatera Utara dengan bapak Esnur Ridwan, M.Pd saat ini menjabat sebagai kepala sekolah. Sekolah ini menjadi komoditas penting antara sekolah negeri lainnya di binjai dengan peningkatan dari tahun-ketahun seperti fasilitas, pengajar, dan administrasinya. SMA Negeri 3 Binjai juga berlokasi di tengah Kota Binjai, yang dimana membuat siswa disini beragam dari sisi budaya dan

keberagaman tingkah laku siswanya. Akan tetapi angka melek teknologi pada siswanya belum dikatakan mumpuni, karena siswa sebagian berasal dari kampung. Hal inilah menjadi tolak ukur peneliti dalam menempatkan siswa sekolah ini menjadi lokasi penelitian.

2.9 Anggapan Dasar

Diambil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmawati dengan judul Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita di Pekanbaru. [Tribunnews.com](http://tribunnews.com)). Anggapan dasar yang dapat dikemukakan ialah media sosial akan menjadi media yang sangat berpengaruh pada masyarakat terutama para remaja terutama TikTok dengan banyak hal yang dapat dilakukan di dalam media sosial tersebut.

BAB III

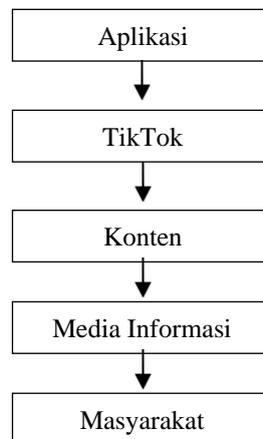
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang sudah ditetapkan oleh peneliti, maka dapat diambil keputusan bahwa penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Ramby, 2022). Kemudian peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mengkaji peristiwa tindakan sosial yang alami menekankan pada cara orang menafsirkan, dan memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri (Mohajan, 2018). Penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2000)

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian adalah kerangka hubungan antara konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. konsep dalam hal ini adalah suatu abstraksi atau gambaran yang dibangun dengan menggeneralisasikan suatu pengertian. agar supaya konsep tersebut dapat diamati dan diukur, maka konsep tersebut harus dijabarkan terlebih dahulu (Suherman, 2019).

Tabel 3.1 Konsep Penelitian

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

3.3 Defenisi Konsep

Definisi konsep adalah penjabaran dari kerangka konsep, untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep. dalam penelitian maka penulis menyederhankan beberapa konsep tersebut sebagai berikut:

- a. Aplikasi adalah program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut... (Abdurahman & Riswaya, 2014).
- b. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan diminati di dunia. TikTok memungkinkan penggunaanya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya (Adawiyah, 2020).
- c. Menurut Sobur (2006) dikutip dari widuri raharja info media informasi adalah “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”.

- d. Konten, Menurut Nasrullah konten menjadi suatu komoditas dasar di media sosial, yang diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsumsi oleh para pengguna media sosial (Agustina, 2020).
- e. Masyarakat, lintan mengemukakan bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang hidup bersama dan bekerja sama mengorganisasikan dirinya sebagai satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu. Sedangkan menurut M. J. Herskovits masyarakat adalah kelompok individu yang terorganisasikan dengan mengikuti pola hidup tertentu (Abidin & Saebani, 2014)

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi data adalah proses perbandingan. Ia bukan sekadar menggabung-gabungkan informasi yang serupa atau berkaitan. Dengan memasukkan suatu informasi pada suatu kategori, berarti ia telah diperbandingkan dengan informasi lain yang masuk dalam kategori lain. Artinya, suatu kategori tidak dapat diciptakan secara terisolasi dari kategori lain yang diperlukan untuk analisis data. Ia tetap harus dalam suatu konteks keterhubungan. Berikut table kategorisasi:

Tabel 3.4 Kategorisasi Pada Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1	Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tiktok	- Perencanaan - Efektivitas
2	Sebagai Media Informasi	- Inovasi
3	Pada Siswa SMA Negeri 3 Binjai	- Subjek

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

3.5 Informan atau Narasumber

Penelitian ini berfokus pada beberapa informan pilihan. Menurut Anuar Rasyid informan penelitian adalah orang yang dijadikan sumber informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Rachmawati, 2022). Peneliti memilih beberapa siswa Sma Negeri 3 Binjai yaitu 10 siswa kelas IPA dan IPS.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang relevan dengan sumber penelitian kualitatif. Menurut Lofland dan Loflan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2016). Hal ini telah dirangkum sebagai berikut:

3.6.1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2016). Wawancara sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena banyak hal yang tidak mungkin dapat diobservasi langsung, seperti perasaan, pikiran, motif, serta pengalaman masa lalu responden/informan

3.6.2. Observasi

Observasi adalah aktivitas pengamatan secara langsung kepada suatu objek untuk memperoleh informasi yang terkait dengan objek tersebut. Menurut Sugiyono dalam observasi peneliti terlibat dengan

kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Rachmatullah et al., 2020). Jadi observasi dapat dilakukan hanya pada perilaku, sehingga potensi perilaku seperti sikap, pendapat jelas tidak dapat diobservasi.

3.6.3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data guna mendapatkan keterangan dan bukti. Dokumentasi juga menguatkan keterangan adanya aktivitas dari peneliti yang telah melakukan penelitian. Pada penelitian ini dokumentasi memakai smartphone agar memudahkan dalam pengambilan setiap momen.

3.7 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi berupa gambar, dan dokumen resmi. Teknik analisis data merupakan suatu proses atau upaya mengolah data menjadi informasi baru (Hidayat, 2021). Teknik kualitatif mengumpulkan data terutama dalam bentuk kata daripada angka, Teknik kualitatif menghasilkan deskripsi lisan untuk menggambarkan kekayaan dan kompleksitas. Dari beberapa Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, tampak bahwa instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri (human instrument).

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul pada penelitian ini, peneliti menetapkan lokasi penelitian di Sekolah Menengah Atas Negeri Tiga Binjai atau SMA N 3 Binjai, Jalan Padang

Sidempuan No.24, Kelurahan Rambung, Barat Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai, Sumatera Utara dengan Kode Pos 20723. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober sampai dengan 11 November dimulai pada pukul 10:00 WIB sampai dengan selesai.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Sesuai dengan judul yang telah ditetapkan, Objek penelitian ini adalah siswa dan siswa SMA Negeri 3 Binjai yang terbagi pada beberapa kelompok kelas yaitu kelompok kelas 12 IPA dan 12 IPS sebanyak 10 Orang. Objek peneliti yang telah dipilih ialah siswa dan siswi yang aktif menggunakan aplikasi TikTok dan memiliki akun yang telah memiliki beberapa pengikut tetap.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Observasi pada siswa dan siswi kelas 12 SMA Negeri 3 Binjai sebanyak 10 orang yang terbagi dari 5 orang siswa IPA dan 5 orang siswa IPS yang aktif menggunakan media sosial TikTok, telah menghasilkan persepsi dari masing-masing narasumber terkait penyebaran informasi pada TikTok. Peneliti melakukan wawancara terhadap siswa dan siswi yang diuji dengan materi wawancara yang tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan. Hal ini bertujuan agar kreativitas pewawancara sangat diperlukan, bahkan hasil dengan jenis pedoman ini lebih banyak tergantung pada pewawancara, kemudian membuat agenda dokumentasi bersama para narasumber.

Gambar 4.1 Wawancara dengan Narasumber



Sumber Gambar: Dokumentasi Peneliti 2022.

Keterangan: Wawancara Peneliti dengan Narasumber.

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memahami dan mengetahui hal baru dan juga mendapatkan beberapa informasi tambahan dari para narasumber:

4.1.1. Neysilla (Informan 1)

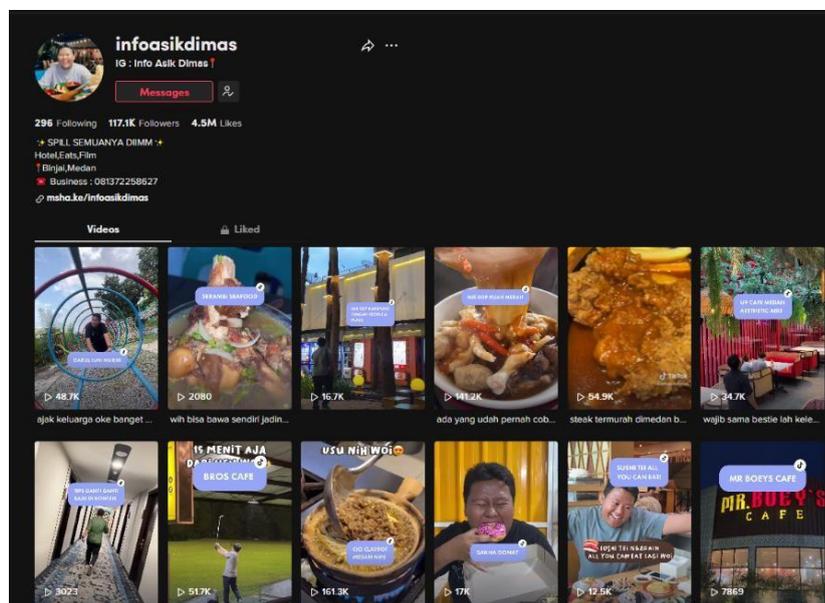
Hasil wawancara oleh informan 1 yang Bernama Neysilla dari kelas 12 IPS 1 SMA Negeri 3 Binjai, menghasilkan persepsi baru mengenai TikTok. Menurutnya era modern saat ini menjadi apapun yang diinginkan sangat mudah dicari. Informan 1 menjelaskan selain TikTok sebagai hiburan dikala jam kosong atau waktu santai, TikTok juga menjadi bagian tempat perbelanjaan onlinenya. Alasannya adalah fitur live TikTok yang mudah untuk diakses dan juga banyaknya toko apapun yang membuat akun TikTok untuk berjualan dengan menawarkan diskon yang berbeda-beda tiap jam nya. Hal ini lah yang disukai oleh informan 1 mengenai TikTok. Barang yang sering dibeli oleh informan 1 ialah produk perawatan wajah atau biasa disebut *skincare*. Selain dimanjakan oleh harga yang terjangkau, Neysilla juga menambahkan tentang pengiriman yang cepat dan terkadang mendapatkan potongan harga atau diskon yang bisa datang kapanpun. Selain dari fitur perbelanjaan, informan 1 juga menilai tidak semua informasi yang ada di TikTok adalah hal yang buruk. Banyak yang telah berkembang sejak TikTok berbenah mulai dai konten kreator yang inovatif dan juga informasi yang aktual.

4.1.2. Ely Agustari (Informan 2)

Informan 2 yaitu Ely Agustari dari kelas 12 IPS 2 cenderung pasif dengan TikTok, Ia hanya menggunakan TikTok untuk mencari tau tentang informasi kuliner terbaru, bahkan ia tidak memperdulikan akun TikTok dirinya karena hanya ingin mencari tau mengenai informasi kuliner yang disajikan oleh konten kreator. Banyaknya konten kreator dengan tema makanan atau biasa disebut *food vlogger* ini membantu masyarakat yang ingin mencari tau tentang kuliner apa saja yang ada

di kota-kota tertentu. Informasi ini sangat membantu kita apabila bingung memilih makanan sesuai selera kita dan mencari tau mengenai cara pemesanan, tempat, hingga harga yang tertera di tempat kuliner itu. Hal ini bertujuan agar kita dapat menyiapkan waktu dan uang se-aman mungkin. Ely menjelaskan bahwa dirinya sering tidak tau tentang tempat kuliner dimana saja, dengan adanya konten kreator TikTok tema *food vlogger* ini memudahkan dirinya untuk mencari informasi mengenai tempat kuliner yang baru. Bahkan Ely tidak tau ada tempat kuliner baru di lokasi dekat rumahnya apabila tidak melihat informasi dari konten kreator tersebut, dengan adanya konten kreator ini dirinya mengetahui informasi itu. Contoh food vlogger yang menjadi sumbernya ialah Dimas dengan nama akun TikTok @infoasikdimas.

Gambar 4.2 Konten Kreator Tema Kuliner



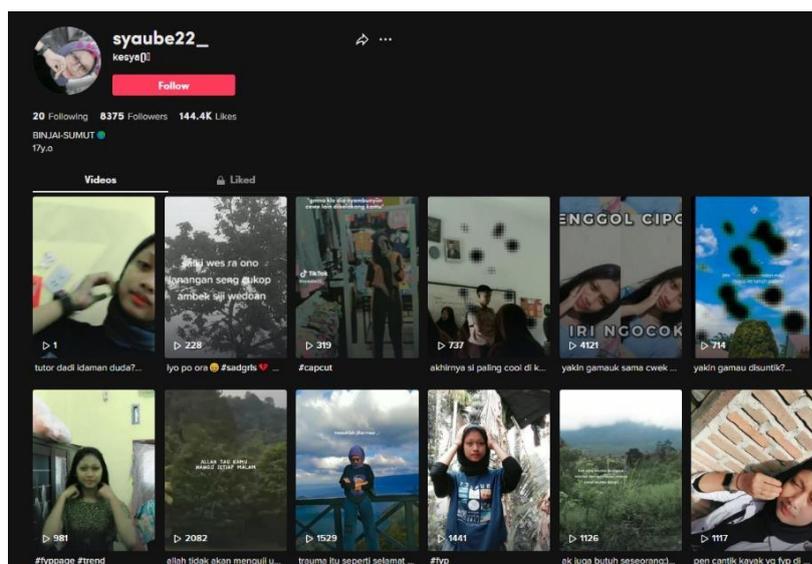
Sumber Gambar: Akun TikTok Infoasikdimas 2022.

Keterangan: Konten Kreator yang disukai oleh Narasumber.

4.1.3. Kesya (Informan 3)

Hampir sama dengan Informan 2. Kesya dari kelas 12 IPA 1 sebagai Informan 3 juga menyukai informasi tentang kuliner yang disajikan. Akan tetapi kesya menjelaskan TikTok berpengaruh pada aktivitas dirinya, karena ia menyukai TikTok dan hampir sering menggunakannya. Kesya menjelaskan banyak hal yang terdapat di dalamnya, Mulai dari hiburan, informasi, dan perbelanjaan. TikTok sering dipergunakan oleh kesya selain mencari informasi dan juga dirinya membuat konten hiburan. Kontennya yaitu hiburan dengan mengikuti trend goyangan dipadukan lagu, hal ini ia lakukan karena menurutnya ini membuatnya asik. Bahkan akun TikTok dirinya sudah mencapai angka 8375 pengikut hanya dengan membuat konten itu saja. Hal ini bisa dimanfaatkan dirinya karena dengan angka dan penonton video yang banyak dapat menarik vendor yang ingin menggunakan jasanya untuk menyebarluaskan produknya melalui konten di akunnya. Fenomena ini biasa disebut dengan endorsement. Berikut ialah akun dari informan 3:

Gambar 4.3 Akun TikTok Informan 3



Sumber Gambar: Akun TikTok Narasumber 2022.

Keterangan: Narasumber sebagai pengguna aktif TikTok

4.1.4. Gilang Permana (Informan 4)

Hasil wawancara pada informan 4 yaitu Gilang Permana dari kelas 12 IPA 2 menyimpulkan dirinya menyukai TikTok dan juga aktif memainkannya. Menurutnya TikTok membuat dirinya sangat kecanduan, karena penggunaanya yang relatif membuat diri kita menjadi tercandu. Secara tidak langsung penggunaan TikTok yang dengan menswipe atau menggerakkan layar hp membuat kita terlihat mudah memahaminya. Kemudian didukung dengan beberapa hal yang menarik seperti swipe pertama bisa saja informasi menarik, kemudian swipe kedua bisa saja hiburan, dan swipe ketiga bisa saja menampilkan akun-akun yang sedang live. Sistem yang dibuat TikTok membuat kita menjadi ingin mengetahui hal-hal berikutnya yang ada di TikTok. Kemudian informan 4 juga menambahkan bahwa adanya sistem FYP atau singkatan dari *For Your Page* yaitu sistem algoritma TikTok yang menampilkan isi konten yang sesuai dengan kriteria kita sebagai pengguna. Menurut Gilang, ini yang menyebabkan kita menjadi kecanduan untuk menggunakan TikTok. Selain itu informan 4 juga menerangkan bahwa TikTok cocok untuk anak muda yang dimana hampir semua penggunanya adalah anak-anak muda. Keuntungan memainkan TikTok menurut informan 4 ialah mendapatkan informasi baru yang unik dan juga menjadi hiburan.

4.1.5. Luna Oktavia (Informan 5)

Luna Oktavia dari kelas 12 IPA 3 sebagai informan 5 beranggapan TikTok terkadang baik dan terkadang tidak baik. Alasannya adalah isi dari TikTok itu yang acak atau *random*, terkadang ada informasi yang baik dan kadang ada yang tidak seharusnya disebar. Menurut informan 5 masih banyaknya informasi yang

mengandung sexualitas membuat dirinya tidak nyaman untuk menggunakan TikTok. Kemudian banyak sekali akun-akun yang hanya mementingkan dirinya sendiri untuk mendapatkan atensi besar dari pengguna lain dengan membuat konten berkaitan sexualitas. Meskipun hal ini tidak bisa ditanggapi semua oleh TikTok, kita sebagai penggunanya yang harus cerdas dan memilih baik untuk diri kita. Luna menambahkan tidak semua di TikTok itu hal yang buruk, dirinya juga suka menggunakan TikTok dengan menonton informasi berupa cerita-cerita horror dari konten kreator dan juga suka dengan informasi yang cepat dan beragam. Luna juga mengatakan telah banyak akun media media massa besar yang membuat informasi di TikTok dengan singkat, padat, dan jelas. Hal ini mudah dipahami dan juga dibantu dengan visual video yang menarik.

4.1.6. Elia Nurdani (Informan 6)

Informan 6 yaitu Elia Nurdani dari kelas 12 IPS 3 mengatakan TikTok dapat membuat dirinya menjadi terkenal jika ada minat untuk rajin membuat konten. Dia mengatakan telah banyak orang-orang yang sejahtera hidupnya dengan bergantung pada membuat konten di TikTok. Seperti ada yang membuat konten tentang informasi di daerah tempat tinggal konten kreator, ada yang bermain dengan fashion dirinya, dan bahkan hanya dengan meniru seperti artis juga ada dan menjadi terkenal. TikTok membuka peluang bagi semua yang ingin berusaha, ketertarikan akan mudahnya mendapatkan peluang menjadikan Elia pernah membuat konten dengan tema *food vlogger*. Akan tetapi sulitnya untuk konsisten membuat dirinya hanya menjadi penikmat konten saja. Elia mengatakan TikTok dapat menjadi media informasi modern karena menurutnya seluruh konten informasi yang kita cari

mengenai hal-hal modern selalu tersedia, baik itu dari akun media massa ataupun akun konten kreator informasi yang membagikan informasi apa pun itu dengan gratis. Konten kreator dari TikTok banyak yang berpendidikan dan bagus menurutnya, walaupun ada juga sebagian yang hanya mementingkan dirinya sendiri. Tetapi itu tertutupin dengan konten kreator yang banyak dan bervariasi tentang kontennya.

4.1.7. Al Zaki Fadir (Informan 7)

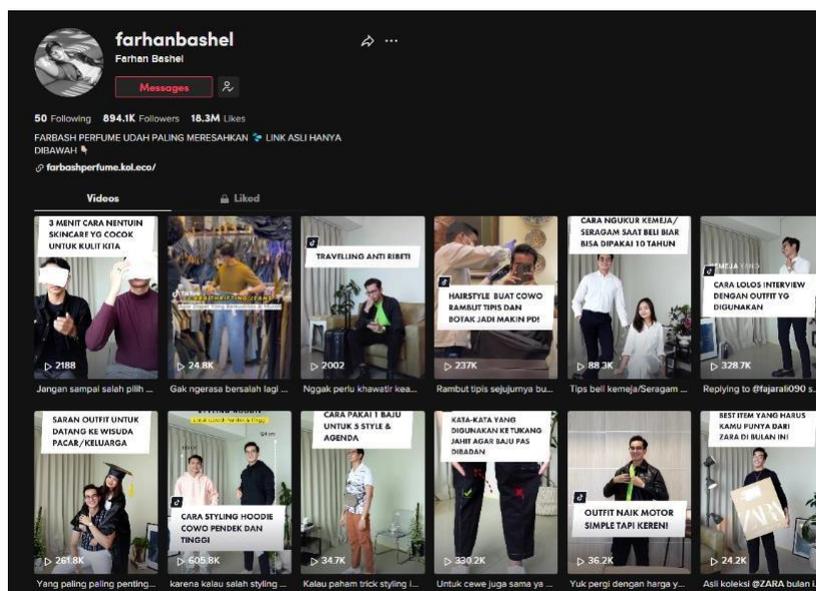
Menurut informan 7 Al Zaki Fadir dari kelas 12 IPA 3 TikTok membantu dirinya dalam beberapa hal, seperti pada saat ingin membeli barang yaitu hp. Adanya konten kreator tentang teknologi membantu dirinya dalam mengambil keputusan agar tidak salah membeli produk, Dengan menonton review produk dari para konten kreator membuat dirinya menjadi aman untuk memilih produk. Selain itu Zaki juga sering menonton konten *food vlogger*, alasannya ialah agar mudah mencari makanan apa saja yang unik dan baru. Informan 4 menyukai TikTok karena beragam informasi dan konten kreator yang baik. Bahkan dalam belajar untuk mengedit video, sudah banyak konten kreator yang membuat tutorialnya. Hal ini memudahkan seluruh orang agar mudah belajar dan mengetahui hal-hal terbaru dari para konten kreator.

4.1.8. Akbar Rambe (Informan 8)

TikTok aplikasi media sosial yang modern sangat menarik perhatian seluruh masyarakat tidak terkecuali Akbar Rambe dari 12 IPS 3 sebagai informan 8 yang sangat sering menggunakannya. Akbar mengatakan TikTok menjadi media sosial yang sering digunakan oleh dirinya. Karena dirinya menyukai *fashion*, oleh karena

itu dirinya sering menonton konten kreator tentang penerapan *fashion* yang baik dan bagus. Pemilihan busana menjadi hal penting bagi diri kita semua, tidak terkecuali Akbar yang menurutnya perlu mengetahui banyak mengenai tata busana atau *fashion*.

Gambar 4.4 Konten Kreator Tema Fashion



Sumber Gambar: Akun TikTok Konten Kreator 2022.

Keterangan: Konten Kreator yang disukai oleh Narasumber

Sejak menonton banyaknya konten kreator tentang *fashion*, dirinya langsung termotivasi dan mendapatkan gambaran tentang bagaimana tata busana yang cocok untuk dirinya. Sebelumnya dia terlalu canggung dan tidak memiliki ide mengenai busana yang cocok untuknya, setelah melihat beberapa busana mulai dari gaya, warna, dan tempat yang cocok untuk menggunakannya. Dirinya menjadi termotivasi dan memiliki ide untuk membuat busana itu cocok dengan dirinya. Hal ini tidak terlepas dari konten kreator yang menurutnya baik dari cara penerapannya dan juga gaya bicarannya yang mudah dipahami. Konten kreator yang dimaksudnya ialah Farhan Bashel dengan akun @farhanbashel.

4.1.9. Bunga Angeli (Informan 9)

Menurut informan 9 yaitu Bunga Angeli dari IPS 4, kita dapat mengambil informasi beragam dari TikTok. Bunga juga mengatakan konten kreator di TikTok beragam dan punya karakteristik masing-masing. Bisa dari kontennya bisa juga dari cara penyampainnya dan juga bisa dari visual yang ditampilkan pada kontennya seperti editing yang bagus dan menarik agar audiens yang menonton dapat menilai dari kualitasnya. Selain itu kita juga bisa mendapatkan keuntungan jika kita menjadi konten kreator, yaitu dengan mudahnya menjadi terkenal dan menapatan uang. Seluruh informasi yang tersajikan dapat dengan mudah diperoleh hanya dengan mencari dan mengetiknya di kolom pencarian. Bunga juga beranggapan bahwa tidak semuanya di TikTok itu baik ada juga hal buruknya. Yaitu dengan kita memutar 1 buah konten dapat memakan kuota internet yang cukup besar, karena kita memutar video yang biasanya perlu dorongan kuota internet besar. Selain itu maraknya konten sexualitas dan dengan mudahnya viral menjadikan TikTok harus dipergunakan sebaik mungkin agar berguna untuk diri kita.

4.1.10. Maria Hotmita (Informan 10)

Maria Hotmita dari 12 IPA 4 sebagai Informan 10 beranggapan TikTok akan menjadi bagian dari hidup kita seiring berjalannya waktu. Menurutnya TikTok memanjakan kita dengan seluruh fiturnya. Selain informasi yang beragam juga terdapat event menarik bagi seluruh konten kreator yang menggunakan fitur live. Fitur live ini bisa menjadikan kita mendapatkan uang apabila mendapatkan koin atau biasa yang disebut gift dari para penonton live. Live bisa berupa topik

pembicaraan, pertandingan, perdagangan, dll. Maka dari itu Hotma menyatakan TikTok dapat menjadi media informasi bagi seluruh masyarakat dimasa yang akan datang, bahkan sudah dapat dilihat banyak konten-konten dari TikTok yang bersebaran di aplikasi media sosial lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa berawal dari TikTok lah viral itu dapat terjadi dengan cepat. Penyebaran informasi yang sangat cepat ini banyak dijadikan alat untuk pembelaan bagi masyarakat yang sedang tersandung masalah. Selain itu popularitas juga menjadi bagian yang tidak mungkin terlewatkan apabila kita membuat konten di TikTok. Menurut Maria sudah banyak konten kreator pemula yang tidak tau latarnya dari mana, hanya dengan membuat konten informasi yang menarik sudah mendapatkan atensi yang kuat dari pengguna TikTok. Hotma juga menjadi bagian dari penyuka informasi-informasi yang tersebar di TikTok. Menurutnya informasi mudah dipahami dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk masuk ke inti dari informasinya.

4.2 Pembahasan

Penyebarluasan informasi melalui media sosial saat ini diminati oleh seluruh kalangan, alasan paling utama karena sangat mudah diakses. Kemudahan ini juga didukung dengan sumber daya manusia yang terus meningkat. Pembahasan media sosial tidak akan terhenti apabila teknologi terus berkembang, oleh karena itu media sosial saat ini bisa disebut sebagai the power of media, karena seluruh aspek baik dalam bentuk apapun tidak dapat dihentikan. TikTok memberikan kebebasan berekspresi, kebebasan berinovasi, dan kebebasan berpendapat. Akan tetapi penyematan TikTok sebagai media informasi masih memiliki kelemahan tersendiri. Dapat dilihat dari ekosistemnya, kebanyakan pengguna TikTok masih membuat

konten yang belum jelas arahnya dan hanya mementingkan ekistensi untuk diri sendiri. Hal ini menjadikan penelitian ini memiliki keterbatasan untuk menetapkan TikTok sebagai media informasi. Terdapat kelemahan dalam penelitian ini seperti narasumber yang masih minim memiliki wawasan mengenai informasi yang beredar di TikTok, akan tetapi narasumber sudah memiliki sumber informasi melalui konten kreator yang mereka minati masing-masing.

Penelitian ini menemukan fakta bahwa ketertarikan mengenai penyampaian informasi yang sangat mempengaruhi subjek penelitian untuk menggunakan TikTok sebagai media informasi. Poin yang menarik dari TikTok ialah konten kreator yang bertindak sebagai orang yang menyebarkan informasi dan menimbulkan ketertarikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara 10 orang siswa dan siswi SMA Negeri 3 Binjai kelas 12 IPA dan IPS sebagai subjek penelitian, 7 dari 10 orang subjek penelitian mengatakan adanya ketertarikan dengan konten kreator sebagai media informasi atau penyebar informasi yang membuat mereka tertarik menggunakan TikTok. Kemudian 2 orang subjek penelitian berpandangan bahwa TikTok memiliki fitur yang bagus sehingga mereka menggunakannya. Sedangkan hanya 1 orang subjek penelitian yang menggunakan TikTok demi mencari keuntungan pribadi dan meningkatkan pengikut akunya untuk meraih popularitas dengan cara membuat konten atau hiburan di akun TikTok dirinya.

Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media informasi menuai banyak persepsi dari seluruh narasumber. Jika dilihat dari teori yang ditetapkan pada penelitian ini ialah teori S-O-R. Bahwa stimulus dari penelitian ini yaitu TikTok

sebagai Media Informasi banyak menimbulkan persepsi dari organism yaitu para narasumber itu sendiri, efek yang ditimbulkan dari TikTok sebagai Media Informasi adalah reaksi khusus terhadap narasumber. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perbedaan persepsi mengenai untuk menetapkan TikTok sebagai media informasi umum, akan tetapi media informasi yang dimaksud ini lebih terkhusus atau kompleks. Contohnya dari beberapa narasumber yang terpilih, menggunakan mendapatkan informasi dari konten kreator yang kompleks seperti konten kreator makanan, busana, ataupun hiburan. Media informasi pada TikTok lebih kompleks karena adanya Konten Kreator yang masing-masing punya kapasitas dirinya. Hal inilah yang membuat beberapa narasumber menggunakan TikTok, walaupun ada dari beberapa narasumber yang mempunyai persepsi berbeda.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan keterangan pada pembahasan dan hasil penelitian yang telah diperoleh. Peneliti mendapatkan beberapa pokok pemikiran dari narasumber yaitu Adanya aplikasi TikTok cukup meramaikan pasar media sosial, TikTok memiliki atensi yang besar dimasyarakat. Kita dapat melihat hampir seluruh kalangan menggunakan TikTok, baik itu sebagai hiburan ataupun sebagai media informasi. Dilihat dari beberapa penelitian sebelumnya, penyebaran informasi menjadi masalah utama yang diteliti, validasi penyebaran informasi melalui media sosial masih dipertanyakan. Karena media sosial sangat terbuka untuk seluruh kalangan, seluruh masyarakat bisa membuat informasi berupa apapun itu. TikTok sebagai media sosial terbuka yang didalamnya terdapat konten berupa hiburan, informasi, jual beli, dan siaran langsung dapat menjadi bagian media informasi modern saat ini. TikTok layak menjadi media informasi saat ini dengan banyaknya fitur dan kegunaanya sebagai aplikasi modern.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, Peneliti menitikkan saran yaitu agar penelitian ini dapat berkembang dan menjadi tolak ukur peneliti lainnya dengan konteks pemanfaatan media sosial sebagai media informasi. Kemudian untuk siswa dan siswi hendaklah mempergunakan teknologi yang telah diciptakan dengan sebaik mungkin agar dapat bermanfaat dikemudian hari, dan juga dapat membantu kalian dalam memperoleh informasi apapun dengan sangat cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, H., & Riswaya, A. R. (2014). Aplikasi Pinjaman Pembayaran Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bhakti STMIK Mardira Indonesia, Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 61–69. <http://www.jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/download/114/138>
- Abidin, Y. Z., & Saebani, B. A. (2014). *Pengantar Sistem Sosial Budaya di Indonesia*. CV PUSTAKA SETIA.
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adhani, A., & Priadi, R. (2017). Persepsi siswa sekolah menengah atas terhadap sosialisasi penyalahgunaan narkoba di kota medan. *Jurnal Interaksi: Ilmu Komunikasi*, 1(2), 194–205. <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1204>
- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1737>
- Basit, L. (2019). *Social Media and Political Participation of Beginners*. <https://doi.org/10.4108/eai.7-12-2018.2281786>
- Budiningsih, C. A. (2015). Karakteristik Siswa Sebagai Pijakan Dalam Penelitian Dan Metode Pembelajaran. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 1(1), 160–173. <https://doi.org/10.21831/cp.v1i1.4198>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dilla, R. L. (2020). *Respon Jama'Ah Terhadap Kegiatan Dakwah Di Masjid Ar-Rahim Kelurahan Tangkerang Selatan Kecamatan Bukit Raya Kota* <http://repository.uin-suska.ac.id/26580/>
- Fauziah, Y. R. (2019). Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 112, 1–2.

- Firmansyah, D. (2013). Strategi Pembelajaran Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Teknologi Pendidikan (JTP)*, 6(2), 34–44. <https://doi.org/10.24114/jtp.v6i2.4996>
- Hidayat, F. P. (2021). *Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Dapur Luthfiah)*. 1, 45–50.
- Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 31–41. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5564>
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce. *Systematics*, 1(2), 81. <https://doi.org/10.35706/sys.v1i2.2076>
- Jumrad, O. T., & Mayang Sari, I. D. (2019). Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame. *Jurnal Common*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1953>
- Kamil, E. N. (2013). *SIKAP MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN KEKERASAN WARTAWAN INDONESIA (Studi Korelasional Tentang Hubungan antara Sikap Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi “ Pembangunan ” (STIK -P) Medan dan Pemberitaan Kekerasan Terhadap Wartawan Indonesia di Metro .* 1–8.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Lubis, F. H. (2018). Opini Mahasiswa Kota Medan Terhadap Iklan Politik Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 145–156. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2093-3491-1-PB.pdf>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *Telkom University*, 7(2), 4566–4574.
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, N., & Lubis, F. H. (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap Syiar Islam Melalui M-Radio UMSU.pdf. In *Komunikasi Religi dan Budaya* (p. 139). [http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14229/Persepsi Mahasiswa Terhadap Syiar Islam Melalui M-Radio UMSU.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14229/Persepsi%20Mahasiswa%20Terhadap%20Syiar%20Islam%20Melalui%20M-Radio%20UMSU.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nikiwan, S. (2020). *ANALISIS FAKTOR PENDORONG SISWA MELANJUTKAN*

SEKOLAH KE JENJANG SMK (Studi Kasus Pada Siswa Yang Sedang Menempuh Pendidikan Pada Jenjang SMK di Desa Cidokom).

Nurhaditio, M. D., & Prayitno, Y. (2022). Pengaruh Terpaan Media Online Berita Begal Sepeda Terhadap Tingkat Kecemasan Di Polygon Helios Riders (Phr). *Broadcasting Communication*, 2018, 80–92. <https://ejournal.akmrtv.ac.id/index.php/broadcomm/article/view/236%0Ahttps://ejournal.akmrtv.ac.id/index.php/broadcomm/article/download/236/218>

Pratiwi, N. I., & Achmad, H. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja di Denpasar Saat Pandemi. *The Source Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 42–51.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

Putri Anggoro, M. E. O., & Pranata, L. (2020). Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 79–82. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>

Rachmatullah, R., Kardha, D., & Yudha, M. P. (2020). Aplikasi E-Commerce Petshop dengan Fitur Petpedia. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 26(1), 24. <https://doi.org/10.36309/goi.v26i1.120>

Rachmawati. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita di Pekanbaru Tribunnews. com)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Rakhmat, J. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Ramby, K. (2022). *Konsistensi Kreator Konten TikTok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomor Satu di App Store*.

Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.

Siagian, H. F. (2012). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Politik Untukmendapatkan Dukungan Khalayak Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(2), 281–291. <file:///C:/Users/Asus/Downloads/310-Article Text-596-1-10-20150403.pdf>

Suherman. (2019). *Fungsi Publik Relation Dalam Menyampaikan Kebijakan Publik di Kabupaten Aceh Singkil*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

TikTok Official. (2022). <https://www.tiktok.com/transparency/id-id/>.
<https://www.tiktok.com/transparency/id-id/>

Viranti, D. N. V. (2021). *Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan TikTok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Studi Muslim Generasi Z*. UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian dan Wawancara di SMA Negeri 3 Binjai



Draft Wawancara

Nama :

Kelas :

Jurusan :

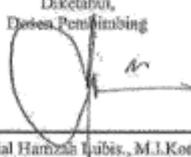
Usia :

Alamat :

Draft Pertanyaan Wawancara

1. Apakah aplikasi TikTok berpengaruh pada aktivitas kamu?
2. Apakah fitur-fitur TikTok memudahkan kamu dalam menggunakannya?
3. Apa keuntungan yang diberikan kepada kamu dari TikTok?
4. Apa informasi yang kamu peroleh dari aplikasi TikTok?
5. Siapa konten creator TikTok yang menjadi inspirasi dirimu?
6. Mengapa banyak akun-akun media informasi massa yang telah membuat berita di aplikasi tiktok?
7. Mengapa TikTok menjadi media informasi modern saat ini?
8. Mengapa content yang ada di TikTok dapat mudah dipahami?
9. Bagaimana pengalamanmu saat menggunakan aplikasi TikTok?
10. Bagaimana cara kamu memilih informasi sesuai kapasitas kamu?

Diketahui,
Dosen Pembimbing


Faizal Hamzah Lubis, M.I.Kom



MAJELIS PENDIDIKAN, PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mahasiswa sudah, agar ditetapkan,
melakukan langkahnya

Nomor : 1448/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2022
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 04 Rabiul Awwal 1444 H
30 September 2022 M

Kepada Yth : Kepala Cabang Dinas Pendidikan Stabat
Dinas Pendidikan Sumatera Utara

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **M. SAUQI GURUH AL FANNY**
N.P.M : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc: File.

Dekad

Dr. ARIFIN A. H., S.Sos., MSP.
NIDN 0030017402





PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS PENDIDIKAN
CABANG DINAS PENDIDIKAN STABAT
Jln. Kapt. Pattimura No.01 Kwala Bingai Stabat Kab. Langkat KP. 20811
Email : cabdisstabat@gmail.com

Stabat, 23 Oktober 2022

Nomor : 421.3/1540/Cabdis-Stabat/X/2022
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian/Pengambilan
Data di SMA Negeri 3 Binjai

Kepada Yth,
Ka. SMA Negeri 3 Binjai
di-
Tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat dari Dekan Universitas MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA Nomor : 1448/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2022 tanggal 30 September 2022 tentang Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami bersedia / berkenan dan dapat menyetujui permohonan saudara tersebut untuk Melakukan Penelitian di SMA Negeri 3 Binjai sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku, adapun identitas Mahasiswa yang kami terima untuk Melakukan Penelitian sebagai berikut :

Nama : **M. SAUQI GURUH AL FANNY**
NIM : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : **ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK
SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA
NEGERI 3 BINJAI**
Tempat : SMA Negeri 3 Binjai

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Cabang Dinas Pendidikan Stabat
Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Utara


JUNANDA, S.Pd, M.Ed
PEMBINA
NIP.19820312 200504 1 001



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI 3 BINJAI
Jln.Padang Sidempuan No. 24 – Kode Pos 20723 – kec. Binjai Selatan – Kota Binjai
Telp. (061) 8822630 – E-Mail : sman3binjai@gmail.com

Nomor : 422/402/XI/2022

Lamp. : --

Hal : Surat Keterangan Telah
Melaksanakan Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala SMA Negeri 3 Binjai menerangkan dengan sebenarnya bahwa sdr. :

Nama : M. SAUQI GURUH AL FANNY
N I M : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi

adalah benar telah mengadakan / melaksanakan Penelitian di SMA Negeri 3 Binjai dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul :

“ANALISI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI”.

yang telah dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober s/d 11 November 2022. Adapun Penelitian ini berdasarkan surat Pengantar dari Pemerintah Provinsi Sumatera Utara Dinas Pendidikan Cabang Dinas Pendidikan Stabat, dengan Nomor: 421.3/1540/CABDIS-STABAT/X/2022.

Selanjutnya kami terangkan bahwa nama tersebut di atas selama mengadakan Penelitian telah melaksanakan tugasnya dengan Baik.

Demikian surat keterangan ini kami terbitkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Tembusan :
1. Arsip



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Sila menjawab surat ini agar disertai nomor dan tanggalnya.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224667 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 2 Juni 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : M. SAUJI GURUH AL FANNY
N.P.M : 1802110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 142 sks, IP Kumulatif 3,64

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Informasi bagi Siswa SMA Negeri 3 Binjai	
2	Efektivitas Gawai Sebagai Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 3 Binjai)	
3	Strategi Humas Pemkab Deli Serdang dalam Mensosialisasikan Program Pemerintah	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksa dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

185.18.311

Pemohon

(M. SAUJI GURUH AL FANNY)

Medan, tgl. 27.1.06 2022

Ketua,

NIDN:

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

NIDN:



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menggunakan surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Nomor : 970/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **02 Juni 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **M. SAUQI GURUH AL FANNY**
N P M : 1803110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI**
Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 185.18.311 tahun 2022.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 02 Juni 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 03 Dzul Hijjah 1443 H
02 Juli 2022 M

Dekan,





Bila menjawab surat ini agar disebutkan nama dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 02. Juni 2022.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : M. SAUJI GURUH AL FANNY
N P M : 1803110250
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor... 970.../SK/II.3/UMSU-03/F/2022... tanggal 02. Juni 2022... dengan judul sebagai berikut :

Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Informasi bagi Siswa SMA Negeri 3 Binjai

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP-tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
Pembimbing

(Fitria Hamzah L. ybis, S. Sos, M. Lkm)

Pemohon,

(M. SAUJI GURUH AL FANNY)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 146/UND/IL.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 05 Agustus 2022
Waktu : 08.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Penerimaan Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOHOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
16	ALDO KHANSA SURYA AL-FATTAH	1803110077	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSTIF PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
17	ADAM RIDWAN	1803110301	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	PEMBELAJARAN KOMUNIKASI ORGANISASI DI DINAS PENDIDIKAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KINERJA PEGAWAI
18	M. SAUDI GURUH AL FANNY	1803110290	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BILUALI
19	PIKRY ADINATA RIZKY PANGKUTY	1803110108	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM STRATEGI PROGRAM MENARIK MILIT KONSUMEN PADA RUMAH PRODUKSI HARA PICTURES DI KOTA MEDAN
20	MUHAMMAD JIHAD OCTAF	1903110255	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH PRODUK DESAIN GRATIS CV GRAND GRAFIKA TERHADAP TINGKAT KEPuasan KONSUMEN

Medan, 05 Mulharah, 1444 H

05 Agustus 2022 M



Dr. Arifin Azzeh, S.Sos., M.S.P.