

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIK-TOK
TERHADAP PERILAKU ANAK
(Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di
Kota Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara*

Diajukan Oleh :

FREDRICK GERHAD SITORUS
1303110216P

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Hubungan Masyarakat



**FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA
MEDAN TA.2018**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama Lengkap : **FREDRICK GERHAD SITORUS**
N P M : **1303110216P**
Program Study : **Ilmu Komunikasi**
Pada hari, tanggal : **Kamis, 11 Oktober 2018**
Waktu : **Pukul 08.30 WIB s/d selesai/Lab FISIP UMSU**

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Elvita Yenni S.S, M.Hum (.....)
PENGUJI III : Junaidi, S.Pdi, M.Si (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. Arif Shaleh, M.SP



Sekretaris,

Drs. Zulfahmi M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

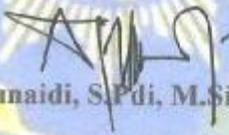
Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama Lengkap : **FREDRICK GERHAD SITORUS**
NPM : **1303110216P**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIK-TOK
TERHADAP PERILAKU ANAK (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok
Pada Remaja Di Kota Medan)**

Medan, 11 Oktober 2018

Pembimbing I


Junaidi, S.Pdi, M.Si

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Nurhasanah Nasution S.Sos, M.I.Kom



Dekan,


Dr. Arifin Shaleh, M.SP

PERNYATAAN

Dengan ini saya, **FREDRICK GERHAD SITORUS . NPM 1303110216P**

menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa melakukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat, 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 maupun karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 11 Oktober 2018

Yang Menyatakan :



FREDRICK GERHAD SITORUS



Unggul, Cerdas dan Terpercaya
 Berprestasi untuk keagungan dan kesejahteraan
 diri dan lingkungannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
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

Slk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Fredrick Gerhad Sitona
 NPM : B031102114
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Pengaruh Penyusunan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak
 (Studi Pada Penyusunan Aplikasi Tik-Tok Pada Persepsi di Kota Medan)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	8/9/18	Perbaiki Abstrak	
2	17/9/18	Perbaiki Kata pengantar	
3	17/9/18	Perbaiki pendahuluan	
4	-	Sesuaikan kategori dan	
5	22/9/18	Pembahasan dengan kerangka	
6	25/9/18	Cheke kembali daftar pustaka	
7	28/9/18	Perbaiki kembali Abstrak	
8	2/10-18	Ace Residangnya	

Medan, 5 Oktober2018.

Dekan,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.Pd)

Ketua Program Studi,

(Nurhasanah Nuzulita, M.Pd, M.Hum, M.I.Kom)

Pembimbing ke : ...

(Jurnaidi, S.Pd, M.Pd, M.Si)

ABSTRAKSI

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIK-TOK TERHADAP
PERILAKU ANAK**

(Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan)

FREDRICK GERHAD SITORUS
1303110216P

Dengan dapatnya aplikasi Tik-Tok membuat kreator video yang menarik, membuat segala jenis kalangan masyarakat mengapresiasi diri dan gaya mereka dengan membuat video lucu, video unik, video menarik dan berbagai macam lainnya. Melalui pengamatan penulis, yang paling banyak menggunakan aplikasi Tik-Tok dan selalu aktif membuat video adalah para remaja. Mereka mengapresiasi apa yang ada dalam diri mereka melalui video-video yang mereka buat. Ada yang membuat video perorangan, duo bahkan *squad* atau beramai-ramai dengan teman-teman, keluarga dan lain sebagainya. Namun, miris banyak juga yang menyalahgunakan aplikasi Tik-Tok dan membuat video yang tidak pantas menjadi tontonan. Seperti yang viral beberapa bulan terakhir ini adalah video beberapa remaja yang memperagakan gaya sholat umat muslim sambil berjoget. Dengan seringnya beredarnya video-video yang nantinya tidak pantas ditonton dan dilihat, sudah pasti sedikit banyaknya merusak moral dan perilaku anak-anak remaja yang masih dalam masa pubertas dan belum bisa menentukan mana yang baik dan yang buruk. Tidak jarang mereka mengikuti apa yang mereka lihat dalam video tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan daripada ini adalah Bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak di Kota Medan?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak di Kota Medan. Jenis yang dipakai pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kuantitatif, juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja yang sedang berada di Merdeka Walk yang memakai aplikasi Tik-Tok sebanyak 25 orang berusia 15-18 tahun.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dengan maksud Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tik-tok terhadap perilaku anak remaja di Kota Medan. Perubahan pola perilaku yang terjadi adalah para remaja tidak dapat membedakan apakah video-video Tik-Tok yang menjadi viral dan banyak ditonton adalah video yang bermanfaat, bermoral dan bersifat edukasi. Jika video tersebut menjadi viral dan banyak diikuti, maka mereka juga akan membuat video tersebut dengan versi mereka tersendiri. Kemudian aplikasi Tik-Tok juga dapat menambah tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengekspresikan diri mereka untuk menjadi tampil berani.

Kata Kunci: Pengaruh, Aplikasi Tik-Tok, Perilaku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan KaruniaNya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIK-TOK TERHADAP PERILAKU ANAK (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan)”**.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Ucapan terima kasih terdalam peneliti persembahkan kepada kedua orang tua penulis, **Ayahanda tersayang penulis Sardes Sitorus & Ibunda tersayang penulis Nurhaida Hutapea, dan Abangda penulis Jonathan Sitorus**, yang telah membimbing dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan banyak nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya kepada penulis serta selalu mendukung penulis hingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi penulis.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak **Dr. Rudianto, M.Si** selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak **Dr. Arifin Saleh, M.SP.**
4. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak **Drs. Zulfahmi, M.I.Kom.**
5. Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak **Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom.**
6. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Ibu **Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.**
7. Kepada Dosen Pembimbing penulis, Bapak **Junaidi, S.Pdi., M.Si** yang telah membimbing, membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi penulis.
8. Bapak/Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu kami untuk dapat melaksanakan penulis dalam studi.

9. Kepada tempat riset penelitian penulis Merdeka Walk dan para narasumber yakni remaja-remaja yang sedang ada di Merdeka Walk.
10. Kepada **Desy Senita Hutagalung** tercinta, berkat dukungan luar biasa, cinta dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan yang terakhir, Terima Kasih untuk sahabat, terutama **Fauzi, Ijal, Abay, Wicak, Dhana, Bembeng, Rizky, Ozan** dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis tuliskan satu-persatu namanya, yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis dalam segala hal.

Medan, 27 September 2018

Penulis

FREDRICK GERHAD SITORUS
NPM. 1303110216P

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	7
A. Komunikasi.....	7
1. Pengertian Komunikasi.....	7
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	10
3. Fungsi Komunikasi.....	11
4. Proses Komunikasi.....	13
5. Model Komunikasi.....	15
6. Hambatan Komunikasi.....	17
B. Komunikasi Massa.....	19
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	19
2. Fungsi Komunikasi Massa.....	20
3. Komponen Komunikasi Massa.....	22
C. Media Sosial.....	23
D. Aplikasi Tik-Tok.....	27
1. Pengertian Aplikasi Tik-Tok.....	27
2. Cara Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.....	29
E. Pola Perilaku.....	34
F. Teori News Media.....	36

G. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Metode Penelitian.....	40
1. Jenis Penelitian.....	40
2. Operasionalisasi Konsep.....	41
3. Definisi Konsep.....	41
4. Populasi Dan Sampel.....	43
5. Teknik Pengumpulan Data.....	44
6. Teknik Analisis Data.....	45
7. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Penyajian Data.....	47
1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.....	48
2. Perilaku Anak.....	58
B. Tabel Skala Guttman.....	68
1. Tabel Skala Guttman Pada Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.....	68
2. Tabel Skala Guttman Pada Perilaku Anak.....	70
C. Pembahasan Data.....	72
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tsbel 3.1.	Operasionalisasi Konsep.....	41
Tabel 4.1.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	48
Tabe; 4.2.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	49
Tabel 4.3.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	50
Tabel 4.4.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	51
Tabel 4.5.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	52
Tabel 4.6.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	53
Tabel 4.7.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	54
Tabel 4.8.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	55
Tabel 4.9.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	56
Tabel 4.10.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	57
Tabel 4.11.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	58
Tabel 4.12.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	59
Tabel 4.13.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	60
Tabel 4.14.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	61
Tabel 4.15.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	62
Tabel 4.16.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	63
Tabel 4.17.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	64
Tabel 4.18.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	65
Tabel 4.19.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	66
Tabel 4.20.	Dsitribusi Jawaban Responden.....	67
Tabel 4.21.	Tabel Skala Guttman Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.....	68
Tabel 4.22.	Tabel Skala Guttman Pada Pola Perilaku Anak.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, maka teknologi juga semakin berkembang. Mulai dari tayangan televisi, media sosial dan internet. Semua berlomba-lomba untuk menyajikan segala sesuatu yang baru yang diminati oleh berbagai kalangan. Kini, konten video banyak juga tersebar di media sosial di berbagai Negara, termasuk Indonesia. Dapat dikatakan pertumbuhan konten video sendiri ditunjang dengan kemajuan dari kecepatan internet sehingga dapat diunggah ke internet dengan cepat. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*.

Salah satunya terdapat pada aplikasi Tik-Tok yang berasal dari Negeri Tirai Bambu. Di Indonesia, aplikasi yang sedang menjadi perbincangan hangat dan sedang banyak diminati oleh berbagai jenis kalangan adalah aplikasi Tik-Tok. Meskipun aplikasi Tik-Tok sedang naik turun di Indonesia, namun aplikasi ini sudah memiliki pengguna yang sangat banyak. Awalnya aplikasi Tik-Tok sendiri menggunakan bahasa Mandarin, namun sekarang sudah tersedia bahasa Inggris di toko aplikasi sehingga dapat dinikmati oleh pengguna *smartphone* di Indonesia.

Tik-Tok sendiri mempunyai pengertian aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat

dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator*.

Dengan dapatnya aplikasi Tik-Tok membuat kreator video yang menarik, membuat segala jenis kalangan masyarakat mengapresiasi diri dan gaya mereka dengan membuat video lucu, video unik, video menarik dan berbagai macam lainnya. Melalui pengamatan penulis, yang paling banyak menggunakan aplikasi Tik-Tok dan selalu aktif membuat video adalah para remaja. Mereka mengapresiasi apa yang ada dalam diri mereka melalui video-video yang mereka buat. Ada yang membuat video perorangan, duo bahkan *squad* atau beramai-ramai dengan teman-teman, keluarga dan lain sebagainya.

Namun, miris banyak juga yang menyalahgunakan aplikasi Tik-Tok dan membuat video yang tidak pantas menjadi tontonan. Seperti yang viral beberapa bulan terakhir ini adalah video beberapa remaja yang memperagakan gaya sholat umat muslim sambil berjoget.

TRIBUNSTYLE.COM - Dua video Tik Tok yang dibuat dengan menggunakan gerakan salat beredar di media sosial. Video tersebut dibuat dengan menggunakan aplikasi Tik Tok yang sedang tren saat ini. Fyi, aplikasi Tik Tok berfungsi seperti studio berjalan. Artikel ini telah tayang di *Tribunstyle.com* dengan judul *Beredar Dua Video Remaja Bikin Tik Tok Pakai Gerakan Salat*. Aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina itu saat ini sedang meramaikan industri digital di Indonesia. Tik Tok memungkinkan penggunanya bisa membuat video klip layaknya artis dengan efek yang menarik dan membagikannya ke media sosial. Aplikasi ini sangat digandrungi oleh anak muda terutama para millennials. Para remaja banyak menggunakan aplikasi ini untuk membuat cover lagu atau video parodi. Namun sayangnya tidak semua video lucu yang mereka buat

dilakukan dengan benar. Ada video lucu yang dibuat dengan aplikasi Tik Tok justru menyinggung orang lain. Seperti dua video Tik Tok dengan gerakan salat berikut ini. Video pertama, memperlihatkan tiga remaja putri yang memakai mukena terlihat bersiap untuk salat. Perempuan dengan mukena berwarna ungu terlihat sudah melakukan takbir. Tak berselang lama, perempuan dengan mukena putih di sebelahnya berjoget dan menepuk teman disebelahnya. Perempuan dengan mukena ungu kemudian berjoget dan menepuk teman yang ada di depannya. Sambil tertawa, ketiganya berjoget dengan masih menggunakan mukena. Video plesetan tersebut mendapatkan komentar pedas dari banyak netizen karena dianggap tidak sopan. TribunStyle memperoleh video ini dari akun Facebook Musrin Musrin. Musrin Musrin mengunggah video ini pada 21 Mei 2018.

Dengan sering beredarnya video-video yang nantinya tidak pantas ditonton dan dilihat, sudah pasti sedikit banyaknya merusak moral dan perilaku anak-anak remaja yang masih dalam masa pubertas dan belum bisa menentukan mana yang baik dan yang buruk. Tidak jarang mereka mengikuti apa yang mereka lihat dalam video tersebut. Seperti contoh pada video remaja yang berjoget ketika sedang sholat, ditakutkan perilaku remaja lain yang menonton video tersebut menjadi kurang baik dan kurang sopan. Selanjutnya mengikuti perbuatan yang telah mereka tonton dalam video tersebut dikarenakan tidak adanya larangan dalam pembuatan video tersebut.

Berdasarkan contoh berita dan uraian yang telah dicantumkan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk membuat uraian ini menjadi latar belakang dari judul skripsi penulis, yakni : **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Medan).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan dari masalah ini adalah “*Apakah ada pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak di Kota Medan?*”.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dibuat agar penelitian pada penulisan ini tidak terlalu besar dan jauh kajiannya. Pada penelitian ini, pembatasan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut :

- 1) Remaja yang akan menjadi subjek penelitian penulis adalah remaja dengan usia 15-18 tahun.
- 2) Remaja yang memiliki aplikasi Tik-Tok di *android* ataupun *smartphone* mereka.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak di Kota Medan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akedemis, hasil penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.

2. Secara teoritis, diharapkan untuk menerapkan ilmu yang didapat penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMSU serta memperkaya wawasan penulis.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat diharapkan memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan dan pada masyarakat khususnya Mahasiswa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, yaitu dengan membagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing dibagi kedalam sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini membahas: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Uraian Teoritis, dan Sistematika Penulisan.

BAB II (URAIAN TEORITIS)

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Uraian teoritis tersebut berkisar seputar pengertian dari Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Sosial, Aplikasi Tik-Tok, Pola Perilaku Dan Teori News Media.

BAB III (METODE PENELITIAN)

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, dan prosedur penelitian. Adapun sistematika untuk bab ini adalah sebagai berikut : Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Narasumber Penelitian, Kerangka Konsep, Defenisi Konsep, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data serta Lokasi Dan Waktu Penelitian.

BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari judul skripsi penulis.

BAB V (PENUTUP)

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dan saran yang ditulis oleh penulis.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin yakni *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2006:09). Komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitous* atau serba hadir. Artinya komunikasi berada di manapun dan kapanpun juga. Menurut Carl I. Hovland dalam karyanya yang berjudul *Social Communication* memunculkan istilah *science of communication* yang didefinisikan sebagai suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara setepat-tepatnya asas-asas pentransmisi informasi serta pembentukan opini dan sikap (Effendy, 2003:13).

Sedangkan menurut Fisher (Arifin, 2003:20), komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitous* atau serba hadir, artinya komunikasi berada di manapun dan kapanpun juga. Rumusan komunikasi yang sangat dikenal orang adalah rumusan yang dibuat oleh Harold Lasswell.

Menurut Lasswell (Mulyana, 2005:62) komunikasi adalah: “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Jadi, jika dipilah-pilahkan akan terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu:

- a) Siapa yang mengatakan komunikator (*communicator*)
- b) Apa yang dikatakan pesan (*message*)
- c) Media apa yang digunakan media (*channel*)
- d) Kepada siapa pesan disampaikan komunikan (*communicant/receiver*)
- e) Akibat yang terjadi efek (*effect*)

Wilbur Schram (Mulyana, 2005:21) menampilkan apa yang ia sebut “*The Condition of Success in Communication*”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- 2) Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan harus menyampaikan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Beberapa defenisi komunikasi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22), adalah sebagai berikut :

- a. Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- b. Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- c. Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

- d. Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu defenisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.

- e. Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan)
- b. Pesan (mengatakan apa)
- c. Alat atau media (kepada siapa)
- d. Komunikan (kepada siapa)
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?)

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, *transmitter*, *signal*, penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di

belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller dan Cherry (Schramm:1971).

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima). Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

3. Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, maka Harold D Laswell (Cangara, 2004:59) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

- a) Manusia dalam mengontrol lingkungannya
- b) Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
- c) Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya

Scan MacBride, ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO; 1980 (Cangara, 2004:62) mengemukakan bahwa komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karena itu, komunikasi dapat berfungsi sebagai berikut.

1. Informasi : yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan

yang terjadi di luar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

2. Sosialisasi : yakni menyediakan dan mengerjakan Ilmu Pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Bahan diskusi : menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
4. Pendidikan : yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
5. Motivasi : yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, dengar lewat media massa.
6. Memajukan Kebudayaan : media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataukah bahan tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara.
7. Hiburan : media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, *link* dan bunyi

maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok.

8. Integrasi : banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa.

4. Proses Komunikasi

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

- a. Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

- b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota

tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
 - 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
 - 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
 - 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna
2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17). Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada

komunikasikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan *circular* yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

5. Model Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam berkomunikasi, juga dapat digambarkan dalam berbagai macam model. Model komunikasi dibuat untuk membantu dan memberi pengertian tentang komunikasi dan juga untuk menspesifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang ada dalam hubungan antar manusia.

Dalam uraian ini, akan diperkenalkan tiga model komunikasi yang perlu diketahui dalam memahami komunikasi antar manusia, yakni adalah sebagai berikut, Cangara (2012:43) :

1. Model Analisis Dasar Komunikasi

Model ini dinilai sebagai model klasik atau model pemula komunikasi yang dikembangkan oleh Aristoteles, kemudian Laswell hingga Shanon dan Weaver. Model komunikasi yang dibuat oleh Aristoteles ini belum menempatkan unsur media dalam proses komunikasi. Hal ini bisa

dimengerti, karena retorika pada masa Aristoteles merupakan seni keterampilan komunikasi yang sangat populer, Cangara (2012:45).

2. Model Proses Komunikasi

Salah satu model yang banyak digunakan untuk menggambarkan proses komunikasi adalah model sirkular yang dibuat oleh Osgood bersama Scrham (1954). Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, dimana pesan di *transmit* melalui proses *encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah translasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan *decoding* adalah translasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber. Antara *encoding* dan *decoding* adalah hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain, Cangara (2012:50).

3. Model Komunikasi Partisipasi

D. Lawrence Kincaid dan Everett M. Rogers mengembangkan sebuah model komunikasi berdasarkan prinsip pemusatan yang dikembangkan dari teori informasi dan siberetik. Model ini muncul setelah melihat berbagai kelemahan model komunikasi satu arah yang telah mendominasi berbagai riset komunikasi sebelumnya. Dalam konteks komunikasi antar manusia, Kincaid mencoba berpijak dari konsep siberetik dengan melihat komunikasi sebagai suatu proses yang memiliki kecenderungan bergerak ke arah titik temu. Dengan kata lain, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih saling menukar informasi untuk mencapai

kebersamaan pengertian satu sama lainnya dalam situasi di mana mereka sedang berkomunikasi, Cangara (2012:51).

6. Hambatan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (Effendy, 2011) hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif serta adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima. Maka pada dasarnya hambatan komunikasi dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni sebagai berikut.

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

1. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake 1979). Gangguan semantik sering terjadi karena:

- a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.

- c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya.

3. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status senior dan junior atau atasan dengan bawahan.

4. Rintangan Hambatan Berfikir

Rintangan hambatan berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. ini bisa disebabkan latar belakang pendidikan yang berbeda.

5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bungin, (2006:71) adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur terpenting didalam komunikasi massa adalah sebagai berikut :

- Komunikator
- Media Massa
- Informasi
- *Gatekeeper*
- Khalayak/Publik
- Umpan balik

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat, (2009 : 188) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner.

Menurut Gerbner dalam Rakhmat, (2009 : 188) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat (Rakhmat, 2009 : 189) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar,

heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright dalam Ardianto, (2007: 4) komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:

1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim
2. Pesan disampaikan secara terbuka
3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik)
4. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

2. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa dikemukakan oleh Effendy dalam Ardianto, (2007:18) secara umum yaitu:

(a Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

(b Fungsi Pendidikan

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

(c) Fungsi Memengaruhi

Media massa dapat memengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku

Pendapat lain dikemukakan oleh Dominick dalam Ardianto, (2007:14 - 17)

yaitu fungsi komunikasi terdiri dari :

- 1) *Surveillance* (Pengawasan) yaitu fungsi ini menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan maupun yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) *Interpretation* (Penasiran), Fungsi ini mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.
- 3) *Linkage* (Pertalian), Fungsi ini bertujuan di mana media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- 4) *Transmission of values* (Penyebaran nilai-nilai), Fungsi ini artinya bahwa media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.
- 5) *Entertainment* (Hiburan) yaitu fungsi ini bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

3. Komponen Komunikasi Massa

Menurut Ardianto (2004:36-42), komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sesederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut :

a) Komunikator

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.

b) Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

c) Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat

perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instananeous*)

d) Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e) Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan difilter (*disaring*) oleh khalayak yang menerimanya.

f) *Gatekeeper*

Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat di dalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima

C. Media Sosial

Menurut Kamus Bahasa Inggris, media sosial merupakan program komputer yang memberikan fungsi untuk berkomunikasi dan berbagi informasi di internet sebagaimana didefinisikan oleh *Cambridge Advanced Learner's*

Dictionary & Thesaurus: “social media (noun); websites and computer programs that allow people to communicate and share information on the internet using a computer or mobile phone”.atau, “ a group of internet-based application that builds on the technological foundation of web 2.0, which allows the creation and exchange of user generated content”. (Kaplan, A & Haenlein, M, 2010)

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. Dari sisi bahasa, media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan *medium* atau wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis *web* untuk menyebarkan secara pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet di dunia.

Karjaluoto (2008:2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara *SMS* atau telpon lewat *handphone*. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung

berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Berdasarkan Karjaluoto (2008: 4), media sosial terdiri dari 6 macam, antara lain sebagai berikut :

- a) *Blog (blogs or web blogs)*, yaitu sebuah *website* yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar. Banyak macam-macam *blog* di dunia, dan *blog* menjadi populer karena menyediakan perspektif yang utuh dan asli mengenai topik-topik tertentu.
- b) *Forum (Forums)*, yaitu sebuah situs dimana beberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer adalah Kaskus. Di dalam Kaskus terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.
- c) *Komunitas Konten (content communities)*, yaitu situs yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarakan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini menyediakan layanan untuk *voting*, sehingga pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebarakan.

- d) Dunia virtual (*virtual worlds*), merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs *game on-line*. Pengunjung dapat berinteraksi dan berjuang bersama dengan pengunjung lain atau dapat juga bersaing dengan pengunjung lain.
- e) *Wikis*, yaitu situs penghasil data-data atau dokumen-dokumen. Dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*users*) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs *wikis*.
- f) Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya *kk*), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya LinkedIn). Salah satu media sosial yang cukup populer yaitu jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.

Media sosial merupakan sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. Media sosial dan *social network* sebenarnya sama-sama merupakan media yang menyampaikan informasi, hanya penyampaian informasinya saja yang berbeda. Ada banyak macam media sosial yang sering digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia, seperti *Blogger*, *Facebook*, *Yahoo Messenger*, *Youtube*, dan lain-lain. Media sosial juga mempunyai fungsi-fungsi yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari, seperti untuk berjualan, mencari persahabatan dan perkumpulan. Namun, media sosial juga mempunyai dampak positif dan negatif, seperti sebagai media komunikasi, tempat mencari informasi, munculnya tindak kejahatan, dan menimbulkan sifat candu.

D. Aplikasi Tik-Tok

1. Pengertian Aplikasi Tik-Tok

Tik Tok adalah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator*.

Tik Tok adalah platform sosial video pendek yang didukung dengan musik. Baik itu musik untuk tarian, gaya bebas, ataupun performa, para pencipta

didorong untuk berimajinasi sebebas-bebasnya dan menyatakan ekspresi mereka dengan bebas. Dirancang untuk generasi baru pencipta, Tik Tok memungkinkan pengguna membuat video pendek yang unik dengan cepat dan mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia. Tik Tok adalah tolok ukur budaya baru untuk pencipta muda. Kami berusaha untuk memberdayakan lebih banyak jiwa kreatif untuk menjadi bagian dari revolusi konten.

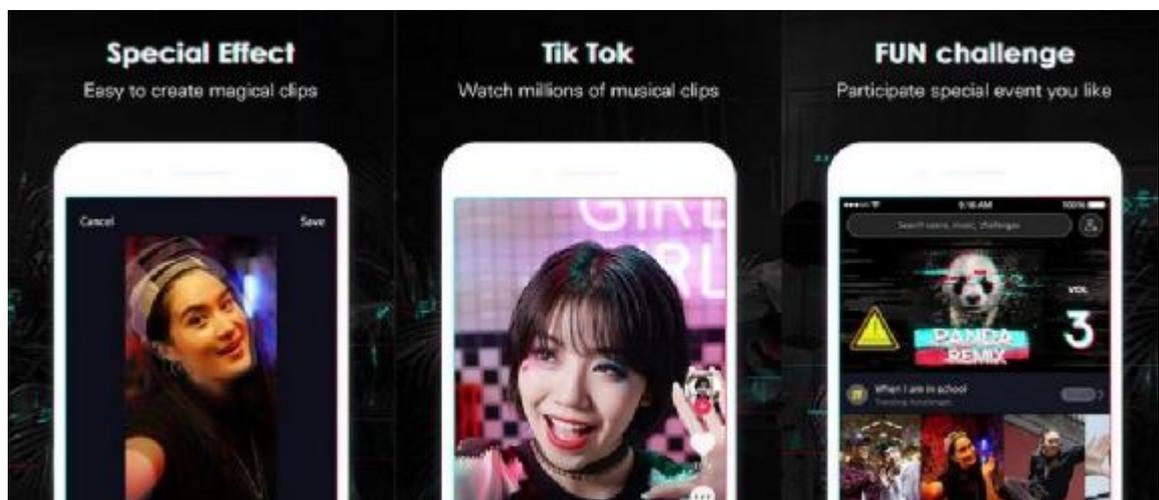
Adapun konten yang ada didalam aplikasi tik-tok adalah sebagai berikut :

- 1) Pengenalan Wajah, yakni menangkap gambar dengan kecepatan tinggi dan fitur pengenalan yang sempurna sesuai untuk semua ekspresi imut, keren, konyol, lucu, dan berlebihan Anda.
- 2) Kualitas Tajam yang Nyata. Dimuat dengan instan, antarmuka yang mulus, dan bebas macet. Setiap detail ditampilkan dalam kualitas yang sempurna.
- 3) Studio Seluler. Penggabungan yang sempurna antara kecerdasan buatan dan jepretan gambar. Menyempurnakan daya saing produk melalui sinkronisasi ritme, efek spesial, dan teknologi canggih. Ubah telepon Anda menjadi studio kreatif yang menakjubkan.
- 4) Pustaka Musik yang Sangat Lengkap. Bawa potensi kreatif Anda ke tingkat selanjutnya dan masuki dunia yang tak terbatas.

Dari deskripsi yang tersebut di atas, sudah dapat disimpulkan bahwa sebenarnya aplikasi Tik-Tok ini merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat video pendek, video kreatif, video *editing*, video musik, yang dapat dibuat dengan mudah di hp atau smartphone berbasis *android/ios*. Dan kemudian,

berbagai video tersebut dapat saling dibagikan dan ditonton bagi sesama pengguna aplikasi Tik-Tok ini. Jadi semua konten video yang bernuansa Tik-Tok ini merupakan video yang dibuat atau diedit dengan menggunakan aplikasi Tik-Tok. Masalah baik atau buruknya konten video yang ada. Semuanya tergantung dari si pengguna aplikasi Tik-Tok ini.

Nah, perlu diketahui juga. Bahwa aplikasi Tik-Tok ini sebenarnya dibuat atau diterbitkan sekitar bulan September 2016 yang lalu. Dan aplikasi ini juga berasal dari Negeri Tirai Bambu. Namun, karena perkembangannya, pada tahun 2017 yang lalu aplikasi ini mulai masuk dan mendapat pasar, serta mulai terkenal di Indonesia. Di negeri asalnya sendiri, aplikasi ini lebih sering disebut sebagai Douyin dan di dunia internasional disebut sebagai Tik-Tok.



Gambar screenshot Aplikasi Tik-Tok

<http://www.blogbiasa.com/2018/05/apa-itu-tik-tok-arti-tik-tok-cara-edit/dikutip/11-07-2018>

2. Cara Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

Adapun cara-cara dalam mengunduh dan menggunakan aplikasi Tik-Tok adalah sebagai berikut :

a) Cara mengunduh Aplikasi Tik-Tok

Sebelum Anda mengetahui cara menggunakan aplikasi Tik-Tok, tentunya Anda harus memiliki aplikasi Tik-Tok terlebih dahulu. Tenang saja, Tik-Tok merupakan aplikasi gratis yang bisa didownload di Google PlayStore. Cara mendownloadnya sangat mudah, berikut langkahnya:

- Masuk ke aplikasi *PlayStore*.
- Lalu, *search* di mesin pencari dengan mengetikkan Tik Tok.
- Kemudian, *install* aplikasinya.

b) *Log In* Akun Tik-Tok

Sudah memiliki aplikasi Tik-Tok, kemudian kini harus masuk atau *Log in* akun aplikasi Tik-Tok terlebih dahulu. Mengapa? Jika Anda tidak *log in*, maka Anda mungkin akan kesulitan untuk menyimpan hasil rekaman dan *edit* video di Tik-Tok. Juga, setiap hasil video yang Anda buat akan secara otomatis disimpan ke dalam *draft* akun Tik-Tok Anda. Beginilah cara *Log in* aplikasi Tik-Tok:

- Masuk ke dalam aplikasi Tik-Tok yang sudah Anda *download* sebelumnya.
- Kemudian Anda bisa langsung klik simbol Orang yang ada di bagian pojok kanan bawah.
- Lalu, Anda bisa *Log in* dengan akun FB, Instagram, atau Google. Pilih salah satunya saja.

c) Cara merekam video

Yang paling utama sebelum mengedit video *kece*, Anda harus merekam video terlebih dahulu. Cara menggunakan aplikasi Tik-Tok berikut ini bisa Anda lakukan dengan langkah-langkah di bawah ini:

- Masuk ke aplikasi Tik-Tok yang sudah di-*download*.
- Untuk merekam video, Anda bisa langsung klik simbol *plus* (+) pada bagian tengah.

Kemudian, Anda bisa langsung pilih *genre* musik yang diinginkan. Sedikit informasi bahwa Anda bisa memilih *genre* lagu apapun, sebab Tik-Tok memiliki daftar lagu yang cukup lengkap mulai dari lagu lokal, korea, juga *western*. Klik *more* untuk dapatkan berbagai *genre* lagu lainnya.

Setelah Anda menentukan *genre* atau kategori lagu yang diinginkan, secara otomatis Tik-Tok akan menampilkan semua daftar lagunya. Di sini Kami mencoba memilih kategori *KPOP* dan memilih lagu *GOT7 – If You Do*. Nah, maka Kami klik lagu tersebut. Setelah itu klik *confirm to use and begin shooting*.

Anda juga bisa memilih tipe gerakan video antara *epic, slow, normal, fast*, atau *flash*, klik salah satunya saja.

Jika sudah klik *effects*, maka secara otomatis Tik-Tok akan menampilkan beragam efek yang bisa Anda *download* terlebih dahulu. Klik saja pada efek yang diinginkan dan secara otomatis efek tersebut akan diaplikasikan ke dalam video.

Nah, jika Anda sudah merasa lengkap dan cocok dengan semua efeknya, maka langsung saja rekam videonya. Anda bisa klik *HOLD*. Namun jika

Anda merasa repot untuk terus menekan *hold*, maka Anda bisa menggesernya pada bagian *Tap shooting*, jadi Anda hanya perlu satu kali klik untuk merekam video.

d) Cara edit video yang sudah direkam

Selesai merekam video maka tak lengkap rasanya jika belum diedit. Untuk mengeditnya pun sangat mudah dan simpel. Berikut Anda bisa ikuti beberapa cara di sini:

- Setelah selesai merekam, maka secara otomatis akan ditampilkan beberapa pilihan. Anda bisa langsung menyimpan hasil rekaman atau Anda ingin mengedit rekaman terlebih dahulu. Nah, untuk mengeditnya, Tik Tok menyiapkan tiga fitur edit yaitu *edit music*, *sound*, dan *special effects*.
- Mulai dari mengedit lagu, maka Anda bisa langsung klik *edit music*. Fitur ini hanya untuk memilih bagian lagu saja, caranya dengan menggeser simbol kuning ke kanan dan ke kiri. Jika Anda sudah memilih bagian lagu yang diinginkan, maka Anda bisa langsung klik tanda *checklist* yang ada di dalam kotak berwarna *pink*.
- Untuk mengedit suara, Anda bisa langsung klik *Sound*. Dengan fitur ini, Anda bisa menentukan seberapa besar volume untuk *original soundtrack* dan *soundtrack*. Anda bisa menggeser setiap bulatan putih untuk menentukan volumenya. Setelah itu, Anda bisa klik tanda *checklist*.

- Sudah selesai dengan musik dan *sound*, saatnya Anda menambahkan efek menarik untuk video. Caranya, Anda bisa klik pada fitur *special effects*. Nah, di bagian *Filter Effects*, Anda bisa pilih beragam efek seperti *shake*, *illusion*, *black magic* dan lainnya, pilih dan klik salah satunya saja.
- Setelah selesai dengan *Filter Effects*, Anda bisa mengedit *Time Effects*. Guna dari *time effect* ini adalah untuk memberikan efek di durasi video tertentu. Klik salah satu efeknya, kemudian aturlah penempatan efeknya dengan menggeser bulatan hijau di bagian durasi video. Jika sudah dirasa cukup, Anda bisa langsung klik *save* di bagian pojok kanan atas.
- Nah, kini Anda bisa menyimpan hasilnya dengan klik *draft*.
- Namun, jika Anda ingin langsung meng-*upload* ke sosial media maka klik *post*.

e) Cara melihat video rekaman di Tik-Tok

Sedang tidak ingin membuat atau mengedit video? Nah, Anda juga bisa menonton hasil edit video para pengguna Tik-Tok lainnya. Caranya sangat mudah, silahkan ikuti langkah-langkah berikut ini:

- Masuk ke aplikasi Tik-Tok dan langsung pilih simbol seperti planet.
- Kemudian, Tik-Tok akan menampilkan semua video karya orang lain. Nah, Tik-Tok juga menampilkan setiap video terpopuler.

Anda bisa klik salah satunya atau *scroll down* untuk mencari video yang ingin ditonton.

([//carisinyal.com/cara-menggunakan-aplikasi-tik-tok/dikutip/08-08-2018](http://carisinyal.com/cara-menggunakan-aplikasi-tik-tok/dikutip/08-08-2018))

E. Pola Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar (Notoatmodjo 2003).

Pengertian Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003). Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup.

Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Perilaku juga diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua, yakni :

- a. Bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit),
- b. Dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit).

Menurut Lawrence Green (dalam Notoatmodjo, 2003) ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku, antara lain sebagai berikut :

1. Faktor Presdiposisi (*redisposing factors*), yakni terwujud dalam pengetahuan , sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan unsur-unsur yang ada pada individu dan masyarakat.
2. Faktor Pendukung (*enabling factors*), yakni terwujud dalam lingkungan fisik, mencakup sumber-sumber ketersediaan sarana dan prasarana.
3. Faktor Pendorong atau Penguat (*reinforcing factors*), yakni merupakan sikap dan perilaku tokoh masyarakat, tokoh agama, petugas kesehatan, termasuk undang-undang, peraturan daerah maupun pusat.

Penelitian Roger (1974) dalam Notoatmodjo (2003) mengungkapkan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), di dalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan yakni :

- a. *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.

- b. *Interest* (merasa tertarik), terhadap stimulus atau objek tersebut. Di sini sikap subjek mulai timbul.
- c. *Evaluation* (menimbang-nimbang) terhadap baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya. Hal ini berarti sikap responden lebih baik lagi.
- d. *Trial*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus.
- e. *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

F. Teori News Media

New Media atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Definisi lain media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, di mana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. *Digital* adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. *Digital* ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini

adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan *digital (modern media/new media)*. Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut *web 2.0 (web two point-oh)*, di mana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet. Perkembangan *web 2.0* sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di *web* dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman *web 1.0* hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi *web 2.0* memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan situs jaringan sosial *online* lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya *Web 2.0* adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn,2009:686).

Salah satu bagian dari *new media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek

mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, *PDA*, *Blackberry* dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email*, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221). Peneliti komunikasi (Heeter, 1988) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

- a) Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
- b) Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
- c) Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.

- d) Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
- e) Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi

G. Hipotesis

Menurut Kartini, Sugiyono (2002:21) hipotesis merupakan suatu jawaban sementara tentang suatu penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dengan jalan penelitian (*research*). Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. **H_a** : Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tik-tok terhadap perilaku anak.
2. **H_o** : Tidak terdapat pengaruh penggunaan aplikasi tik-tok terhadap perilaku anak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Iqbal Hasan dalam buku metode penelitian, Metode adalah: (Hasan,2004:04) “Penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya).

1. Jenis Penelitian

Jenis yang dipakai pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kuantitatif, juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka, Sugiono (2010:213).

2. Operasionalisasi Konsep

Operasional konsep dilakukan untuk memudahkan penjelasan terhadap konsep penelitian. Oleh karenanya konsep tersebut diturunkan dalam bentuk yang operasional sebagai berikut :

Tabel 3.1.

Operasionalisasi Konsep

Konsep Teoritis	Konsep Variabel
<p>Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok (Variabel X)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi • Frekuensi • Ketertarikan/minat • Video • Lagu
<p>Perilaku Anak (Variabel Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Awareness</i> • <i>Interest</i> • <i>Evaluation</i> • <i>Trial</i> • <i>Adaption</i>

Sumber Data : Uraian Teoritis 2018

3. Definisi Konsep

Adapun definisi konsep dari tabel operasionalisasi konsep diatas adalah sebagai berikut :

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

- 1) Durasi adalah rentang waktu atau lamanya sesuatu hal atau sebuah peristiwa berlangsung, di mana hal ini biasanya dikaitkan dengan gelaran sebuah acara.

- 2) Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam satuan detik dengan satuan.
- 3) Ketertarikan/minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual).
- 4) Video teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan.
- 5) Lagu merupakan gubahan seni nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan gubahan musik yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan. Dan ragam nada atau suara yang berirama disebut juga dengan lagu.

Perilaku Anak :

- 1) *Awareness* adalah kesadaran akan perbuatan. Sadar artinya merasa, tahu atau ingat, keadaan ingat akan dirinya, ingat kembali, siuman, bangun tidur, ingat, tahu dan mengerti.
- 2) *Interest* (merasa tertarik), terhadap stimulus atau objek tersebut. Disini sikap subjek mulai timbul.
- 3) *Evaluation* (menimbang-nimbang) terhadap baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya. Hal ini berarti sikap responden lebih baik lagi.

- 4) *Trial*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus.
- 5) *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

4. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan. Populasi dapat berupa orang, objek dan benda-benda alam. Populasi berupa jumlah yang ada pada objek dan subjek yang dipelajari serta seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu, (Kuswana, 2011:130).

Menurut hasil pra riset data yang telah diperoleh, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja yang sedang berada di Merdeka Walk yang memakai aplikasi Tik-Tok sebanyak 25 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel ditarik dari populasi menurut pertimbangan ilmiah. Salah satu syaratnya bahwa penarikan sampel harus terukur dan representatif, (Kuswana, 2011:133).

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel *random*. Proses peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek

dianggap sama. Mengenai penentuan besarnya sampel di dalam pengambilan sampel apabila subjeknya kurang dari 100 maka diambil semua. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% bahkan lebih serta bergantung pada :

- Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil seluruh populasi dijadikan sampel karena jumlah populasinya kurang dari 100 orang yakni berjumlah 25 orang, maka sampel diambil keseluruhan yakni 25 orang remaja.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan kegiatan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut : Sugiono (2002:107).

a. Penelitian kepustakaan (*Library research*)

Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang akan diteliti.

b. Penelitian Lapangan (*Field research*)

Yaitu penelitian yang didasarkan pada tinjauan langsung pada objek yang akan diteliti untuk mempermudah data-data primer.

c. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk mengamati secara dekat dengan masalah yang dihadapi.

d. Angket (*Quisioner*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden

6. Teknik Analisis Data

Agar suatu penelitian itu tepat sasaran dan mengarah ke tujuan maka didesain instrumen untuk pengumpulan data penelitian yang sebelumnya telah diuji bahwa instrumen tersebut valid dan reliabel untuk dijadikan sebagai alat pengumpulan data. Setelah data terkumpul maka diolah dan dianalisis yang mengarah pada hipotesis yang telah diajukan. Analisis data menggunakan statistik baik berupa statistik deskriptif maupun statistik inferensial tergantung pada metode yang digunakan. Hasil penelitian diuraikan dalam bentuk pembahasan yang kemudian disimpulkan dan dibuat saran. Setelah itu didesain laporan hasil penelitian yang mudah untuk dipahami oleh orang lain, Sugiyono (2010).

Peneliti adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrument riset yang harus terjun langsung di lapangan. Riset ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan digeneralisasikan. Selain itu data yang terkumpul merupakan hasil dari observasi, wawancara/angket dan dokumentasi yang dideskripsikan dalam bentuk tulisan karya ilmiah kemudian disesuaikan isi atau meteri data tersebut, , Kriyantono (2009:59).

Kemudian, skala yang dipakai adalah skala Guttman, yakni skala dengan pengukuran tipe ini akan didapat jawaban yang tegas yaitu “Ya dan Tidak, Benar dan Salah, Pernah-Tidak Pernah, Positif-Negatif” dan lain-lain. Skala Guttman

selain dapat dibuat dalam bentuk pilihan berganda juga dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Jawaban dapat dibuat skor tertinggi satu dan terendah nol. Analisa dilakukan seperti dalam skala Likert, Sugiyono (2010:96).

Contoh skala Guttman :

1. Anda punya SIM dan STNK?

a. Ya b. Tidak

7. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian penulis adalah Merdeka Walk yang berlokasi di Jalan Balai Kota Kelurahan Kesawan Kecamatan Medan Barat Kota Medan-Sumatera Utara. Sedangkan waktu penelitian berkisar di bulan Agustus 2018, pada pukul 15.00 WIB sampai dengan selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Dalam bab ini akan disajikan data-data yang telah diperoleh dari hasil penelitian di lapangan dalam bentuk angket kuisisioner. Adapun data yang menjadi masukan utama dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang penulis ajukan melalui angket. Berdasarkan teknik penarikan sampel peneliti, peneliti mengambil seluruh populasi dijadikan sampel karena jumlah populasi kurang dari 100 yaitu berjumlah 25 orang yaitu remaja yang sedang berada di Merdeka Walk yang memakai aplikasi Tik-Tok.

Penulis juga akan menguraikan hasil analisa data yang ditabulasikan dengan bantuan tabel-tabel dan dianalisa secara deskriptif, kemudian diinterpretasikan dan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yang telah disebarkan. Penulis menggunakan angket kuisisioner dalam bentuk riset penelitiannya. Berikut ini disajikan beberapa tabel yang ditabulasikan berdasarkan hasil penyebaran angket kuisisioner yang dimaksud di lapangan penelitian.

Adapun data-data dari responden penelitian yang penullis teliti identitasnya serta hasil jawabannya yang dapat penulis sajikan adalah sebagaimana dalam bentuk tabel berikut ini :

1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok

Tabel 4.1.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Setiap hari Anda selalu membuka aplikasi Tik-Tok”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	17	68%
2	Tidak	8	32%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor satu, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 68% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 32%. Maka menurut sebagian besar responden, mereka setiap hari selalu membuka aplikasi Tik-Tok dikarenakan aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi paling favorit responden, sedangkan menurut sebagian kecil responden, mereka tidak terlalu setiap hari membuka aplikasi Tik-Tok. Hanya pada waktu-waktu tertentu saja.

Tabel 4.2.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering Anda gunakan di banding aplikasi lain di *smartphone*”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	20	80%
2	Tidak	5	20%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor dua, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 80% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 20%. Maka menurut sebagian besar responden, aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering digunakan dibandingkan dengan aplikasi lain di *smartphone* mereka, sedangkan sebagian kecil responden menjawab bahwa mereka tidak terlalu sering membuka aplikasi Tik-Tok.

Tabel 4.3.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Untuk membuat video atau foto di aplikasi Tik-Tok, Anda dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	15	60%
2	Tidak	10	40%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor tiga, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 60% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 40%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab bahwa untuk membuat video atau aplikasi Tik-Tok, mereka dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui perihal tersebut dikarenakan mereka tidak menghabiskan banyak waktu untuk bermain di aplikasi Tik-Tok.

Tabel 4.4.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda suka mengeksplor atau melihat video-video lain dari *vlogger* Tik-Tok sebagai bahan untuk Anda membuat video”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	15	60%
2	Tidak	10	40%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor empat, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 60% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 40%. Maka menurut sebagian besar responden mereka suka mengeksplor dan melihat video-video dari *vlogger* Tik-Tok orang lain sebagai bahan dan inspirasi dalam membuat video mereka, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui hal tersebut.

Tabel 4.5.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda sangat tertarik dengan aplikasi Tik-Tok”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	13	52%
2	Tidak	12	48%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor lima, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 52% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 48%. Maka menurut sebagian besar responden, mereka sangat tertarik dengan aplikasi Tik-Tok, sedangkan sebagian kecil responden menjawab bahwa mereka tidak terlalu tertarik dengan aplikasi tersebut.

Tabel 4.6.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda sangat menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tik-Tok karena dapat menyalurkan ekspresi Diri Anda”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	14	56%
2	Tidak	11	44%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor enam, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 56% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 44%. Maka menurut sebagian responden menjawab bahwa mereka sangat menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tik-Tok karena dengan ini, mereka dapat menyalurkan ekspresi diri mereka, sedangkan menurut sebagian kecil responden tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan aplikasi Tik-Tok tidak selalu dapat menyalurkan ekspresi diri mereka

Tabel 4.7.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda sering memuat video-video terbaru yang Anda buat dengan aplikasi Tik-Tok”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	20	80%
2	Tidak	5	20%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor tujuh, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 80% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 20%. Maka menurut sebagian besar responden mereka sering memuat video-video terbaru dengan aplikasi Tik-Tok, sedangkan sebagian kecil responden menjawab tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan mereka jarang membuat video-video terbaru.

Tabel 4.8.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar selalu eksis di media sosial”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	13	52%
2	Tidak	12	48%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor delapan, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 52% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 48%. Maka menurut sebagian besar responden mereka lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar dapat selalu eksis di media sosial, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan mereka kurang suka ikut serta dalam membuat video. Mereka hanya penikmat saja.

Tabel 4.9.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda suka mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada fitur aplikasi Tik-Tok”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	19	76%
2	Tidak	6	24%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor sembilan, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 76% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 24%. Maka menurut sebagian besar responden mereka mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada fitur aplikasi Tik-Tok, sedangkan sebagian kecil responden kurang mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada fitur aplikasi Tik-Tok.

Tabel 4.10.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Dasar Anda mengunggah aplikasi Tik-Tok karena tertarik dengan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Tik-Tok”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	22	88%
2	Tidak	3	12%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor sepuluh, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 88% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 12%. Maka menurut sebagian besar responden mereka mengunggah aplikasi Tik-Tok dikarenakan tertarik dengan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Tik-Tok, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui perihal tersebut karena tidak begitu tertarik dengan fitur dan aplikasi Tik-Tok.

2. Perilaku Anak :

Tabel 4.11.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda sadar bahwa terkadang video yang Anda buat dan posting pada aplikasi Tik-Tok dapat disukai atau tidak disukai oleh para pengguna media sosial”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	25	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor sebelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 100% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 0%. Maka menurut seluruh responden, mereka sadar jika video yang dibuat pada aplikasi Tik-Tok dapat disukai dan tidak disukai oleh pengguna media sosial (khususnya Tik-Tok) juga.

Tabel 4.12.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda mengetahui bahwa tidak semua orang menyukai aplikasi Tik-Tok karena terkesan berlebihan”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	12	48%
2	Tidak	13	52%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor duabelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 48% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 52%. Maka menurut sebagian besar responden, mereka tidak mengetahui jika aplikasi Tik-Tok terkesan berlebihan dikarenakan mereka tetap menyukai dan selalu membuat dan mengunggah video-video mereka, sedangkan sebagian kecil responden menyetujui hal tersebut dikarenakan menurut mereka banyak yang mengunggah video-video yang tidak bermanfaat.

Tabel 4.13.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda mengunduh aplikasi Tik-Tok pada *smartphone* dikarenakan memang anda menyukai aplikasi tersebut”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	23	92%
2	Tidak	2	8%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor tigabelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 92% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 8%. Maka menurut sebagian besar responden mereka mengunduh aplikasi Tik-Tok pada *smartphone* mereka dikarenakan menyukai aplikasi tersebut, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan tidak menyukai aplikasi Tik-Tok tersebut.

Tabel 4.14.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda mengunduh aplikasi Tik-Tok bukan karena pengaruh dari teman atau orang lain”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	10	40%
2	Tidak	15	60%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor empatbelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 40% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 60%. Maka menurut sebagian besar responden bahwa mereka mengunduh aplikasi Tik-Tok tidak dikarenakan pengaruh dari teman atau orang lain tetapi berdasarkan dari diri mereka sendiri dikarenakan memang menyukainya, sedangkan sebagian kecil responden menjawab bahwa mereka mengetahui dan mengunduh aplikasi Tik-Tok berdasarkan pemberitahuan dan ajakan teman.

Tabel 4.15.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Ketika aplikasi Tik-Tok sempat di tarik izinnya oleh KEMENKOMINFO, Anda merasa tidak senang dengan hal tersebut”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	22	88%
2	Tidak	3	12%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor limabelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 88% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 12%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab tidak senang dan kecewa dikarenakan aplikasi Tik-Tok di tarik izinnya oleh KEMENKOMINFO, sedangkan menurut sebagian kecil responden merasa setuju dikarenakan banyak yang mengunggah video tidak bermoral pada aplikasi Tik-Tok.

Tabel 4.16.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda pernah ragu untuk menginstal aplikasi Tik-Tok kembali setelah izinnya diperbolehkan oleh KEMENKOMINFO”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	9	36%
2	Tidak	16	64%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor enambelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 36% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 64%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab bahwa mereka tidak ragu untuk menginstal kembali aplikasi Tik-Tok ketika izinnya sudah dikeluarkan kembali oleh KEMENKOMINFO, sedangkan sebagian kecil responden menjawab ragu untuk menginstal aplikasi Tik-Tok dikarenakan takut bermasalah kembali.

Tabel 4.17

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Setelah sering memakai aplikasi Tik-Tok, Anda mulai rutin mengikuti video-video para *vlogger* Tik-Tok viral yang ada di media sosial”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	21	84%
2	Tidak	4	16%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor tujuhbelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 84% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 16%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab mereka mulai rutin mengikuti video-video para *vlogger* Tik-Tok viral yang ada di media sosial, sedangkan sebagian kecil responden tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan mereka tidak mengikuti video para *vlogger*, hanya sekedar melihat-lihat saja.

Tabel 4.18.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Anda selalu mengikuti perkembangan para *vlogger* terkenal yang menggunakan aplikasi Tik-Tok dengan gaya yang viral meskipun video itu kurang bersifat edukasi dan hiburan”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	20	80%
2	Tidak	5	20%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor delapanbelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 80% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 20%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab bahwa mereka selalu mengikuti perkembangan para *vlogger* dengan gaya yang viral meskipun video itu kurang bersifat edukasi dan hiburan, sedangkan sebagian kecil responden menjawab kurang menyetujui perihal tersebut dikarenakan tidak berdampak baik bagi mereka.

Tabel 4.19.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Dengan melihat dan membuat video pada aplikasi Tik-Tok, Anda menjadi pribadi baru yang lebih baik lagi serta mengekspresikan diri Anda”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	10	40%
2	Tidak	15	60%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor sembilanbelas, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 40% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 60%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab dengan melihat dan membuat video pada aplikasi Tik-Tok, tidak menjadikan mereka pribadi yang baru dan mengekspresikan diri mereka, sedangkan sebagian kecil dari mereka menyetujui perihal tersebut.

Tabel 4.20.

Distribusi Jawaban Responden Menurut Pernyataan “Aplikasi Tik-Tok membantu Anda untuk meningkatkan tingkat kepercayaan diri Anda”

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	12	48%
2	Tidak	13	52%
Jumlah		25	100 %

Sumber Angket Data 2018

Menurut hasil data dari jawaban responden pada pernyataan nomor duapuluh, dapat diketahui bahwa sebagian responden menjawab jawaban “ya” dengan rata-rata persentase sebesar 48% dan sebagian responden menjawab “tidak” dengan rata-rata persentase sebesar 52%. Maka menurut sebagian besar responden menjawab bahwa aplikasi Tik-Tok tidak membantu mereka untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, sedangkan sebagian responden menjawab bahwa aplikasi Tik-Tok dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka melalui video-video yang mereka buat dan unggah.

B. Tabel Skala Guttman

1. Tabel Skala Guttman Pada Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok :

Tabel 4.21.

No. Responden	Pertanyaan Responden									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
2	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
3	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
4	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
5	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
6	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
7	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya
8	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
9	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
10	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
11	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
12	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya

13	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
14	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
15	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya
16	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya
17	Ya	Ya	Tidak	Ya						
18	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
19	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
20	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
21	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
22	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
23	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
24	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
25	Ya	Ya	Tidak	Ya						

Sumber Data : Hasil Angket Kuisisioner 2018

2. Tabel Skala Guttman Pada Perilaku Anak :

Tabel 4.22.

No. Responden	Pertanyaan Responden									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
2	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
3	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
4	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
5	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
6	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
7	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
8	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
9	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
10	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
11	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya
12	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
13	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya

14	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
15	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
16	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
17	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
18	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
19	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
20	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya
21	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak
22	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
23	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak
24	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya
25	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	ya

Sumber Data : Hasil Angket Kuisisioner 2018

C. Pembahasan Data

Dari hasil data dan tabel di atas serta setelah penulis menyebar angket kuisisioner, dapat dilakukan pembahasan data sebagai berikut :

Hasil penelitian 2018 di Merdeka Walk (MW) yang tersaji dalam angket kuisisioner menunjukkan bahwa umur responden berkisar antara 15-18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih dalam keadaan baik dan mampu menerima soal angket kuisisioner yang akan diberikan penulis. Responden berdominan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Angket kuisisioner disebar pada hari Jumat, 24 Agustus 2018 sampai dengan 26 Agustus 2018, pada pukul 17.00 WIB sampai dengan selesai.

Dari hasil penelitian dan tabel jawaban responden yang diisi oleh responden, penulis mendapatkan bahwa pada durasi waktu penggunaan aplikasi Tik-Tok para responden setiap hari selalu membuka aplikasi Tik-Tok dikarenakan aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi paling favorit responden, sedangkan menurut sebagian kecil responden, mereka tidak terlalu setiap hari membuka aplikasi Tik-Tok. Hanya pada waktu-waktu tertentu saja. Kemudian aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering digunakan dibandingkan dengan aplikasi lain di *smartphone* mereka, dikarenakan menurut responden, aplikasi Tik-Tok memberi hiburan yang menarik bagi mereka.

Kemudian, ketertarikan atau minat responden dalam penggunaan aplikasi Tik-Tok dapat dilihat fitur-fitur yang menarik minat responden untuk membuat video-video lucu dan mengekspresikan diri mereka. Bahkan ketika membuat video atau aplikasi Tik-Tok, mereka dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan

lebih serta suka mengeksplor dan melihat video-video dari *vlogger* Tik-Tok orang lain sebagai bahan dan inspirasi dalam membuat video mereka. Responden juga lebih menyukai membuat video dengan lagu-lagu terbaru agar dapat selalu eksis di media sosial.

Para Responden juga mengikuti perkembangan lagu-lagu terbaru pada fitur aplikasi Tik-Tok serta perkembangan video-video yang viral dari aplikasi Tik-Tok kemudian mencoba untuk membuat video tersebut. Ketertarikan terhadap lagu dan video adalah alasan utama dalam mengunggah aplikasi Tik-Tok. Sedangkan menurut sebagian kecil responden, tidak menyetujui perihal-perihal tersebut di atas dikarenakan mereka tidak terlalu aktif dalam penggunaan aplikasi Tik-Tok. Sebagian hanya suka melihat video-video unik, menarik dan viral saja tetapi tidak suka membuat video mereka sendiri, ada juga yang tidak begitu memakai aplikasi Tik-Tok dan lain sebagainya.

Dari segi tingkat kesadaran, para responden juga yakin bahwa mereka memang menyukai aplikasi Tik-Tok tanpa paksaan atau pengaruh orang lain. Para responden juga sadar, bahwa tidak semua orang akan suka dengan video-video yang mereka buat dan posting di sosial media, namun menurut sebagian besar responden, mereka tidak mengetahui jika aplikasi Tik-Tok terkesan berlebihan dikarenakan mereka tetap menyukai dan selalu membuat dan mengunggah video-video mereka, sedangkan sebagian kecil responden menyetujui hal tersebut dikarenakan menurut mereka banyak yang mengunggah video-video yang tidak bermanfaat dan kurang bermoral.

Kemudian dari segi ketertarikan, sebagian besar responden memang tertarik dengan aplikasi Tik-Tok, seperti yang telah disebutkan sebelumnya aplikasi ini memuat fitur-fitur yang menarik sehingga dapat mengekspresikan diri seseorang. Menurut sebagian besar responden juga mereka mengunduh aplikasi Tik-Tok tidak dikarenakan pengaruh dari teman atau orang lain tetapi berdasarkan dari diri mereka sendiri dikarenakan memang menyukainya, sedangkan sebagian kecil responden menjawab bahwa mereka mengetahui dan mengunduh aplikasi Tik-Tok berdasarkan pemberitahuan dan ajakan teman.

Dari segi menimbang, responden juga sempat sedikit meragukan aplikasi Tik-Tok dikarenakan pernah ditarik izinnya oleh KEMENKOMINFO. Menurut sebagian besar responden tidak senang dan kecewa dikarenakan aplikasi Tik-Tok ditarik izinnya oleh KEMENKOMINFO, sedangkan menurut sebagian kecil responden merasa setuju dikarenakan banyak yang mengunggah video tidak bermoral pada aplikasi Tik-Tok. Namun responden juga tidak ragu untuk menginstal kembali aplikasi Tik-Tok ketika izinnya sudah dikeluarkan kembali oleh KEMENKOMINFO, sedangkan sebagian kecil responden menjawab ragu untuk menginstal aplikasi Tik-Tok dikarenakan takut bermasalah kembali.

Sampai saat ini, perkembangan pengaruh aplikasi Tik-Tok masih sangat berpengaruh, khususnya kepada responden. Mereka mulai rutin mengikuti video-video para *vlogger* Tik-Tok viral yang ada di media sosial dan mengikuti perkembangan para *vlogger* dengan gaya yang viral meskipun video itu kurang bersifat edukasi dan hiburan, sedangkan sebagian kecil responden tidak

menyetujui hal tersebut dikarenakan mereka tidak mengikuti video para *vlogger*, hanya sekedar melihat-lihat saja serta berdampak baik bagi mereka.

Dari segi *Adaption*, di mana subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus, bahwa para responden dengan melihat dan membuat video pada aplikasi Tik-Tok, tidak menjadikan mereka pribadi yang baru. Aplikasi Tik-Tok membantu mereka untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, melalui video-video yang mereka buat dan unggah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil riset, jawaban responden dan data-data di atas dapat disimpulkan beberapa poin-poin penting dari hasil riset penelitian dengan judul Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan), adalah sebagai berikut:

- 1 Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara tentang suatu penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dengan jalan r penelitian (*research*). Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa H_a diterima dengan maksud Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi Tik-Tok terhadap perilaku anak remaja di Kota Medan.
- 2 Ketertarikan atau minat para remaja di Kota Medan terhadap aplikasi Tik-Tok dikarenakan fitur-fitur pada aplikasi Tik-Tok sangat bervariasi dan beragam sehingga pembuatan video dapat dilakukan dengan menarik. Kemudian, munculnya para *vlogger-vlogger* Tik-Tok yang menjadi viral dengan videonya yang kreatif dan imajinatif membuat para remaja Kota Medan ingin menjadi seperti para *vlogger* tersebut. Perkembangan dan lagu-lagu terbaru pada aplikasi Tik-Tok juga menjadi salah satu minat remaja menggunakan aplikasi Tik-Tok.

- 3 Perubahan pola perilaku yang terjadi adalah para remaja tidak dapat membedakan apakah video-video Tik-Tok yang menjadi viral dan banyak ditonton adalah video yang bermanfaat, bermoral dan bersifat edukasi. Jika video tersebut menjadi viral dan banyak diikuti, maka mereka juga akan membuat video tersebut dengan versi mereka tersendiri. Kemudian aplikasi Tik-Tok juga dapat menambah tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengekspresikan diri mereka untuk menjadi tampil berani.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan penulis, berguna sebagai masukan kepada objek dan subjek penelitian serta syarat penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut:

- 1 Agar kiranya pihak pembuat aplikasi Tik-Tok membatasi dan memfilter konten-konten video yang diunggah para *vlogger* Tik-Tok agar tidak ada video yang bersifat kurang moral dan tidak berpendidikan.
- 2 Agar kiranya para remaja dapat membedakan dan membatasi diri dalam penggunaan aplikasi Tik-Tok. Tidak terfokus pada aplikasi ini saja serta tidak meniru pembuatan video yang sarat akan kurang moral.
- 3 Agar kiranya KEMENKOMINFO dapat memperhatikan unggahan-unggahan video-video para *vlogger* dari aplikasi Tik-Tok yang kurang akan nilai moral serta mencari solusi agar para remaja tidak terpengaruh dengan hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma Dan Dikursus*, Jakarta. Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- , 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. Kencana Prenada media Group
- Effendy, Onong Uchana. 2006. *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktik*. Bandung. Penerbit Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- , 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rakhmad. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group Putra Utama
- Karjauloto, H. 2008. *Trust And New Tegnology : Marketing And Management On Internet And Mobile Media (Terjemahan)*. Cheltenham, Gloss. UK. Edward Elgar
- Kuswana, Dadang. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : CV. Pustaka Setia
- Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California. SAGE Publications.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya

Notoadmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku*, Jakarta. Rineka Cipta.

Rackmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta

-----, 2002. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung. CV. Alfabeta.

Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. London. SAGE Publications.

Sumber Lain/Internet :

<http://www.blogbiasa.com/2018/05/apa-itu-tik-tok-arti-tik-tok-cara-edit/dikutip/11-07-2018>

([//carisinyal.com/cara-menggunakan-aplikasi-tik-tok/dikutip/08-08-2018](http://carisinyal.com/cara-menggunakan-aplikasi-tik-tok/dikutip/08-08-2018))

ANGKET KUISIONER

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIK-TOK TERHADAP PERILAKU ANAK (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Medan).

Nama :

Umur :

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok :

- 1) Setiap hari Anda selalu membuka aplikasi Tik-Tok
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 2) Aplikasi Tik-Tok adalah aplikasi yang paling sering Anda gunakan di banding aplikasi lain di *smartphone*
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 3) Untuk membuat video atau foto di aplikasi Tik-Tok, Anda dapat menghabiskan waktu 15 menit bahkan lebih
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 4) Anda suka mengeksplor atau melihat video-video lain dari *vlog* Tik-Tok orang lain sebagai bahan untuk Anda membuat video yang baru
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 5) Anda sangat tertarik dengan aplikasi Tik-Tok
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 6) Anda sangat menyukai fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Tik-Tok karena dapat menyalurkan ekspresi Anda
 - a. Ya
 - b. Tidak

- 14) Anda mengunduh aplikasi Tik-Tok bukan karena pengaruh dari teman atau orang lain
- a. Ya b. Tidak
- 15) Ketika aplikasi Tik-Tok sempat ditarik izinnya oleh KEMENKOMINFO, Anda merasa tidak senang dengan hal tersebut
- a. Ya b. Tidak
- 16) Anda pernah ragu untuk menginstal aplikasi Tik-Tok kembali setelah izinnya di perbolehkan oleh KEMENKOMINFO
- a. Ya b. Tidak
- 17) Setelah sering memakai aplikasi Tik-Tok, Anda mulai rutin mengikuti video-video viral yang ada di media sosial
- a. Ya b. Tidak
- 18) Anda selalu mengikuti perkembangan para *vlog-vlog* terkenal yang menggunakan aplikasi Tik-Tok dengan gaya-gaya yang viral meskipun itu tidak baik, aman dan membahayakan.
- a. Ya b. Tidak
- 19) Dengan mengunggah aplikasi Tik-Tok, Anda menjadi pribadi baru yang lebih baik lagi
- a. Ya b. Tidak
- 20) Aplikasi Tik-Tok membantu Anda untuk meningkatkan tingkat kepercayaan diri Anda
- a. Ya b. Tidak

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fredrick Gerhad Sitorus
Umur : 29 Tahun
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 22 Maret 1989
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Kristen
Warga Negara : Indonesia
Anak ke : 2 dari 2 bersaudara
Tempat Tinggal : Jl. Tempirai Lestari 10 No. 337 Blok V Griya
Martubung Medan
Nama Orang Tua
Ayah : Sardes Sitorus
Ibu : Nurhaida Hutapea

PENDIDIKAN

1. Tamat SD Swasta Methodist-8 Medan Tahun 2001, Berijazah
2. Tamat SMP Negeri 7 Medan Tahun 2004, Berijazah
3. Tamat SMA Negeri 7 Medan Tahun 2007, Berijazah
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswa FISIP UMSU Program Studi Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Tahun 2013

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, November 2018

Yang Menyatakan

FREDRICK GERHAD SITORUS