

**DINAMIKA PERUBAHAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SISWA SMP NEGERI 2
WONOSOBO KABUPATEN TANGGAMUS**

Skripsi

Oleh

**REYNALDI YOGA PRATAMA
NPM 2013052024**



**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

DINAMIKA PERUBAHAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SISWA SMP NEGERI 2 WONOSOBO KABUPATEN TANGGAMUS

OLEH

REYNALDI YOGA PRATAMA

Masalah penelitian ini adalah perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data diambil dari 10 siswa yang masing-masing 5 orang siswa perempuan dan 5 orang siswa laki-laki yang menggunakan aplikasi TikTok dan aktif mengenai isu-isu yang tengah viral yang di jadikan komunikasi interpersonal siswa, dengan rata-rata penggunaan aplikasi tik tok 3-5 jam perhari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus. Dapat disimpulkan terdapat dampak positif dan dampak negatif yang berkaitan dengan aspek-aspek komunikasi interpersonal. Dari kelima aspek komunikasi interpersonal keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan ditemukan. Dampak positif dapat menghibur perasaan tidak *mood*, bertukar informasi dan pengetahuan *up to date*, timbul rasa kemanusiaan empati saling membantu, percaya diri, serta toleransi antar teman yang berbeda agama dan budaya. Dampak negatif perundungan pada siswa (*bulliyng*), narsisme berjoget-joget tidak melihat tempat yang pantas, mengucapkan kata istilah baru yang tidak pantas.

Kata kunci: *media sosial, tiktok , komunikasi interpersonal.*

ABSTRACT

DYNAMICS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION CHANGES IN THE USE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA STUDENTS OF STATE MIDDLE SCHOOL 2 WONOSOBO TANGGAMUS DISTRICT

BY

REYNALDI YOGA PRATAMA

The problem of this research is changes in interpersonal communication in students' use of TikTok social media. This research aims to determine the dynamics of changes in interpersonal communication in the use of social media TikTok among students at SMP Negeri 2 Wonosobo, Tanggamus Regency. This research uses a qualitative approach with phenomenological methods. Data collection techniques in this research used observation, interview and documentation techniques. Data was taken from 10 students, 5 female students and 5 male students each who used the TikTok application and were active regarding viral issues which were used as students' interpersonal communication, with an average use of the TikTok application of 3- 5 hours per day. The research results show that the dynamics of interpersonal communication change in the use of social media TikTok among students at SMP Negeri 2 Wonosobo, Tanggamus Regency. It can be concluded that there are positive and negative impacts related to aspects of interpersonal communication. From the five aspects of interpersonal communication openness, empathy, supportive attitude, positive attitude and equality were found. The positive impact can comfort feelings of not being in the mood, exchange up to date information and knowledge, create a sense of humanity, empathy for mutual help, self-confidence, and tolerance between friends of different religions and cultures. The negative impact of bullying on students (bullying), narcissism, dancing around, not looking at the appropriate place, saying inappropriate new terms.

Keywords: *social media, tik tok, interpersonal communication.*

**DINAMIKA PERUBAHAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SISWA SMP NEGERI 2
WONOSOBO KABUPATEN TANGGAMUS**

Oleh

REYNALDI YOGA PRATAMA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Program Studi Bimbingan dan Konseling
Jurusan Ilmu Pendidikan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **DINAMIKA PERUBAHAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL DALAM PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL TIKTOK SISWA SMP
NEGERI 2 WONOSOBO KABUPATEN
TANGGAMUS**

Nama Mahasiswa : **Reynaldi Yoga Pratama**

No. Pokok Mahasiswa : 2013052024

Jurusan : Ilmu Pendidikan

Program Studi : Bimbingan dan Konseling

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan



1. Komisi Pembimbing

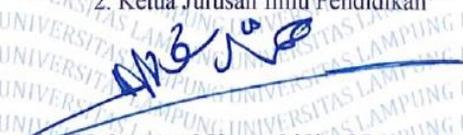
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Drs. Yusmansyah, M.Si.
NIP 196001121985031004


Dr. Eka Kurniawati, S.H., M.Pd.I.
NIP 231402730930201

2. Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan


Dr. Muhammad Nurwahidin, M.A.g., M.Si.
NIP 197412202009121002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Yusmansyah, M.Si.**

Sekretaris : **Dr. Eka Kurniawati, S.H., M.Pd.I.**

Penguji : **Moch. Johan Pratama, S. Psi., M. Psi.**

2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Prof. Dr. Sunyono, M.Si.
NIP. 196512301991111001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 31 Mei 2024

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reynaldi Yoga Pratama

NPM : 2013052024

Prodi/Jurusan : Bimbingan dan Konseling/Ilmu Pendidikan

Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebut dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Bandar Lampung, 31 Mei 2024

Penulis



Reynaldi Yoga Pratama
NPM 2013052024

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Reynaldi Yoga Pratama, lahir di Dadirejo tanggal 01 Maret 2001. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Putra dari pasangan Bapak Lestari Widodo dan Ibu Sri Mulyati.

Berikut merupakan pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis :

1. TK PGRI Banjar Negoro, lulus tahun 2007
2. SD Negeri 2 Banjar Negoro, lulus tahun 2013
3. SMP Negeri 2 Wonosobo, lulus tahun 2016
4. SMA Negeri 1 Gadingrejo, lulus tahun 2019

Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling (BK) Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Pengalaman organisasi selama masa studi penulis pernah aktif pada beberapa organisasi internal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pendidikan (HIMAJIP) serta diamanahkan sebagai anggota periode 2020/2021 dan sebagai ketua bidang Rumah Tangga dan Harmonisasi Internal (RTHI) pada periode 2021/2022. Selanjutnya tahun 2023 penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Pengenalan Lapangan Persekolahan di SD Negeri 1 Banjar Setia, kedua kegiatan tersebut dilaksanakan di Desa Banjar Setia, Kecamatan Baradatu, Kabupaten Way Kanan. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan selama 40 hari dan kegiatan Pengenalan Lapangan Persekolahan dilaksanakan selama 50 hari.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah.5)

“Nasib tidak bisa diduga, takdir tidak bisa dirubah, Tapi doa dan usaha bisa merubah segalanya, Nothing is impossible when Allah said”

(Rey)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala bentuk syukur dan pujian hanyalah terpanjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat nikmat kesehatan, kekuatan dan kelapangan dada sehingga skripsi ini dapat terselesaikan walaupun jauh dari kata sempurna.

Saya Persembahkan karya kecil ini kepada:

Bapak dan Ibu tercinta, Lestari Widodo dan Sri Mulyati dengan segala usaha dan doa yang dipanjatkan senantiasa mengiringi langkah kecil yang menjadi langkah besar bagi sang putra di kemudian hari.

Teruntuk adik tercinta, Marissya terima kasih selalu berupaya memahami, mengerti dan memberikan segenap dukungan.

Kepada keluarga besar, sahabat, rekan dan orang-orang yang pernah berjumpa di dalam siklus kehidupan yang turut memberikan support dan doa-doanya dan makna hidup dalam upaya menjadi manusia seutuhnya.

Serta kepada almamater tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Dinamika Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok Siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Lampung.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan serta kerja sama berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Ibu Diah Utaminingsih, S. Psi., M.A. Psi., selaku Ketua Program Studi S1 Bimbingan dan Konseling Universitas Lampung.
5. Bapak Drs. Yusmansyah, M.Si., selaku pembimbing utama yang telah memberikan motivasi, bimbingan serta arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Eka Kurniawati, S.H., M.Pd.I. selaku pembimbing pembantu yang telah memberikan motivasi, mental support, serta bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

7. Bapak Moch Johan Pratama, M. Psi., Psi selaku dosen pembahas yang berkenan memberikan arahan dan pengetahuan terkini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Lampung yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan dan membantu mengarahkan penulis sampai skripsi ini selesai.
9. Seluruh Guru dan Staf SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan seluruh dewan guru serta staf yang telah membantu selama penelitian berlangsung.
10. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Lestari Widodo dan Ibu Sri Mulyati. Terima kasih atas doa yang tiada henti, dukungan, pelajaran, mental support, serta terima kasih tidak pernah bosan-bosan mengingatkan anak pertamanya ini untuk makan dan istirahat dari jauh karena terpisahkan oleh jarak.
11. Adikku sayang, Marissya yang mulai beranjak remaja, terima kasih selalu menemani Bapak Ibu di rumah selama menempuh studi.
12. Seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk segala doa dan support yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
13. Nafa Nabilah, terimakasih telah menjadikan motivasi, doa dan semangat penulis dalam perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi ini.
14. Teman-temanku Abid, Bagus, Dimas, Fajar, Ilham, Kris, Rico, Satria terimakasih telah mewarnai selama perkuliahan menjadi mahasiswa Bimbingan Konseling 2020. Hingga doa bantuan dan semangat yang diberikan kepada penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
15. Seluruh teman *Circle* Barat, terimakasih telah memberikan semangat menjadi tempat penhibur diakala kehilangan motivasi. Sukses selalu untuk teman-teman semua.
16. Teman-teman kontrkan, Yoga odor, Thoriq, Gilang, Doy, Arya terimakasih telah menemani memberikan semangat, masukan dan hiburan dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga sukses selalu untuk kita semua.

17. Teman-teman mahasiswa Bimbingan dan Konseling 2020 yang tak bisa disebut satu-persatu. Terima kasih telah mewarnai segala drama kehidupan perkuliahan dan bersedia memberikan doa dan bantuan perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi ini. Penulis selalu mengharapkan dan mendoakan yang terbaik untuk kalian di masa mendatang.
18. Orang-orang yang pernah berlalu-lalang di cerita kehidupan dan penulisan skripsi ini, terima kasih telah memberikan bantuan tenaga, fikiran dan perspektif kehidupan yang bermakna. Semoga selalu bertumbuh menjadi manusia-manusia yang sejati.
19. Teruntuk diri sendiri, terima kasih sudah mau berjuang, berdoa tanpa lelah dan selalu berusaha mampu menghadapi segalanya. Selamat karena satu proses kehidupanmu telah selesai. Semoga langkah-langkah kecilmu bisa menjadikan langkah besar menuju kesuksesanmu kelak.

Akhir kata, penulis menyadari penuh bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk sempurnanya skripsi ini.

Bandar Lampung, 31 Mei 2024
Penulis



Reynaldi Yoga Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Media Sosial.....	9
2.1.1 Pengertian Media Sosial	9
2.1.2 Karakteristik Media Sosial	11
2.1.3 Fungsi Media Sosial	13
2.2 Aplikasi TikTok	14
2.2.5 Konsep TikTok.....	14
2.2.6 Fitur Platform TikTok	15
2.2.7 Sejarah TikTok	18
2.2.8 Faktor-faktor Penggunaan TikTok	19
2.2.9 Dampak Penggunaan TikTok.....	22
2.3 Komunikasi Interpersonal.....	24
2.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal	24
2.3.2 Komponen-Komponen Komunikasi Interpersonal.....	25
2.3.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal	27
2.3.4 Aspek Aspek Komunikasi Interpersonal	28
2.3.5 Fungsi Komunikasi Interpersonal	31
2.3.6 Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal	31

2.3.7	Tipe Hubungan Interpersonal	33
2.3.8	Teori Perkembangan Hubungan	34
2.4	Penelitian Yang Relevan	36
2.5	Kerangka Berpikir	37
III.	METODE PENELITIAN	39
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian	39
3.3	Subjek Penelitian	41
3.4	Definisi Operasional Peneliti	41
3.5	Sumber Data	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data	43
3.7	Teknik Analisis Data	45
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
4.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian	47
4.3	Tahap Analisis Data	48
4.4	Hasil Penelitian	50
4.4.1	Keterbukaan	50
4.4.2	Empati	57
4.4.3	Sikap Mendukung	60
4.4.4	Sikap Positif	63
4.4.5	Kesetaraan	66
4.5	Pembahasan	69
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	82
	LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kesiediaan membuka diri untuk mengungkapkan informasi	51
2. Kesiediaan membuka diri untuk mengungkapkan informasi	52
3. Kesadaran untuk berinteraksi secara jujur dan menanggapi pesan orang lain..	54
4. Bertanggung jawab atas perasaan dan pikiran yang diucapkan	55
5. Mencoba memahami cara berpikir orang lain.....	58
6. Merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya	59
7. Spontan menyetujui pernyataan seseorang	61
8. Terus terang dan terbuka dalam mengeluarkan pikirannya	62
9. Memberikan sikap positif pada diri sendiri yang dapat dirasakan orang lain...	64
10. Dorangan verbal dan nonverbal	65
11. Mengakui antara satu sama lain dalam sebuah hubungan teman.....	66
12. Mengakui antara satu sama lain dalam sebuah hubungan	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 . Kerangka Berpikir.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Penelitian	87
2. Surat Balasan.....	88
3. Lembar Persetujuan (<i>Informed Consent</i>)	89
4. Pedoman Wawancara	99
5. Tampilan Atlasi.ti.....	102
6. <i>Word Wide</i> Hasil Wawancara Aspek Komunikasi Interpersonal	104
7. Tampilan <i>Coding</i> Aspek Keterbukaan	105
8. Tampilan <i>Coding</i> Aspek Empati.....	106
9. Tampilan <i>Coding</i> Aspek Sikap Mendukung	107
10. Tampilan <i>Coding</i> Aspek Sikap Positif.....	108
11. Tampilan <i>Coding</i> Aspek Kesetaraan.....	109

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi merupakan sebuah pertukaran pandangan dunia, produk pemikiran dan aspek-aspek kebudayaan yang dipersatukan secara Internasional. Menurut Setiadi era globalisasi disebut juga sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal. Bahaya besar ditengah kemajuan era globalisasi tentunya memiliki banyak sekali dampak *positive* dan *negative* (Setiadi, 2011). Dampak globalisasi seperti kemajuan teknologi yang semakin canggih, segala sesuatu yang dibutuhkan dengan mudah didapat. Dapat kita lihat era globalisasi telah membawa perubahan teknologi yang sangat pesat. Contohnya *smartphone*, media sosial yang dengan mudah didapat, bahkan setiap bulan selalu mengalami perubahan dengan versi-versi terbaru.

Inovasi-inovasi teknologi terbaru menyebabkan munculnya berbagai platform media sosial yang beragam, dengan kegunaan dan fungsi berbeda-beda. Beraneka ragamnya fitur-fitur di dalam media sosial membuat semua kalangan masyarakat ingin mencoba menggunakan media sosial. Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan pertukaran *user-generated content* (Andreas et al, 2010). Kehadiran media sosial mempermudah masyarakat dalam berinteraksi, mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan hidup.

Bentuk dari media sosial sangat beragam seperti jejaring sosial (*Facebook*), mikro blog (*Twitter*), blog, wiki (*Wikipedia*), podcast, forum (*Youtube*), gambar, berita (*Instagram*) dan video, musik pendek (*TikTok*). Media sosial kini tidak hanya

dijadikan tempat berkomunikasi dan berinteraksi dengan cara mudah dan cepat untuk masyarakat. Media sosial juga sebagai alat ekspresi diri (*self expression*) dan pencitraan diri (*self branding*) (Andreas et al, 2010). Kemajuan teknologi menjadikan semua orang bebas memilih untuk melakukan interaksi sosial, dengan pengguna media sosial itu sendiri seperti mengirim pesan berita berupa foto maupun video. Media sosial juga menjadi wadah yang mampu menciptakan komunikasi dan berbagai informasi terbaru kepada semua kalangan masyarakat.

Aplikasi TikTok merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh anak remaja atau peserta didik. Susilowati mengungkapkan bahwa salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh siswa saat ini adalah TikTok, media online ini merupakan media publik yang bisa dinikmati dengan dilihat atau di dengar. Media sosial TikTok juga dikenal sebagai media yang berupa audio visual. Remaja atau siswa sekolah senang menggunakan media sosial TikTok, karena bagi mereka dapat mengisi waktu luang dan rasa bosan dengan membuat video pendek, lagu atau suara yang sedang trend, dengan menambahkan filter dan efek khusus (Susilowati, 2018).

Michael berpendapat bahwa TikTok merupakan media sosial yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan dengan mudah untuk membuat video pendek, yang dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Media sosial TikTok merupakan sebuah aplikasi yang hadir pada tahun 2017, media sosial ini merupakan platform buatan Tiongkok, China yang memiliki berbagai fitur dan efek menarik di dalamnya. Pada aplikasi ini banyak menyajikan fitur-fitur seperti video, lagu, stiker dan efek sehingga para pengguna bisa menyalurkan hobi dan kreativitas masing masing melalui media sosial TikTok (Michael, 2019).

Media sosial TikTok sangat berguna untuk mendorong remaja dalam mengekspresikan kreativitas, seperti mengedit video, promosi sebuah produk dan menyalurkan bakat. Media sosial TikTok banyak digunakan oleh berbagai macam kalangan seperti anak-anak, remaja, orang dewasa dan orang tua.

Di kuartal pertama 2018, TikTok akhirnya dinobatkan menjadi aplikasi terfavorit dan terbanyak didownload dengan angka 45,8 juta kali. Jumlah itu tercatat berhasil mengalahkan media sosial lainnya seperti: *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Messenger*, dan *Instagram* (Rahmawati, 2019). Sebenarnya TikTok sempat mengalami penurunan di bulan Juni 2018 karena mengalami banyak kecaman. Media sosial TikTok dinilai menjadi dampak buruk bagi penggunanya, terutama anak-anak. Mudah-mudahan akses menuju TikTok ini membuat *boomerang* juga bagi mereka dan media sosial ini memutuskan untuk menghilang tanpa jejak sekitar 2 tahun.

Selama 2 tahun itu juga TikTok mengalami penurunan penggunanya secara signifikan, tetapi di awal tahun 2020 TikTok kembali naik ke permukaan dikarenakan trend-trend dan video menarik yang bermunculan juga ditambah dengan terjadinya pandemi *covid-19* yang mengakibatkan orang-orang di berbagai negara terisolasi di rumah karena pandemik. Membuat mereka cenderung pindah ke media sosial dan memilih menggunakan TikTok setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Intensitas menonton TikTok itupun tidak sebentar, Biasanya pengguna TikTok bisa menghabiskan sekitar 1,5 jam per hari, tepatnya 95 menit per hari di kuartal 2022.

Oleh sebab itu media sosial TikTok menjadi rata-rata penggunaan harian paling lama secara global. Diikuti dengan media sosial lainnya seperti Youtube dengan rata-rata 74 menit penggunaannya dalam sehari, lalu diposisi ketiga ada Instagram dengan rata-rata 51 menit per harinya (Dihni, 2022). Itulah yang membuat orang-orang kini cenderung mengambil topik pembicaraannya berasal dari isi konten dari media sosial TikTok karena mereka menghabiskan waktu yang banyak dalam penggunaan aplikasi tersebut. Biasanya topik pembicaraan yang diambil bisa berupa trend-trend yang sedang terjadi di TikTok, ataupun informasi yang sedang hangat terjadi di lingkungan kita namun sudah tersebar terlebih dahulu dan meledak di media sosial TikTok.

Media sosial TikTok dalam penggunaannya terdapat konten-konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya. Oleh karena itu tidak menutup kemungkinan menimbulkan dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa.

Berdasarkan data observasi awal yang diperoleh peneliti pada tanggal 25 Juli 2023 pada salah satu siswa sekolah menengah pertama negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus, terdapat temuan bahwa sebagian besar pelajar yang menggunakan TikTok mengucapkan kata-kata kasar atau istilah yang kurang baik di dengar, seperti menyebutkan nama binatang pada teman sebaya maupun dengan orang yang lebih dewasa. Selain itu banyak remaja yang mengikuti trend video yang sedang viral dan menjadikan perancangan atau obrolan yang memiliki unsur positif dan negatif. Selain itu juga remaja kerap berpakaian *sexy* berjoget mengikuti trend viral media sosial TikTok yang tidak pantas untuk ditiru untuk anak usia sekolah. Terdapat juga anak yang kurang sopan kepada orang yang lebih dewasa seperti dengan memanggil nama asli tanpa menggunakan sapaan yang sopan, menirukan kata-kata istilah yang sedang trend di TikTok yang di dengar kurang pantas jika diucapkan oleh anak sekolah.

Didukung dengan fenomena banyak konten viral yang menjadi perbincangan oleh setiap siswa seperti perkembangan berita trend viral di TikTok yang membuat topik baru dalam obrolan siswa tersebut. Contohnya fenomena trend viral kata “pinjam dulu seratus” kalimat tersebut sangat viral khususnya di media sosial TikTok, dengan banyak versi komedi dan meme. Istilah tersebut juga ramai diucapkan oleh pembalap MotoGP Mandalika 2023, yakni Maverick Vinales, Bagnaia, dan Quartararo. Bahkan, Maverick secara khusus menuliskan kata-kata tersebut di akun Instagram miliknya, @maverick12official.

Dikutip dari CNN Indonesia Dalam konsernya di Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK) pada Rabu (15/11/2023), Chris Martin Coldplay menyampaikan pantun pinjam dulu seratus yang berbunyi sebagai berikut: "Hari Selasa ujian fisika. Giat belajar biar lulus. Apa kabar Kota Jakarta? Boleh dong Pinjam Seratus". Ketika seseorang individu ini membawakan sebuah topik pembicaraan

berupa konten TikTok yang sudah ia lihat, tidak sedikit reaksi dari individu lain yang setuju dan kesal, juga tidak terbuka atas sumber dari informasi tersebut. Seperti yang terjadi pada kalangan remaja, banyak remaja yang menggunakan informasi dari media sosial TikTok untuk melakukan sebuah obrolan atau sarana komunikasi saat bertemu kelompok teman. Terkadang seorang individu itu juga memberikan reaksi yang tidak positif ketika diajak berkomunikasi interpersonal, terlebih ketika topik yang dibahas itu diambil dari konten TikTok. Masalah ini terjadi tidak hanya terjadi pada remaja saja.

Dengan demikian hal tersebut akan memberikan dampak pada cara komunikasi interpersonal siswa. Karena pengguna terbanyak dari TikTok itu di lingkungan peneliti adalah remaja atau siswa sekolah, untuk itu peneliti memiliki tujuan agar mengetahui adakah dinamika perubahan dalam komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus. Hal ini membuka peluang untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial TikTok terhadap komunikasi interpersonal di lingkungan siswa. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dinamika Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok Siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi terdapat permasalahan meliputi:

- a. Terdapat siswa yang bersikap narsis dengan menirukan apa yang dilihat di TikTok
- b. Terdapat siswa pengguna media sosial TikTok yang mengikuti aktivitas berjoget trend di media sosial TikTok.
- c. Banyak siswa yang mengucapkan kata kasar tidak sopan yang sedang viral di media sosial TikTok.
- d. Terdapat siswa yang mengucapkan kata-kata kasar di TikTok untuk membully temannya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan Dinamika Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok Siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait diantaranya sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan pengembangan terbaru bagi ilmu bimbingan dan konseling, mengenai dampak yang ditimbulkan dari dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan pengembangan terbaru bagi ilmu bimbingan dan konseling, mengenai dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi Institusi pendidikan. Dengan adanya penelitian ini memberikan pemahaman yang baru dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan perkembangan bagi peningkatan pemahaman pendidikan di Indonesia.
- b. Bagi Sekolah. Memberikan wawasan dan pemahaman tentang dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa sekolah. Informasi ini dapat membantu sekolah dalam mencegah dampak negatif yang ditimbulkan dari siswa. Kemudian dapat memberikan pengembangan program atau kebijakan yang dapat mencegah dampak negatif yang ditimbulkan.

- c. Bagi Guru BK. Dengan adanya penelitian ini memberikan tambahan informasi mengenai dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Selain itu guru BK dapat mencegah dan melakukan lebih banyak layanan yang diberikan untuk menghindari dampak-dampak negatif yang ditimbulkan.
- d. Bagi Siswa. Dengan adanya penelitian ini memberikan wawasan kepada peserta didik untuk lebih selektif dalam kecanggihan internet termasuk semakin banyak nya platform media sosial, siswa harus pandai memilah apa yang digunakan.
- e. Bagi Peneliti Selanjutnya. Dengan adanya hasil dari sebuah penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan berpikir untuk pengembangan penelitian sejenis secara mendalam. Selain itu juga diharapkan dapat memberi inspirasi, referensi dan memberikan kemajuan ilmu pengetahuan peneliti selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Secara etimologi media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa media adalah alat komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi. Media didefinisikan sebagai alat (sarana) yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi terkait dari masa ke masa. Sedangkan sosial sendiri merupakan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat atau sifat-sifat kemasyarakatan yang memperhatikan kepentingan umum. Media sosial sendiri menurut KBBI merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Mulawarman, 2017).

Media sosial (*Social Networking*) adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa

dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, platform dan dunia virtual. Semua itu merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Eririka Dwi Setya Watie, 2011).

Secara terminologi, Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Wilga, 2019). Dapat disimpulkan berdasarkan pendapat tersebut bahwa, media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Membuat orang menjadi mudah bersosialisasi atau berinteraksi secara online dan tanpa harus bertatap muka secara langsung merupakan sebuah kecanggihan media sosial. Media sosial memiliki berbagai macam jenis dan kegunaan dari *Whatsapp, Facebook, Instagram, Game, LINE, Twitter, MiChat, Likee, SnapChat, CocoFun dan Tik Tok*, maupun media sosial lainnya.

Definisi media sosial dijelaskan menurut pendapat para ahli adalah sebagai berikut (Rulli, 2017) :

- a. Menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
- b. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- c. Body menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media sosial.

- d. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- e. Meike dan Young, mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari beberapa pengertian media sosial di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan jejaring yang sangat luas, pengguna media sosial memungkinkan untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, berkolaborasi dan mengekspresikan dirinya secara cepat tanpa ada batasan ataupun bertemu secara langsung. Luasnya informasi yang diberikan media sosial menjadikan peluang baik dan juga menjadikan bahaya besar di kalangan masyarakat.

2.1.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Adapun ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial yakni sebagai berikut (Nasrullah, 2016) .

- a. Jaringan, kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.
- b. Informasi, informasi menjadi entitas yang penting di media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di Internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi oleh setiap individu.

- c. Arsip, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di media sosial tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.
- d. Interaksi, karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut *digital technologies have become integral parts of our everyday lives*.
- e. Konten oleh pengguna (*user generated content*), konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
- f. Berbagi, medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat.
- g. Partisipasi, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan *audience*.
- h. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagai, dan komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan *password* terhadap isi cenderung dianggap aneh).
- i. Keterhubungan, mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antar pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya.

2.1.3 Fungsi Media Sosial

Menghubungkan informasi dan komunikasi melalui internet secara cepat merupakan sebuah fungsi dari media sosial. Media sosial juga dapat membantu kita dalam melakukan pekerjaan ataupun kegiatan sehari-hari. Berikut ini merupakan fungsi media sosial menurut (Ibeng Patra, 2023) diantaranya sebagai berikut:

- a. Mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* ke dalam suatu praktik komunikasi dialogis antara banyak pemirsa/*audiens (many to many)*.
- b. Membangun personal branding dengan melalui sosial media ialah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena *audiens* yang akan menentukan. Berbagai sosial media tersebut menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi serta juga bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- c. Untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet serta teknologi web.
- d. Memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi sebagai interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial tersebut menawarkan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial juga berbagai para penjual dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka serta juga melakukan suatu interaksi itu dengan secara personal dan juga dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.
- e. Mendukung demokratisasi pengetahuan serta juga informasi.
- f. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Media sosial memiliki banyak fungsi, tidak hanya diperlukan di dunia pekerjaan saja media sosial juga sangat diperlukan di dunia pendidikan. Dengan menggunakan media sosial siswa dapat mendapatkan informasi tentang apa yang dibutuhkan dalam pembelajaran. Seperti yang saat ini gencar di media sosial potongan video belajar singkat dan mampu merangkum semua yang dibutuhkan dalam pembelajaran.

2.2 Aplikasi TikTok

2.2.5 Konsep TikTok

Aplikasi TikTok adalah aplikasi sosial media online berbasis video 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 dilihat oleh teman sesama pengguna lainnya (Michael, 2019). Aplikasi TikTok memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan umur seperti orang dewasa, remaja dan anak-anak. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016 (Aji Wisnu Nugroho, 2018).

Selain membuat video pendek, pengguna aplikasi TikTok biasanya melihat sebuah video pendek yang sedang trend dan viral untuk mendapatkan informasi, hiburan dan menghilangkan rasa bosan. Aplikasi TikTok dapat dikatakan bisa menjawab semua kebutuhan dari penggunanya, didalam sebuah aplikasi TikTok terdapat berbagai fitur-fitur yang memiliki kegunaan dan keunikan tersendiri yang dapat menarik penggunanya untuk menggunakan aplikasi TikTok. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Di dalam aplikasi TikTok banyak berbagai konten video yang tersedia dan dengan mudah untuk dibuat. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, bernyanyi, belajar dan banyak lagi kreativitas didalamnya, pengguna TikTok juga dapat mempromosikan sebuah produk atau usaha yang dia miliki ke dalam aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok adalah salah

satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur dan menghilangkan rasa bosan. Dalam aplikasi ini pengguna dapat menikmati fitur-fitur yang beragam, berbagai kreativitas serta hiburan yang disajikan oleh media sosial TikTok untuk penggunanya.

Aplikasi TikTok juga dapat dimanfaatkan oleh pengguna sebagai media *personal branding*, hal tersebut dapat membuat pengguna aplikasi TikTok populer dikenal banyak orang. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, terdapat video yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga yang terkenal karena video nya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai dengan keinginan pemilik TikTok dan kreativitas yang dimiliki pengguna media sosial TikTok.

2.2.6 Fitur Platform TikTok

Media sosial TikTok merupakan platform video, foto, dan *live* pengguna aplikasi TikTok biasanya melihat sebuah video pendek yang sedang trend dan viral untuk mendapatkan informasi, hiburan dan menghilangkan rasa bosan. Aplikasi TikTok dapat dikatakan bisa menjawab semua kebutuhan dari penggunanya, didalam sebuah aplikasi TikTok terdapat berbagai fitur-fitur yang memiliki kegunaan dan keunikan tersendiri yang dapat menarik pangguna untuk menggunakan aplikasi TikTok. Penggunaan aplikasi TikTok sangat beragam fitur di dalamnya diantaranya sebagai berikut.

- a. Beranda. "Untuk Anda" di TikTok adalah umpan video yang direkomendasikan kepada pengguna berdasarkan aktivitas mereka di aplikasi. Konten dikurasi oleh kecerdasan buatan TikTok berdasarkan konten yang disukai, interaksi, atau pencarian pengguna. Hal ini berbeda dengan algoritme jejaring sosial lain yang mendasarkan konten tersebut dari hubungan pengguna dengan pengguna lain dan apa yang mereka sukai atau berinteraksi. "Mengikuti dan Teman" merupakan fitur TikTok yang terdapat pada beranda yang dimana merupakan umpan vidio dan *live* yang

di tampilkan untuk pengguna TikTok khusus untuk pengguna akun yang sudah di ikuti atau teman yang berteman di media sosial TikTok.

- b. TikTok *Shop*. Fitur TikTok *shop* merupakan fitur perdagangan sosial yang memungkinkan pengguna dan pencipta untuk mengiklankan dan menjual produk mereka melalui TikTok. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis dan mulai tersedia di akun pengguna pada media pertengahan tahun 2021.
- c. Kontak Masuk. Didalam fitur kontak masuk terdapat banyak fungsi dalam penggunaan media sosial TikTok diantaranya. Pesan Langsung fitur pesan langsung adalah alat komunikasi pribadi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain di platform ini. Pengguna akun juga dapat melihat aktivitas pengguna di media sosial TikTok seperti like, komen, mengikuti dan pengikut.
- d. Profil. Fitur profil merupakan fitur yang menunjukkan identitas pengguna TikTok yang di dalam fitur profil terdapat foto profil pengguna akun TikTok tersebut. Didalam fitur profil juga kita bisa melihat berapa banyak orang yang mengikuti akun kita, berapa banyak akun yang kita ikuti dan kita juga bisa melihat berapa banyak konten yang di sukai oleh pengguna TikTok lainnya.
- e. Tombol Like. Fitur *like* merupakan salah satu cara merespon ketika pengguna TikTok mengunggah sebuah vidio. Respon yang diberikan bisa berupa mengelike tombol *love* putih hingga berubah warna menjadi warna merah muda.
- f. Tombol Komen. Fitur komen merupakan respon pesan tidak langsung yang diberikan kepada pengguna TikTok yang mengunggah vidio. Biasanya respon komen di berikan untuk mengomentari sebuah vidio yang menarik perhatian, hal baru yang belum di ketahui dan rasaingin tahu tentang vidio tersebut.
- g. Tombol Bagikan. Fitur bagikan merupakan salah satu fitur respon cepat untuk membagikan sebuah vidio kepada sesama teman pengguna TikTok. Alasan membagikan sebuah vidio atau *live* biasanya karena menarik bagus

atau hanya untuk saling mengobrol dengan sesama pengguna akun TikTiok.

- h. Tombol Simpan. Fitur simpan merupakan sebuah fitur menyimpan vidio agar tidak terlewatkan atau lupa. Pengguna TikTok sengaja menyimpan vidio biasanya untuk melihat kembali vidio ketika suatuaasi membutuhkan. Biasanya pengguna TikTok menyimpan vidio yang bermanfaat baginya seperti tutorial belajar ataupun destinasi wisata liburan dan rekomendasi makanan.
- i. Fitur "*react*". Pada aplikasi ini memungkinkan pengguna merekam reaksi mereka terhadap video tertentu, yang kemudian ditempatkan di jendela kecil yang dapat digerakkan di sekeliling layar. Fitur "*duet*" memungkinkan pengguna untuk merekam video di samping video lainnya.
- j. Video. Video yang tersedia di halaman platform tik tok merupakan video yang dibuat oleh kreator TikTok yang di sajikan di halaman untuk dinikmati oleh para pengguna TikTok. Selain itu yang belum ingin diposting oleh pengguna dapat disimpan dalam "*draft*" mereka. Pengguna diizinkan untuk melihat "*draft*" mereka dan memposting ketika mereka merasa cocok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengatur akun mereka sebagai "*privat*". Saat pertama kali mengunduh aplikasi, akun pengguna bersifat publik secara *default*. Pengguna dapat mengubahnya menjadi privat di pengaturan mereka. Konten pribadi tetap dapat dilihat oleh TikTok tetapi tidak dapat dilihat oleh pengguna TikTok yang tidak diizinkan oleh pemilik akun untuk melihat konten mereka.
- k. Fitur *live*. Pengguna juga dapat mengirim video, emoji, dan pesan kepada teman mereka dengan pesan langsung. TikTok juga menyertakan fitur untuk membuat video berdasarkan komentar pengguna. Para influencer sering menggunakan fitur "*live*". Fitur ini hanya tersedia bagi mereka yang memiliki setidaknya 1.000 pengikut dan berusia di atas 16 tahun. Jika di atas 18 tahun, pengikut pengguna bisa mengirimkan "*hadiah*" virtual yang nantinya bisa ditukarkan dengan uang

- l. Fitur Draft. Draft merupakan fitur TikTok yang dimana ketika pengguna TikTok membuat video namun belum ingin mengupload. Pengguna TikTok dapat menyimpannya di fitur draft dan bisa di unggah sewaktu-waktu pengguna inginkan.
- m. TikTok mengumumkan "*family safety mode*" pada bulan Februari 2020 agar orang tua dapat mengontrol kehadiran anak-anak mereka di aplikasi. Ada opsi manajemen waktu layar, mode terbatas, dan opsi untuk membatasi pesan langsung. Aplikasi ini memperluas fitur kontrol orang tua yang disebut "Pelibatan Keluarga" (*Family Pairing*) pada bulan September 2020 untuk menyediakan sumber daya pendidikan bagi orang tua dan wali untuk memahami apa yang terpapar pada anak-anak di TikTok. Konten untuk fitur ini dibuat dalam kemitraan dengan organisasi nirlaba keamanan online.
- n. Fitur Tip. Pada Oktober 2021, TikTok meluncurkan fitur uji coba yang memungkinkan pengguna memberikan tip secara langsung kepada kreator tertentu. Akun pengguna yang sudah cukup umur, memiliki setidaknya 100.000 pengikut, dan menyetujui persyaratan dapat mengaktifkan tombol "Tip" di profil mereka, yang memungkinkan pengikut untuk memberikan tip dalam jumlah berapa pun, mulai dari \$1.

2.2.7 Sejarah TikTok

Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal negeri Tiongkok yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi tersebut memberi akses kepada para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Sepanjang tahun 2018 sampai 2019, Tik Tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Dengan jumlah yang sebesar itu, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti Instagram dan Whatsapp (Fatimah Kartini Bohang, 2018).

Dilansir dalam laman (tekno.kompas.com) ada sekitar 10 juta lebih pemakai aktif aplikasi TikTok di Indonesia. Mayoritas dari pengguna aplikasi TikTok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi TikTok pernah di blokir pada 3 Juli 2018, akses TikTok diblokir oleh pemerintah Indonesia. Kemeninfo telah melakukan pemantauan, dan mendapati laporan dan keluhan terhadap aplikasi video ini. Terhitung lebih sampai 3 Juli 2018, laporan yang masuk mencapai lebih dari 2000 laporan dan keluhan. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru maka pada Agustus 2018 aplikasi TikTok ini dapat kembali di unduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.

Pada saat awal masuknya aplikasi TikTok di Indonesia banyak sekali remaja-remaja atau anak-anak milenial yang membuat video dengan bergoyang-goyang dengan musik DJ atau dangdut terkini mengikuti sang idola. Pada saat itu juga banyak anak-anak yang terkenal karena pembuatan videonya seperti Bowo. Nama Bowo merupakan salah satu pencetus boomingnya aplikasi TikTok di Indonesia di kalangan masyarakat. Namun sekarang aplikasi TikTok, mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju aplikasi TikTok banyak mengembangkan fitur-fitur terbaru untuk tetap menjaga eksistensinya di antara media sosial lainnya.

2.2.8 Faktor-faktor Penggunaan TikTok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan, kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, berlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek (Demy, 2017).

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi, perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi TikTok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut W. Wundt dalam Ahmadi perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai perasaan senang ataupun tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Jadi menurut W. Wundt penggunaan aplikasi TikTok ini tidak hanya bisa dilihat melalui perasaannya saja melainkan dilihat dari tingkah lakunya juga.

Dalam penggunaan aplikasi TikTok ini cara setiap orang membuatnya berbeda, dengan berbagai situasi perasaan mereka juga yang berbeda-beda. Jika perasaan sedang senang tingkah nya dalam pembuatan aplikasi TikTok juga sesuai dengan perasaannya, begitupun sebaliknya. Karena tingkah laku pada saat mereka menggunakan aplikasi TikTok ini membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya.

Menurut Gerungan mengatakan prasangka merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan ras atau kebudayaan yang berbeda dengan golongan orang yang berprasangka itu. Jadi menurut Gerungan prasangka juga berpengaruh dalam penggunaan aplikasi TikTok. Karena jika seseorang memiliki prasangka baik ketika menggunakan aplikasi TikTok tersebut maka tidak ada sisi negatif dalam penggunaan aplikasi TikTok ini. Tapi begitupun sebaliknya jika prasangka seseorang sudah tidak baik terhadap penggunaan aplikasi TikTok maka seseorang tersebut juga tidak akan ingin menggunakan aplikasi TikTok tersebut.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tik Tok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreativitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi TikTok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang TikTok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi TikTok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

2.2.9 Dampak Penggunaan TikTok

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang timbul dari suatu orang (orang beda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi (KBBI, 2010).

Menurut (Sukmawati, 2021) dampak penggunaan aplikasi TikTok terdapat dua dampak yaitu dampak positif dan dampak negatif diantaranya yaitu:

a. Dampak Positif

- 1) Menjadi bahan pembelajaran karena banyak konten edukasi yang bisa didapatkan, mulai dari tutorial dan informasi penting yang tentunya bisa kita tonton dengan sangat menarik dan tidak membosankan.
- 2) Menjadi media olahraga karena di dalam TikTok kebanyakan kontennya adalah menari dengan iringan lagu jadi dengan ikut membuat konten pengguna bisa banyak bergerak dan merasa bahagia karena bisa menghilangkan stres.
- 3) TikTok menjadi wadah bagi kreator yang awalnya bingung untuk menunjukkan hasil karyanya, terbukti sekarang banyak kreator yang menunjukkan kemampuannya dalam membuat video yang inovatif dan menarik serta menimbulkan semangat berkompetisi atau berlomba-lomba menampilkan karya terbaik didepan umum.
- 4) Menambah teman, popularitas dan penghasilan, jika kita bisa menarik perhatian pengguna lainnya kita akan mendapatkan banyak *follower* sehingga bertambahnya relasi yang akan membuat kita mendapat tawaran untuk mempromosikan suatu produk (*endorsement*).

Dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial TikTok diantaranya sebagai berikut (Sihotang, 2021).

b. Dampak Negatif

- 1) *Syndrome*, dimana seseorang tidak dapat mengontrol tubuhnya ketika mendengar lagu-lagu yang sedang viral di TikTok Bahkan bisa bergerak sendiri" seperti menari di alam halusinasi tanpa musik.
- 2) *Narsisme*, merupakan perasaan cinta terhadap diri sendiri berlebihan. Orang *narsisme* merasa dirinya lebih unggul daripada orang lain dan kurang bisa menghargai perasaan orang lain.
- 3) Pelecehan seksual, pelecehan seksual ini sudah banyak tersebar di aplikasi TikTok seperti dengan orang-orang memakai baju yang tidak pantas, melakukan gerakan-gerakan yang tidak pantas, menceritakan aibnya sendiri, sound musik yang meresahkan. Disini terjadi pelecehan pada mata, pikiran, sera tubuh mereka yang berlomba-lomba demi viral yang masuk ke beranda pengguna aplikasi TikTok melakukan gerakan yang tidak pantas.
- 4) Tutorial dalam belajar, di dalam aplikasi TikTok banyak video yang mengajarkan para peserta didik untuk bermalas-malasan seperti contoh tidak perlu lagi mengerjakan tugas di kertas folio ternyata dari aplikasi telegram bisa mengerjakan secara otomatis.
- 5) Kurangnya pergaulan terhadap orang sekitar karena menjadi ketagihan dalam menggunakan *gadget* sampai lupa waktu.
- 6) Komunikasi buruk, semakin anak kecanduan media sosial ia hanya akan mementingkan diri sendiri. Anak cenderung kurang untuk berinteraksi dengan orang lain. Hal ini karena anak-anak tersebut tidak pernah berhubungan dengan masyarakat sekitar. Pengetahuan dan seluk beluk berkomunikasi di kehidupan nyata seperti bahasa tubuh dan nada suara menjadi kurang.
- 7) Menjadi sebuah media *bullying* dan sarkasme. Banyak konten di TikTok menyajikan orang-orang yang saling berbalas kata sarkasme untuk menunjukkan rasa tidak suka kepada orang lain. Hal ini dapat menyebabkan penggunaan kata yang tidak baik dan timbulnya *bullying* di masyarakat.
- 8) Meningkatkan rasa malas ketika sudah membuka aplikasi TikTok.

2.3 Komunikasi Interpersonal

2.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Secara terminologi, komunikasi interpersonal dapat kita pahami sebagai suatu komunikasi antar individu satu dengan yang lainnya yang mana individu-individu tersebut secara fisik melakukan proses interaksi dan saling memberikan *feedback* secara bergantian. Komunikasi interpersonal ini dapat membentuk hubungan dengan orang lain melalui interaksi, percakapan atau pemeriksaan dan wawancara (Arni Muhammad, 2005). Komunikasi interpersonal ini mempunyai dua arah yang berarti melibatkan dua orang atau lebih dalam interaksi, agar terjadinya timbal balik arus komunikasi, dan mempunyai suatu keterbatasan dalam melakukan sasaran dan kalangan yang dikenalnya. Sering dikatakan bahwa hubungan antara atasan dan bawahan adalah jantung pengelolaan yang efektif dalam suatu organisasi. Dengan adanya hubungan komunikasi yang efektif dan akan mendapatkan keberhasilan tujuan organisasi, maka antara bawahan dan atasan harus adanya kepercayaan dan keterbukaan antara bawahan dan atasan

Komunikasi interpersonal atau disebut komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, bisa bertukar opini, saran atau membicarakan suatu topik yang jelas dan lugas menurut (DeVito, 2007) komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang telah menjalin hubungan, orang yang dengan satu cara “terhubung”. Komunikasi ini juga terjadi di antara kelompok kecil orang, dibedakan dari publik atau komunikasi massa, komunikasi sifat pribadi, dibedakan dari komunikasi yang bersifat umum, komunikasi di antara orang-orang terhubung atau mereka yang terlibat dalam hubungan yang erat (DeVito, 2007). Dengan demikian komunikasi interpersonal akan mencakup komunikasi antara anak dengan ayahnya, majikan dengan karyawan, kakak-beradik, interaksi ini yang terlintas dalam pikiran ketika kita berpikir tentang percakapan.

Pendapat lain (Suranto, 2010) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian sekaligus penerimaan pesan dari pengirim kepada penerima pesan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Secara langsung (primer) dapat terjadi apabila pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media atau perantara apapun.

Orientasi dari komunikasi interpersonal adalah mengarah pada perilaku sehingga lebih ditekankan pada proses penyampaian informasi dari satu individu ke individu yang lain. Dari hal ini, komunikasi interpersonal lebih efektif dan efisien jika dilakukan dengan keterbukaan, *empathy*, dukungan, kepositifan, serta kesamaan (Nasrul Syakur, 2011). Dalam lingkup pendidikan, adanya komunikasi interpersonal ini dapat disimpulkan untuk lebih dekat mengenal pribadi orang lain seperti pendidik, tenaga kependidikan, bahkan murid. Jika seorang guru memiliki kemampuan berkomunikasi interpersonal yang baik, maka ia dapat membuka wawasan diri untuk memahami orang lain sehingga dalam berinteraksi bisa menimbulkan reaksi positif.

2.3.2 Komponen-Komponen Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal secara umum adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, masing-masing orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut saling mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. Bentuk khusus komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik. DeVito berpendapat bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang telah memiliki hubungan yang jelas, yang terhubung dengan beberapa cara. Jadi komunikasi interpersonal misalnya komunikasi yang terjadi antara ibu dengan anak, dokter dengan pasien. Oleh sebab itu komponen-komponen komunikasi interpersonal dibutuhkan dalam proses berjalannya sebuah komunikasi antarpribadi.

Komponen-komponen komunikasi interpersonal menurut (DeVito, 2007) sebagai berikut:

- a. Sumber Penerima. Komunikasi interpersonal paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi interpersonal memfokuskan dan mengirimkan serta mengirimkan pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. Istilah pengirim-pengirim ini digunakan untuk menekankan bahwa, fungsi pengirim dan penerima ini dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi, contoh komunikasi antara orang tua dan anak.
- b. *Encoding-Decoding*. *Encoding* adalah tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan-pesan yang akan disampaikan dikode atau diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan-pesan yang diterima, disebut juga sebagai *Decoding*. Dalam komunikasi antarpribadi, karena pengirim juga bertindak sekaligus sebagai penerima, maka fungsi *encoding-decoding* dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi interpersonal.
- c. Pesan. Pesan adalah sinyal yang disajikan sebagai stimulus untuk penerima, mungkin bisa didengar, dilihat, disentuh, dirasakan atau dikombinasikan sedemikian rupa. Dalam komunikasi interpersonal, pesan-pesan ini bisa terbentuk verbal (seperti kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal.
- d. Media. Media adalah sarana di mana pesan dapat terhubung sebagai jembatan yang menghubungkan sumber dan penerima. Contoh dalam komunikasi interpersonal kita berbicara dan mendengarkan (saluran indera pendengar dengan suara). Isyarat visual atau sesuatu yang tanpa (seperti gerak tubuh, ekspresi wajah dan lain sebagainya). Media lainnya adalah kontak tatap muka, telepon, Gmail, surat, grup chat, pesan instan, postingan berita, film, televisi, dan radio.

- e. Gangguan. Gangguan adalah sesuatu yang mengubah pesan, sesuatu yang mencegah penerima menerima pesan. Gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.
- f. Konteks. Konteks adalah secara fisik, psikologis, sosial, dan lingkungan sementara dimana komunikasi terjadi.
- g. Etika. Etika dalam komunikasi interpersonal merupakan sebuah moralitas dari tingkah laku pesan.
- h. Kompetensi. Dalam komunikasi interpersonal, artinya pengetahuan tentang komunikasi dan kemampuan untuk melibatkan dalam komunikasi secara efektif.

2.3.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Adapun tujuan dari komunikasi interpersonal menurut pendapat (DeVito, 2009) adalah sebagai berikut.

- a. Untuk Mempelajari, ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, orang tersebut belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi diri seseorang sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah dipelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam pertemuan-pertemuan antar pribadi. Komunikasi juga membantu seseorang menemukan dunia luar, dunia yang dipenuhi objek, peristiwa, dan manusia lain.
- b. Untuk Behubungan, seseorang menghabiskan banyak waktu dan energi berkomunikasi untuk membina dan memelihara hubungan sosial. Seseorang berkomunikasi dengan teman dekat di sekolah, di kantor, telepon, dan internet. Seseorang berinteraksi pula dengan rekan kerjanya.
- c. Untuk Membantu, membantu seseorang mengkritik, menyatakan sebuah empati, bekerja dengan suatu kelompok untuk memecahkan suatu masalah atau mendengarkan dan mendukung orang lain pada saat berbicara.
- d. Untuk Mempengaruhi, dalam pertemuan sehari-hari seseorang berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Seseorang akan berusaha mengajak orang lain melakukan sesuatu, mencoba cara diet yang baru,

membeli produk tertentu, menonton film, mengunjungi website tertentu, meyakini, bahwa sesuatu itu benar atau salah, menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya.

- e. Untuk Bermain, komunikasi seperti bermain, memasukkan motif kesenangan, melepaskan diri, dan rileksasi. Kita menceritakan humor, sesuatu yang cerdas, dan berhubungan dengan cerita menarik sebagian besar untuk kesenangan yang diberikan kepada kita dan pendengar. Demikian pula, kita mungkin berkomunikasi karena hal tersebut membuat rileks, mengizinkan kita untuk melepaskan diri dari tekanan dan tanggung jawab.

2.3.4 Aspek Aspek Komunikasi Interpersonal

Aspek-aspek komunikasi interpersonal Menurut De Vito dapat dibentuk melalui beberapa aspek, sebagai berikut:

- a. Keterbukaan

Keterbukaan ini mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus segera membukakan riwayat hidupnya, memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan asalkan pengungkapan diri ini patut. Kedua, kesadaran untuk bereaksi secara jujur menanggapi pesan dari orang lain. Orang yang diam, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Dalam berkomunikasi individu diharapkan untuk bereaksi secara terbuka terhadap apa yang diucapkan pihak lain. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Ketiga, menyangkut tentang “kepemilikan” perasaan dan pemikiran, terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang “milik” anda dan bertanggung jawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan menggunakan kata “saya” dalam menyampaikan pesan.

b. Empati

Berempati dengan orang lain berarti merasakan apa yang orang lain rasakan, mencoba memahami cara berpikir orang lain. Kemampuan berempati merupakan salah satu kemampuan yang sulit ditingkatkan. Hal ini disebabkan karena setiap individu memiliki cara pandang, prinsip-prinsip yang berbeda sehingga dalam proses berkomunikasi dengan orang lain seringkali terjebak dalam pikiran dan perasaannya sendiri. Langkah yang dibutuhkan untuk mencapai empati ini adalah menahan godaan untuk mengevaluasi, menilai, menafsirkan, dan mengkritik. Bukan karena reaksi tersebut salah, tetapi karena reaksi-reaksi tersebut seringkali menghambat pemahaman. Fokusnya adalah pada “pemahaman”. Pemahaman yang terjadi dalam empati ini dapat diwujudkan dengan memahami pengalaman, motivasi, perasaan, sikap maupun harapan-harapan yang dikemukakan seseorang. Kedua, semakin banyak individu mengenal individu lain, termasuk keinginannya, pengalamannya, kemampuannya dan sebagainya semakin mampu ia melihat dan merasakan seperti yang pihak lain rasakan, apabila seseorang dapat berempati terhadap orang lain maka orang tersebut akan mempunyai posisi yang lebih baik untuk mengerti orang lain. Ketiga, merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya, empati menyebabkan masing-masing pihak berusaha merasakan apa yang dirasakan orang lain melalui cara yang sama.

c. Sikap Mendukung

Ada banyak cara menyatakan sikap mendukung, termasuk dengan gaya spontan yang membantu menciptakan suasana mendukung. Orang yang spontan dalam komunikasinya dan terus terang serta terbuka dalam mengutarakan pikirannya biasanya bereaksi dengan cara yang sama terus terang dan terbuka serta deskriptif. Sebaliknya, bila kita merasa bahwa seseorang menyembunyikan perasaan yang sebenarnya bahwa dia mempunyai rencana atau strategi tersembunyi kita bereaksi secara defensif. Selanjutnya adalah profesionalisme, artinya bersikap tentatif dan berfikir terbuka (*open minded*) serta bersedia mendengar pandangan yang berlawanan dan bersedia mengubah perilaku jika keadaan mengharuskan. Profesionalisme seperti itulah, bukan keyakinan yang tak tergoyahkan, yang membantu menciptakan suasana mendukung (*suportif*).

d. Sikap Positif

Menyatakan sikap positif, komunikasi antar pribadi akan terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Orang yang merasa positif dengan dirinya sendiri akan mengisyaratkan perasaan ini kepada orang lain, yang selanjutnya juga akan merefleksikan perasaan positif ini. Seseorang yang memiliki perasaan negatif terhadap dirinya sendiri selalu mengungkapkannya pada orang lain dan pada gilirannya nanti akan mengembangkan perasaan negatif tersebut pada orang lain. Oleh sebab itu perasaan positif yang dimiliki tersebut sangatlah penting untuk menjalin interaksi yang efektif. Dorongan yang diberikan dapat berupa verbal seperti pujian atau nonverbal seperti senyuman atau anggukan kepala. Dorongan positif umumnya berbentuk pujian atau penghargaan, terdiri atas perilaku yang biasanya diharapkan, dinikmati dan dibanggakan. Dorongan positif ini mendukung citra pribadi seseorang dan membuat seseorang merasa lebih baik.

e. Kesetaraan

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan antar pribadi yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksepakatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada ketimbang sebagai suatu kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan seseorang menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti penerimaan terhadap pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers kesetaraan meminta untuk memberikan “penghargaan positif tak bersyarat” kepada pihak lain. Supaya komunikasi berjalan efektif maka aspek-aspek keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesetaraan sangat perlu diperhatikan.

2.3.5 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Terdapat beberapa fungsi dari komunikasi interpersonal menurut (Charles R. Berger, 2014) sebagai berikut:

- a. Fungsi pengelolaan interaksi. Fungsi-fungsi yang diasosiasikan dengan cara membangun dan mempertahankan percakapan yang bersifat koheren.
- b. Fungsi pengelolaan hubungan. Diasosiasikan dengan cara memulai, memelihara, serta memperbaiki suatu hubungan.
- c. Fungsi instrumental. Suatu fungsi yang biasanya mendefinisikan fokus sebuah interaksi dan membantu membedakan episode interaksi pertama ke episode interaksi berikutnya.

2.3.6 Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal

Faktor-faktor dalam hubungan komunikasi interpersonal memiliki faktor yang mempengaruhi, dan faktor yang membentuk sebuah komunikasi Interpersonal yang dilakukan oleh dua orang yang terlibat sebuah hubungan. Manusia berkomunikasi ada beberapa faktor, menurut Cassaggrande berpendapat ada beberapa faktor yaitu:

- a. Manusia ingin selalu mengikuti dalam proses perubahan yang relatif tetap.
- b. Manusia membutuhkan orang lain dalam kesehariannya untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan.
- c. Manusia ingin berinteraksi hari ini dan memahami pengalaman masa lalu, dan mengantisifasi untuk masa yang akan datang.
- d. Manusaia juga ingin menciptakan hubungan yang baru, dan mencari pengalaman yang baru.

Faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

- a. Kepercayaan Diri. Kepercayaan diri mempengaruhi komunikasi interpersonal seseorang, kepercayaan diri termasuk dalam konsep diri individu yang mempengaruhi komunikasi interpersonal seseorang. Lebih lanjut menurut Rahmat, berpendapat bahwa apabila orang merasa rendah diri, maka akan mengalami kesulitan untuk mengkomunikasikan gagasan kepada orang-orang yang dihormatinya dan tidak mampu berbicara di depan umum, atau ragu-ragu menuliskan pemikirannya dalam media massa. (Rahmat, 2004)
- b. Kepribadian *Extrovert -Introvert*. Seorang yang bertipe kepribadian *extrovert* memiliki kecenderungan yang mengarahkan kepribadian lebih banyak keluar daripada kedalam dirinya. Karakteristik *extrovert* adalah banyak bicara, ramah, suka bertemu dengan orang-orang, suka mengunjungi tempat baru, aktif, menuruti kata hati, suka berpetualang, mudah bosan, dan tidak suka hal-hal yang rutin dan monoton. Bahwa orang yang berkepribadian *ekstover*t memiliki komunikasi sosial yang baik dan bersifat ramah-tamah (Prawira, 2014).
- c. Kecerdasan Emosional. Kecerdasan emosi menyumbang pengaruh besar terhadap komunikasi interpersonal seseorang, orang yang cerdas emosi akan mampu mengenali emosi, mengendalikan emosi, memotivasi diri, empati, dan hubungan sosial, dengan adanya kemampuan untuk mengenali emosi, mengendalikan emosi, memotivasi diri, empati dan hubungan sosial maka akan mampu melakukan komunikasi dengan orang lain.
- d. Konsep diri. Konsep diri merupakan hal yang sangat penting dalam komunikasi interpersonal, karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang berpikir dirinya bodoh maka ia akan benar-benar menjadi orang bodoh, bila seseorang merasa memiliki kemampuan untuk mengatasi persoalan, maka persoalan apapun yang dihadapi pada akhirnya akan dapat diatasi sehingga sukses atau tidaknya komunikasi interpersonal bergantung pada kualitas konsep diri seseorang baik itu negatif ataupun positif (Rahmat, 2011).

- e. Keterbukaan Diri. Seseorang harus memiliki keterbukaan diri pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Dari sini orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasan kita. Sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Keterbukaan diri juga merujuk pada kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang segala sesuatu yang dikatakannya, demikian sebaliknya, sehingga dengan memiliki keterbukaan diri komunikasi interpersonal akan berjalan dengan efektif (Widjaja, 2000).

2.3.7 Tipe Hubungan Interpersonal

Berikut ini adalah tipe-tipe hubungan dalam komunikasi interpersonal menurut pendapat (DeVito, 2007) adalah sebagai berikut:

- a. Pertemanan (*Friendship*), Pertemanan adalah hubungan interpersonal di antara dua orang yang saling produktif, tergantung, dan dipertahankan melalui kesan saling membebaskan pilihan serta ditandai dengan anggapan positif. Selain itu juga terdapat 3 tipe utama pertemanan, menurut DeVito yaitu timbal balik, kesediaan menerima, dan asosiasi.
- b. Cinta (*Love*), Cinta merupakan sebuah hubungan interpersonal di mana anda merasakan kedekatan, kepedulian, kehangatan, dan kegembiraan dalam hubungan dengan orang lain.
- c. Keluarga, Keluarga merupakan sebuah kelompok orang-orang yang memandang diri mereka berhubungan dan terhubung satu dengan yang lain dan di antara tindakan salah satu anggota memiliki konsekuensi bagi orang lain.
- d. Hubungan tempat Kerja, Tempat kerja adalah konteks dimana semua bentuk hubungan terjadi dan tidak mengherankan semua jenis hubungan mungkin terlihat. Ada hubungan cinta (*romantic relationship*), hubungan mentoring (*mentoring relationship*), dan hubungan jaringan (*workplace relationship*).

2.3.8 Teori Perkembangan Hubungan

Teori perkembangan hubungan komunikasi interpersonal, seperti yang sudah di jelaskan pada materi di atas mengenai pengertian, komponen, fungsi, tujuan dan tipe dari sebuah perilaku sosial komunikasi interpersonal. Memiliki teori daya tarik diantaranya memiliki 3 faktor utama yaitu, teori daya tarik (*attraction theory*), teori pertukaran sosial, dan teori keadilan (*equity theory*).

a. Teori daya tarik (*attraction theory*)

Teori daya tarik memiliki 3 faktor utama yaitu ketertarikan (*attractiveness*), kedekatan (*proximity*), dan kesamaan (*similarity*).

- 1) Ketertarikan (*attractiveness*). Ketertarikan didasarkan pada penampilan dan kepribadian. Apabila kita mengklasifikasikan seseorang itu menarik atau tidak, berdasarkan fisik, kepribadian atau tingkah laku yang menarik.
- 2) Kedekatan (*proximity*). Jika melihat sekeliling pada siapa kita tertarik, kita mungkin akan melihat bahwa mereka hidup atau bekerja dekat dengan kita. Contohnya pertemanan kuliah, orang-orang yang menjadi teman adalah mereka yang mempunyai peluang lebih besar untuk berinteraksi. Alasan kedekatan mempengaruhi daya tarik adalah hal tersebut mengizinkan kita untuk mengenal orang lain. Kita datang kepada orang yang kita sukai dan kenal karena kita dapat memprediksi lebih baik tingkah lakunya, mungkin karena ini mereka kelihatan kurang menakutkan daripada orang asing.
- 3) Kesamaan (*similarity*). Faktor kesamaan berarti mungkin bahwa kita akan tertarik kepada gambaran cermin diri kita; pada orang-orang yang sama dengan kita dalam kebangsaan, ras, kemampuan, karakteristik fisik, kecerdasan, tingkah laku, dan seterusnya.

b. Teori Pertukaran Sosial

Tori oleh Thibaut & Kelley ini berdasarkan model ekonomi dari keuntungan dan kerugian, mengklaim bahwa kita mengembangkan hubungan sosial dan profesional yang memungkinkan kita untuk memaksimalkan profit (DeVito, 2007). Keuntungan sama dengan hadiah dikurangkan biaya. Hadiah adalah segala sesuatu yang kita inginkan, yang kita nikmati, dan yang kita bersedia untuk

dikenakan biaya untuk mendapatkannya. Contohnya, untuk memperoleh hadiah keuntungan finansial, kita mungkin harus bekerja daripada bermain. Untuk menghasilkan nilai A dalam mata kuliah komunikasi interpersonal, kita harus menulis *paper* yang sesuai dan belajar lebih. Untuk mendapatkan promosi, kita mungkin harus melakukan tugas tidak menyenangkan atau bekerja lembur. Cinta, kasih sayang, status, uang, kado, keamanan, penerimaan sosial, persahabatan, pertemanan, dan keintiman adalah beberapa contoh hadiah.

Biaya adalah segala sesuatu yang kita coba hindari, sesuatu yang kita pikir tidak menyenangkan atau sulit. Kerja lembur, mencuci piring, dan menyetrika pakaian, menonton acara televisi yang teman kita menikmatinya tetapi kita bosan, berpakaian yang secara fisik tidak nyaman, dan memberikan bantuan kepada orang yang tidak kita sukai mungkin semua dianggap biaya.

Dengan menggunakan teori dasar ekonomi model ini, teori pertukaran sosial mengklaim bahwa kita mencari hubungan yang berkembang (pertemanan dan cinta) yang hadiahnya lebih besar daripada biayanya. Hubungan yang disukai, menurut teori ini, adalah yang paling menguntungkan, yang memberikan kita hadiah paling besar dengan biaya yang paling sedikit.

c. Teori Keadilan (*equity theory*)

Teori keadilan ini menggunakan konsep pertukaran sosial tetapi melangkah lebih jauh. Teori tersebut mengklaim bahwa kita berkembang dan memelihara hubungan di mana perbandingan hadiah kepada biaya kita adalah kira-kira setara pada pertemanan kita.

2.4 Penelitian Yang Relevan

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Ica Sanjaya pada 2012 berjudul “Efektivitas Komunikasi Interpersonal DeVito Dalam Penggunaan Facebook”. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh komunikasi interpersonal menggunakan facebook dalam bimbingan skripsi di FTI UKSW adalah konsep diri, kesadaran diri, penghargaan diri, persepsi etika, kompetensi, jenis kelamin, kedekatan dan kesamaan. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Ica Sanjaya menggunakan pendekatan kualitatif.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prianbodo pada 2019 berjudul “Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi TikTok memiliki pengaruh sebesar 41,6% terhadap tingkat kreativitas remaja Surabaya. Dengan kehadiran aplikasi TikTok dapat mempengaruhi terhadap kreativitas remaja Surabaya. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka dan diolah menggunakan rumus.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Asaas Putra dan Diah Ayu pada 2018 berjudul “Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal”. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh Youtube ini diakses setiap harinya oleh anak TK. Dan adanya pengaruh Youtube terhadap komunikasi interpersonal anak. Dengan membuka Youtube anak-anak bisa belajar dan mencari hiburan tanpa bantuan orang lain. Walaupun begitu anak-anak ini tetap berada di pantauan orang tua agar bisa terhindar dari hal negatif. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Asaas Putra, Diah Ayu menggunakan pendekatan kuantitatif.
- d. Penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Yuniar Rahmawati pada 2019 berjudul “Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad”.

fokus penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari intensitas menggunakan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *survey* dan analisis data pearson *product*. Hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menggunakan aplikasi TikTok terhadap perilaku narsisme remaja muslim muser Jogja.

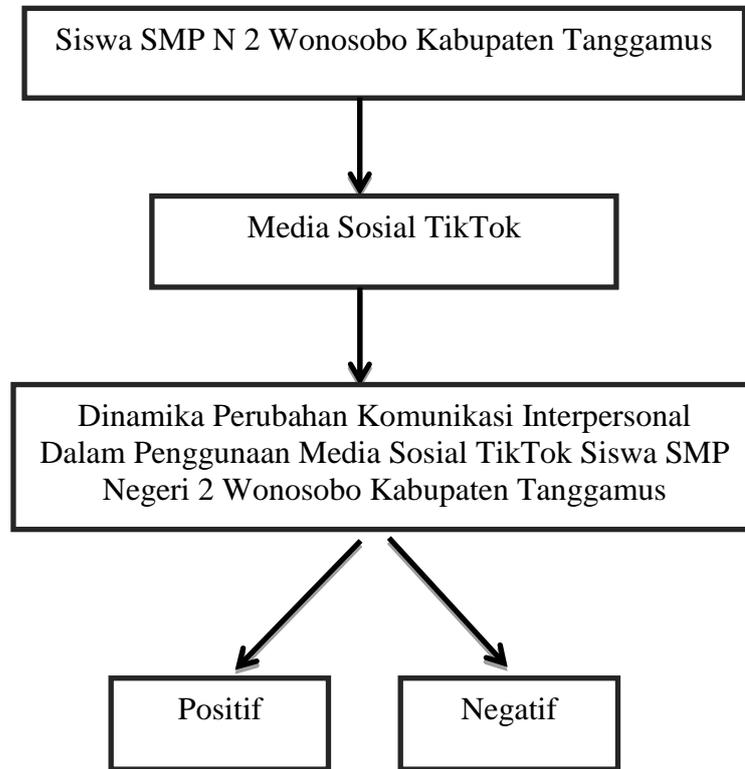
- e. Penelitian yang dilakukan oleh Nailul Husna pada 2017 berjudul “Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Fokus dari penelitian ini untuk mengetahui dampak media sosial terhadap komunikasi interpersonal pustakawan yang berada di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. Kehadiran media sosial telah mampu mengubah pola komunikasi pustakawan. Hasil penelitian mengungkapkan ditemukan dampak dari media sosial bagi pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang sangat terlihat adalah turunnya aktivitas komunikasi interpersonal. Hal ini akan berdampak pada pelayanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. Pustakawan lebih cenderung untuk menggunakan atau mengakses media sosial daripada melakukan komunikasi interpersonal. Fenomena ini dapat mengakibatkan kurangnya kepedulian pustakawan sehingga akan juga berdampak pada hubungan interpersonal.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan “konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian (Ridwan 2011). Seiring dengan perkembangan media sosial yang semakin maju pada era globalisasi seperti perkembangan berbagai macam aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet. Salah satunya yaitu aplikasi TikTok. Dalam sebuah aplikasi tentunya memiliki dampak, baik positif maupun negatif. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dampak media sosial TikTok terhadap perilaku siswa sekolah menengah pertama.

Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variabel tersebut.

Berikut merupakan kerangka berpikir dalam penelitian ini :



Gambar 1 . Kerangka Berpikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMP Negeri 2 Wonosobo, Jl. Raya Banjarnegara, Kecamatan. Wonosobo, Kabupaten. Tanggamus, Lampung. Penelitian ini dilaksanakan pada Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025, yang akan dilaksanakan pada tanggal 29 Februari sampai dengan 7 Maret.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Penelitian kualitatif dilakukan pada objek yang alamiah, didalam sebuah penelitian dibutuhkan metode agar sebuah penelitian berjalan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat mengenai masalah yang diteliti (Sugiyono, 2017).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami fenomena menarik pada kehidupan individu dan sosial, yang bersumber pada pengalaman manusia dari situasi tertentu. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang tidak menggunakan prosedur analisis atau cara kuantifikasi, melainkan penelitian kualitatif menghimpun data-data naratif dengan kata-kata.

Strauss dan Corbin dalam buku karangan Wiratna Sujarweni mendefinisikan, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik (Strauss dan Corbin, 1997). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, aktivitas sosial dan sebagainya. Penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang dikaitkan dengan masalah sosial atau manusia (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, fenomenologi adalah pendekatan yang di gunakan oleh peneliti untuk merujuk pada pengalaman subjektif atau pengalaman yang mengungkap fenomena khusus. Pendekatan ini sering digunakan untuk memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap individu maupun sosial yang berada dalam situasi tertentu. Fenomenologi adalah gejala dalam situasi alami yang kompleks hanya mungkin menjadi bagian dari alam kesadaran manusia (Nurul Ulfatin & Teguh Triwiyatno, 2021).

Oleh karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi sangat tepat untuk memahami tentang dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok siswa Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti dapat mengumpulkan informasi dan mengidentifikasi dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok secara detail dan memperoleh pengetahuan mengenai permasalahan yang terjadi di SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti dan pihak yang memberikan informasi yang diperlukan saat proses penelitian. Dalam menentukan subjek penelitian digunakan teknik *purposive sampling* untuk penentuan sample dengan melakukan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* menurut (Satori dan Komariah, 2011) adalah penentuan subjek maupun objek penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa kelas IX SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus yang menggunakan aplikasi TikTok dan aktif mengenai isu-isu yang tengah viral yang di jadikan komunikasi interpersonal siswa, dengan rata-rata penggunaan aplikasi TikTok 3-5 jam perhari penggunaan media sosial TikTok. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

3.4 Definisi Operasional Peneliti

Komunikasi Interpersonal atau disebut komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, bisa bertukar opini, saran atau membicarakan suatu topik yang jelas dan lugas. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang telah menjalin hubungan, orang yang dengan satu cara “terhubung”. Komunikasi ini juga terjadi di antara kelompok kecil orang, dibedakan dari publik atau komunikasi massa, komunikasi sifat pribadi, dibedakan dari komunikasi yang bersifat umum, komunikasi di antara orang-orang terhubung atau mereka yang terlibat dalam hubungan yang erat (DeVito, 2007). Dengan demikian komunikasi interpersonal akan mencakup komunikasi antara anak dengan ayahnya, majikan dengan karyawan, kakak-beradik, interaksi ini yang terlintas dalam pikiran ketika kita berpikir tentang berkomunikasi.

3.5 Sumber Data

Sebelum melakukan sebuah penelitian, peneliti mempersiapkan sumber data, pada penelitian kualitatif data yang ditemukan bersifat deskriptif bukan angka. Data dapat berupa gejala-gejala, kejadian dan peristiwa yang kemudian dianalisis dalam bentuk kategori-kategori. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer (data langsung) dan data sekunder (data tidak langsung) Seperti dijelaskan oleh (Sarwono, 2006) jika dilihat dari jenisnya, data kualitatif dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian, data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya. Pada penelitian ini, data yang diperoleh melalui jenis data primer dan data sekunder, data primer pada penelitian dilakukan dengan pengambilan data secara langsung kepada subjek penelitian, yaitu siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus. Dengan menggali dan mengkaji faktor yang memberikan dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap komunikasi interpersonal melalui observasi dan juga proses wawancara, sedangkan data sekunder yang mendukung penelitian ini diperoleh dari proses wawancara pada pra penelitian dengan Guru Bimbingan Konseling dan Waka kesiswaan SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2022) . Mengungkapkan bahwa tahap terpenting dalam penelitian adalah tahap pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi dan wawancara. Teknik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi wawancara dan dokumentasi (Satori & Komariah, 2011).

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyediakan gambaran suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut (Sugiyono 2022). Pengamatan atau observasi (*observation*) merupakan teknik yang biasa digunakan dalam pengumpulan data penelitian kualitatif di samping, atau untuk melengkapi teknik wawancara. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Observasi dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui bagaimana aktivitas dan respon guru dan siswa mengenai “Dinamika Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok Siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus.

b. Wawancara Semi Terstruktur

Dalam proses wawancara semi terstruktur, peneliti telah menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada subjek penelitian. Namun, peneliti juga fleksibel dalam mengembangkan pertanyaan berdasarkan tanggapan dan jawaban subjek penelitian. Ketika melakukan sebuah wawancara seorang peneliti itu harus memosisikan dirinya secara netral, agar nantinya tidak mendapatkan data yang bias, yang menyimpang dari yang seharusnya.

Wawancara semi struktur adalah jenis wawancara yang termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2022).

Wawancara memiliki tujuan utama yaitu untuk mengenali informan penelitian dan mendapatkan data. Pengumpulan data melalui wawancara dalam penelitian kualitatif umumnya dimaksudkan untuk lebih mendalami suatu kejadian atau kegiatan subjek penelitian, wawancara sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena banyak hal yang tidak mungkin diobservasi langsung (Suharsaputra, 2012). Oleh sebab itu penggunaan teknik wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner terbuka dan dilengkapi dengan pedoman wawancara. Adapun alat-alat yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan wawancara adalah buku catatan, tape *recorder* (perekam suara), dan kamera.

c. Dokumentasi

Dokumentasi atau yang disebut juga teknik dokumen digunakan sebagai pelengkap bagi kedua teknik sebelumnya (wawancara dan observasi). Untuk itu, (Johnson dan Christensen 2004) menyebutnya sebagai data sekunder (*secondary data*) yang melengkapi data primer dari wawancara dan pengamatan. Studi dokumentasi adalah pencarian data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, prasasti, notulen rapat, agenda, dan arsip. Sedangkan studi dokumen dapat berbentuk gambar dan tulisan yang ditulis oleh subjek secara pribadi seperti autobiografi, buku harian, jurnal, surat-surat, foto, video. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dalam bentuk gambar dan dokumen tertentu yang dapat memberikan informasi atau data tentang informan secara kredibel atau dapat dipercaya. Data yang didapat dari dokumentasi ialah dokumen-dokumen penting yang mengandung informasi tentang subjek, seperti rapor, daftar hadir, dan hasil *recorder*. Dokumentasi yang akan diambil dalam permasalahan ini sebagian besar adalah proses pengambilan data oleh peneliti dan proses yang dilakukan subjek selama dilakukan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman yang dibagi atas tiga aktivitas analisis data. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2022) aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*) adapun aktivitas tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis yang dilakukan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan hasil penelitian dengan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti, dengan kata lain reduksi data bertujuan untuk memperoleh pemahaman-pemahaman terhadap data yang telah terkumpul dari hasil catatan lapangan dengan cara merangkum mengklasifikasikan sesuai masalah dan aspek-aspek permasalahan yang diteliti. Data yang diperoleh mengenai perubahan perilaku sosial siswa, baik diperoleh dari wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi nantinya akan direduksi dengan cara merangkum mengklasifikasikan sesuai masalah dan aspek-aspek permasalahan yang diteliti.

b. *Data Display* (Model Data)

Penyajian data (*data display*) adalah sekumpulan informasi tersusun yang akan memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh dengan kata lain menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh dengan mencari pola hubungannya. Penyajian data yang disusun secara singkat, jelas dan terperinci namun menyeluruh akan memudahkan dalam memahami gambaran-gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Penyajian data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan data hasil penelitian yang diperoleh.

Pada tahap ini peneliti akan menyajikan data-data dari hasil penelitian dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku siswa dengan cara penyajian data dalam bentuk uraian singkat atau laporan sesuai dengan data hasil penelitian. Melalui penyajian data peneliti akan mengerti apa yang terjadi dan dapat mengerjakan sesuatu pada analisis data.

c. *Conclusion Drawing* (Verifikasi Kesimpulan)

Conclusion drawing verification merupakan upaya untuk mencari arti, makna, penjelasan yang dilakukan terhadap data-data yang telah dianalisis dengan mencari hal-hal penting. Kesimpulan ini disusun dalam bentuk pernyataan singkat dan mudah dengan mengacu kepada tujuan penelitian. Dari prosedur yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dengan melakukan tahapan-tahapan ini diharapkan penelitian yang dilakukan ini dapat memperoleh data yang memenuhi kriteria suatu penelitian yaitu derajat kepercayaan, maksudnya data yang diperoleh dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Berdasarkan pendapat di atas dapat diidentifikasi bahwa setelah melakukan penelitian maka data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi “Dinamika Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok Siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus” dapat dihimpun dan dinarasikan dengan kata-kata, setelah itu dilakukan analisis terhadap data tersebut dengan langkah-langkah yaitu reduksi data, *display* data dan terakhir penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV mengenai dinamika komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa SMP Negeri 2 Wonosobo Kabupaten Tanggamus, dapat disimpulkan dari kelima aspek komunikasi interpersonal Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif dan Kesetaraan terdapat temuan bahwa media sosial TikTok dapat merubah dinamika komunikasi interpersonal pada siswa seperti pada aspek sebagai berikut.

- a. Aspek keterbukaan konten vidio, *live* serta fitur yang ada di media sosial TikTok menjadi bahan untuk siswa bercerita, semakin banyak siswa melihat vidio, menggunakan fitur *live* di media sosial TikTok membuat siswa terbuka dan siswa semakin banyak melakukan obrolan yang menarik bersumber dari media sosial TikTok. Menjadikan subjek lebih terbuka dalam menambah informasi dan hal baru yang belum subjek ketahui. Selanjutnya subjek dapat terhibur menghilangkan *stres* atau tidak *mood* pada siswa, bertukar informasi terbaru, bertukar pengetahuan dan pengalaman. Selain itu terdapat juga temuan dampak negatif pada subjek seperti perundungan dan *bullying* yang mengarah kepada sesama siswa sekolah.
- b. Aspek empati konten vidio, *live* maupun fitur-fitur yang ada di media sosial TikTok seperti konten berbagi makanan, sembako bahkan uang kepada pedagang, pemulung dan orang yang membutuhkan. Konten tersebut dapat menimbulkan rasa kemanusiaan empati pada siswa maupun orang yang melihat sebuah konten bergai. Oleh karena itu hal tersebut

dapat menjadi motivasi mendorong siswa untuk berempati dan berbuat baik pada sesama. Selain itu juga terdapat temuan yang berhasil diungkapkan dalam aspek empati yaitu penggunaan media sosial TikTok khususnya dalam konten video dan *live* kreator dapat dijadikan hiburan bernyanyi, karaoke dan menghilangkan stres bagi subjek. Namun terdapat temuan juga dampak negatif dari penggunaan konten video dan *live* media sosial TikTok seperti subjek narsis dalam kesehariannya sering berjoget-joget tidak tau situasi dan tempat mengikuti trend di media sosial TikTok.

- c. Aspek sikap mendukung konten video, *live* dan fitur media sosial TikTok seperti konten video atau *live* yang dibuat oleh teman kita sikap mendukung kepada temannya sesama pengguna media sosial TikTok ketika terdapat teman yang membuat konten video dan *live* tentang kreativitas yang subjek miliki, maka sesama pengguna media sosial TikTok yang sudah berteman dapat mendukung sebuah konten video maupun *live* dengan menggunakan fitur-fitur yang ada pada media sosial TikTok. Seperti contohnya menyukai konten video dan *live* teman yang sedang memberikan tutorial belajar. Membagikan sebuah konten video dan *live* konten bakat bernyanyi sikap mendukung tersebut merupakan salah satu dukungan kepada teman yang dapat memberikan semangat serta percaya diri bagi kreator video dan *live* di media sosial TikTok.
- d. Aspek sikap positif konten video dan fitur yang ada di media sosial TikTok dapat menjadikan siswa lebih kreatif dalam menuangkan bakat yang dimilikinya. Seperti contohnya menunjukkan sikap positif dengan dapat belajar hal hal positif melalui konten video dan *live* viral yang mereka lihat di media sosial TikTok seperti konten tutorial belajar, memasak, kreativitas, media hiburan bernyanyi dan masih banyak lainnya. Subjek dapat merasakan dampak dari media sosial TikTok dengan meminimalisir sebuah konten yang negatif untuk subjek. Sikap positif yang ditunjukkan memberikan dorongan verbal maupun nonverbal bagi subjek yang memberikan semangat tersendiri bagi subjek.

- e. Aspek kesetaraan berdasarkan hasil wawancara dan *coding* pada aspek kesetaraan dengan indikator yang sudah diberikan kepada subjek. Terdapat temuan bahwa konten video, *live* serta fitur-fitur di media sosial TikTok seperti konten quotes keagamaan dan memotivasi konten dakwah konten yang menjunjung kesetaraan antara agama dan budaya dapat menunjukkan aspek kesetaraan dengan menunjukkan sikap toleransi kepada subjek yang memiliki perbedaan pendapat seperti agama dan budaya.

5.2 Saran

Adapun saran untuk pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Bagi Institusi pendidikan. Dengan adanya penelitian ini memberikan pemahaman yang baru dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan perkembangan bagi peningkatan pemahaman pendidikan di Indonesia.
- b. Bagi Sekolah. Memberikan wawasan dan pemahaman tentang dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media TikTok pada siswa sekolah. Informasi ini dapat membantu sekolah dalam mencegah dampak negatif yang ditimbulkan dari siswa. Kemudian dapat memberikan pengembangan program atau kebijakan yang dapat mencegah dampak negatif yang ditimbulkan.
- c. Bagi Guru BK. Dengan adanya penelitian ini memberikan tambahan informasi mengenai dinamika perubahan komunikasi interpersonal dalam penggunaan media sosial TikTok pada siswa. Selain itu guru BK dapat mencegah dan melakukan lebih banyak layanan yang diberikan untuk menghindari dampak-dampak negatif yang ditimbulkan.
- d. Bagi Siswa. Dengan adanya penelitian ini memberikan wawasan kepada peserta didik untuk lebih selektif dalam kecanggihan internet termasuk semakin banyak nya platform media sosial, siswa harus pandai memilah apa yang digunakan.

- e. Bagi Peneliti Selanjutnya. Dengan adanya hasil dari sebuah penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan berpikir untuk pengembangan penelitian sejenis secara mendalam. Selain itu juga diharapkan dapat memberi inspirasi, referensi dan memberikan kemajuan ilmu pengetahuan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia. 2019. Teori S-O-R. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3 (3) 41-50 ISSN 0000-0000.
- Afifuddin & Ahmad, B. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Aniyah, N. 2018. Remaja Millennial Dan Tik Tok. *Jpii*, 2 (2) 221-236.
- Azhar A. 2015. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Bagus P. 2018. Pengaruh Tik Tok Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.
- Biduri, M., Muhammad, A. & Rahmatiah. 2023. Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Karakter Sopan Santun Siswa Kelas VI SD N Bontorannu II Kecamatan Mariso Makassar. *Jurnal Pendidikan Khasnah*. 2 (1) 26-35.
- Chang, W. 2014. *Metodologi Penulisan Ilmiah Teknik Penulisan Esai, Skripsi, Tesis, & Disertasi untuk Mahasiswa*. Jakarta : Erlangga.
- Charles, R. B., Michael, E. R., & David, R.. 2014. *Handbook Ilmu Komunika*s. Bandung : Nusamedia.
- Citra, A., Denny H., & Lina R. K. 2022. Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, Vol. 1 No. 3 337–342.
- DeVito, J.A. 2007. *The Interpersonal Communication Book* Boston, MA: Pearson Education.
- Demmy, D., & Fathul, Q. 2018. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok. Universitas Tribhuwana. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 7 (3), 80.
- Dini, D. C. 2020. Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial Studi Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Brtung Tinur Bandar Lampung.
- Dwi, P. R. A. 2020. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*. 14 (2), 135-137.

- Eririka, D. S. W. 2011. Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger Cultural Studies*, IMC and Media, Vol 3 No 2, 71.
- Erya, F. S., Guruh, S. H., & Restu, D. A. 2022. Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Sopan Santun Siswa SMK PGRI 2 Kediri.
- Fadhilatut, T. 2023. Hubungan Antara Keterbukaan Diri Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama.
- Fariz, G. 2023. Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Komunikasi Interpersonal lingkungan sekitar Mahasiswa Fisip Unpas.
- Fatimah, K. B. 2018. Tik Tok Punya 10 juta pengguna Aktif di Indonesia-Kompas.com. 10 September.
- Felia, N. 2023. Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perilaku Empati Anak Di Kenagarian Salimpek.
- Gustafian, J. 2021. Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
- Ibeng, P. 2020. Pengertian Media Sosial, Karakteristik, Fungsi, Jenis dan Dampaknya.
- Ica, S. 2021. Efektifitas Komunikasi Interpersonal DeVito Dalam Penggunaan Facebook.
- Kettrina, H. 2022. Dampak Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Sosial Anak Usia Sekolah Dasar Di Dusun Pegonten Kabupaten Grobogan.
- Hadi, N. I. N. 2019. Fenomena Perubahan Perilaku Siswa Sebagai Dampak. *Societas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9 (2) 676-689.
- Khairuni, N. 2016. Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi*, 2 No 1.
- Meilla, D. N., Stevany, A., & Tubagus, U. S. 2022. Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Jurnal Hermencutika*, 8 (2), 1-4.
- Morissan, M. A., Wardhani, A. C., & Hamid, F. 2010. *Teori komunikasi massa*. Ghalia Indonesia.
- Muhammad, A. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Muhammad, A. M. N. 2023. Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Sikap Toleransi Siswa Di SMA Nation Star Academy Surabaya. *Jurnal Edu Learning*, 2 (1).
- Mulawarman. 2017. Prilaku Penggunaan Media Sosial beserta Implikasinya di Tinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan.
- Muthmainnah, B., Muhammad, A., & Rahmatiah. 2023. Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Karakter Sopan Santun Siswa Kelas VI SD Negeri Bontorannu II Kecamatan Mariso Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan Khasanah*.
- Nasrul, S. 2011. *Manajemen Organisasi*. Bandung: Citpustaka Media Perintis.
- Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, A.J. 2018. Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, ISBN: 978-602-679-21-2.
- Nurul, U., & Teguh, T. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Keguruan dan Pendidikan*. Malang : Erlangga.
- Prakoso. Tota, D. O. 2021. Dampak Negatif Tik Tok Di Masa Pandemic.
- Prianbodo, B. 2018. Pengaruh Tik Tok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya, Di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.
- Rahmawati, A. Y. 2019. Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad.
- Rakhmat, J. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Riska, M. 2019. Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMP Negeri 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah.
- Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Graha Ilmu.
- Secsio, W., R. P. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Remaja. *Jurnal*. Vol 3 No. 1.

- Setiadi., Elly, M., & Usman, K. 2011. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya*. Jakarta : Pustaka Media Group.
- Sihotang. Agis, D. 2020. Penggunaan Aplikasi Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabet.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sukma, B. 2021. Dampak Aplikasi Tik Tok Terhadap Prilaku Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Prodi Jurnalistik Islam IAIN Ambon.
- Suranto, A.W. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryabrata & Sumadi. 2002. *Psikologi kepribadian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Susilowati. 2018. Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Personal Branding Di Instagram. *Jurnal Komunikasi*. 9 (2). 176.
- Ulfatin. Nurul., & Teguh T. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Keguruan dan Pendidikan*. Jakarta : Erlangga.
- Wilga, S. R. P., Nunung, N., & Meilanny, B. S. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja.
- Wini, S. R., Imaniar, P., & Lintang, K. 2022. Analisis Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Siswa SD N 2 Temulus. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5 (8), 3029-3036.
- Yadi, A. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pertukaran Informasi Dikalangan Mahasiswa Di Kota Makassar.
- Yemikaori, Y. U., Ulya, I., & Roswita, O., 2021. Personal Branding Influencer di Media Sosial Tik Tok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5 (1), 76-82.
- Zaenuddin. 2020. Pengertian Media Sosial, Fungsi, Karakteristik, Jenis dan Dampak Media Sosial.