

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

Kajian kepustakaan ini memfokuskan pada penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki kesinambungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian penelitian yang telah ada, sehingga aspek substansi dari penelitian terdahulu yang belum pernah diteliti maupun yang telah diteliti namun memiliki perbedaan dapat dilakukan dalam penelitian yang akan datang. Kajian kepustakaan ini juga menunjukkan penelitian tentang efek media sosial TikTok terhadap keberagaman bahasa.

##### **2.1.1. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu**

- a) **Andriyana, 2021, TIKTIOK TERHADAP VARIASI BAHASA KOLOKIAL PADA KALANGAN REMAJA INDONESIA, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penggunaan bahasa pada masyarakat yang dipengaruhi oleh penggunaan TikTok yang membuat mereka menggunakan bahasa-bahasa kolkial dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa kolokial ini adalah variasi sosial yang digunakan dalam percakapan sehari-hari. Kata kolokial berasal dari kata colloquium (percakapan, konversasi). Jadi, kolokial berarti bahasa percakapan, bukan bahasa tulis. Di kehidupan sehari, penulis banyak sekali menjumpai bahasa-bahasa yang sering muncul

dalam TikTok muncul dalam percakapan sehari-hari dalam kurun waktu tertentu bahkan menjadi bahasa yang lumrah digunakan.

Hasil dari penelitian ini kehidupan sosial dan masyarakat yang itu sudah membudaya dalam keseharian masyarakat Indonesia. Penggunaan aplikasi TikTok tersebut mempengaruhi bahasa keseharian atau bahasa kolokial sebagai kalimat yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kajian etnolinguistik pada tataran teknologi dapat menyimpulkan bahwa sosial media TikTok sangat mempengaruhi perilaku bahasa masyarakat terutama dikalangan remaja. Penulis melihat bahwa dampak bahasa yang terjadi pada penggunaan aplikasi TikTok sangat berpengaruh besar sehingga perlu adanya pengarahan pada penggunaan bahasa atau sosialisasi di dalamnya. Pengaruh TikTok yang sangat signifikan tersebut harus bisa dimanfaatkan juga untuk sosialisasibahasa yang baik dan benar.

**b) Marisa Oktaviana, 2021, BUDAYA KOMUNIKASI VIRTUAL DI TWEETER DAN TIKTOK : PERLUASAN MAKNA ESTETIK, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Surabaya.**

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh Masifnya penggunaan kata estetik yang tidak sesuai dengan makna asalnya. Kata estetik digunakan secara bervariasi pada berbagai unggahan konten di Twitter dan TikTok. Kata estetik bukanlah kata baku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kata

bakunya adalah “estetika”, sebuah kata benda yang merujuk kepekaan terhadap seni dan keindahan. Kata sifatnya adalah “estetis” yang artinya mempunyai penilaian terhadap keindahan (KBBI V, 2020). Budaya komunikasi virtual di media sosial menyebabkan kata-kata yang sebelumnya telah dikenal luas atau populer, mengalami perubahan semantik, pragmatis, gaya, dan tata bahasa (Kilyeni, 2015). Sosial media memberikan keuntungan dalam peningkatan kemampuan menulis dan berbahasa seseorang. Salah satunya adalah penciptaan kata dan makna baru (Tenore, 2013). Jika pada media sosial terdapat sebuah kata cukup persuasif, dengan penggunaan yang provokatif, meluas dan nyata, dapat dikatakan sebuah kata memiliki makna baru. Hal ini terjadi sebagaimana munculnya kata estetikyang memiliki kesalahan eja dari kata yang telah populer sebelumnya yaitu “estetika”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kata estetik telah mengalami perluasan makna. Kata estetik tidak sekadar bermakna indah tetapi juga berarti ungkapan kelucuan, ekspresi sindiran, dan pujian penampilan fisik. Penyebab perluasan makna adalah penggunaan kata estetik pada caption, cuitan, komentar, dan tagar oleh pengguna Twitter dan TikTok. Motivasi penggunaan kata estetik, disebabkan mengikuti tren, keisengan,

dan candaan. Budaya berkomunikasi di media sosial berperan penting dalam perluasan makna kata dan penciptaan kata-kata baru.

**c) Hasan, 2021, PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK DALAM PEMBELAJARAN BAHASA ARAB. Sekolah Tinggi Ilmu Quran, Kalimantan Selatan.**

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh adanya media sosial di masa pandemi Covid-19 sekarang ini, demi meminimalisir penularannya maka pembelajaran dilakukan dengan daring/dalam jaringan. Hal ini tentunya mengakibatkan sistem pembelajaran menjadi kurang efektif karena dalam pelaksanaannya banyak sekali keluhan baik dari siswa maupun dari guru entah karena jaringan yang bermasalah maupun masalah kebosanan yang mendera mereka. Kebosanan ini karena terbatasnya waktu dan sedikitnya komunikasi guru tidak bisa memberikan penjelasan secara langsung kepada siswa terhadap materi yang dipelajari. Untuk mengatasi hal tersebut gadget adalah salah satu solusi yang dapat ditawarkan. Melalui gadget kita dapat mengakses berbagai informasi yang ada dalam media sosial terutama dalam hal menunjang proses pembelajaran Bahasa Arab.

Hasil penelitian terdahulu ini Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi TikTok dapat dimanfaatkan bagi penggunaannya untuk memberikan pembelajaran bahasa Arab dan tidak hanya digunakan untuk hiburan saja. Dan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam pemanfaatan aplikasi TikTok dalam memberikan

pembelajaran bahasa Arab dengan menggunakan berbagai macam fitur-fitur yang disediakan, dengan demikian pembelajaran bahasa Arab yang disampaikan dapat lebih menarik dan inovatif sehingga menarik perhatian pengguna lainnya untuk ikut serta melihat dan membagikannya.

**Tabel 2. 1**  
**Matriks Penelitian Terdahulu dari Andriyana, 2021**

| <b>NO</b> | <b>ITEM</b>                                                   | <b>PENELITI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota                              | Andriyana, 2021, TikTok Terhadap Variasi Bahasa Kolokial Pada Kalangan Remaja Indonesia, Malang.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2.        | Tujuan Penelitian                                             | Tujuan dari penelitian ini adalah analisis pengaruh TikTok Terhadap Variasi Bahasa Kolokial pada remaja dan teman sejawat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3.        | Pendekatan Penelitian                                         | Deskriptif kualitatif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4.        | Teori                                                         | Jarum Hypodermik                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 5.        | Hasil Penelitian                                              | Hasil dari penelitian ini kehidupan sosial dan masyarakat yang itu sudah membudaya dalam keseharian masyarakat Indonesia. Penggunaan aplikasi TikTok tersebut mempengaruhi bahasa keseharian atau bahasa kolokial sebagai kalimat yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kajian etnolinguistik pada tataran teknologi dapat menyimpulkan bahwa sosial media TikTok sangat mempengaruhi perilaku bahasa masyarakat terutama di kalangan remaja. Penulis melihat bahwa dampak bahasa yang terjadi pada penggunaan aplikasi TikTok sangat berpengaruh besar sehingga perlu adanya pengarahannya pada penggunaan bahasa atau sosialisasi di dalamnya. Pengaruh TikTok yang sangat signifikan tersebut harus bisa dimanfaatkan juga untuk sosialisasibahasa yang baik dan benar. |
| 6.        | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan | Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti Sama sama meneliti tentang efek dari sosial media TikTok yang menyebabkan para penggunanya banyak menggunakan bahasa bahasa baru yang muncul di masyarakat, terutama bagi kalangan anak muda.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|    |        |                                                                                                                                                                                                       |
|----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. | Kritik | Dari penelitian yang dilakukan oleh Andriyana setelah membaca dengan seksama ada beberapa yang kurang dalam memaparkan reslitas yang terjadi di kalangan remaja Indonesia terhadap penggunaan TikTok. |
|----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Tabel 2. 2**  
**Matriks Penelitian Terdahulu dari Marisa Oktaviana, 2021**

| <b>NO</b> | <b>ITEM</b>                                                   | <b>PENELITI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota                              | Marisa Oktaviana, 2021, Budaya komunikasi virtual di Twitter dan TikTok: Perluasan makna kata estetik, Surabaya                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2.        | Tujuan Penelitian                                             | Bertujuan untuk (1) menelusuri fenomenamassifnya penggunaan kata estetik di Twitter dan TikTok, (2) penggunaan kata estetik di berbagai jenis unggahan konten dan cuitan, (3) menemukan makna baru dari kata estetik, (4) motivasi pengguna Twitter dan TikTok untuk menggunakan kata estetikdalam unggahan konten dan cuitan. Selain itu untuk mendukung hasil beberapa penelitian terdahulu tentang kemampuan budaya komunikasi virtual di media sosial dalam menciptakan kata baru dan makna kata baru.                                                         |
| 3.        | Pendekatan Penelitian                                         | Etnografi virtual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 4.        | Teori                                                         | Etnografi Komunikasi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5.        | Hasil Penelitian                                              | Hasil penelusuran virtual menunjukkan bahwa kata estetik telah mengalami perluasan makna. Kata estetik tidak sekadar bermakna indah tetapi juga berarti ungkapan kelucuan, ekspresi sindiran, dan pujian penampilan fisik. Penyebab perluasan makna adalah penggunaan kata estetik pada caption, cuitan, komentar, dan tagar oleh pengguna Twitter dan TikTok. Motivasi penggunaan kata estetik, disebabkan mengikuti tren, keisengan, dan candaan. Budaya berkomunikasi di media sosial berperan penting dalam perluasan maknakata dan penciptaan kata-kata baru. |
| 6.        | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan | Persaam penelitian yang dilakukan oleh Marisa Oktaviana memiliki persmaan dengan penelitian yang akan saya lakukan, penelitian ini meneliti terkait perluasan makna yang muncul di masyarakat yang diakibtakn oleh sosial media TikTok dan tweeter sama dengan                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|    |        |                                                                                                                       |
|----|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |        | penelitian yang akan saya lakukan yaitu banyaknya bahasa bahasa baru di masyarakat akibat sosial media TikTok.        |
| 7. | Kritik | Dari penelitian ini kurang dalam membahas secara mendalam terkait penggunaan teori yang menjadi acuan dalam meneliti. |

**Tabel 2. 3**  
**Matriks Penelitian Terdahulu dari Hasan, 2021**

| <b>NO</b> | <b>ITEM</b>                                                   | <b>PENELITI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota                              | Hasan, 2021, Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Pembelajaran Bahasa Arab, Kalimantan Selatan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.        | Tujuan Penelitian                                             | Tujuan dari penelitian ini untuk bisa menggambarkan bagaimana pemanfaatan aplikasi TikTok pada pembelajaran bahasa Arab                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3.        | Pendekatan Penelitian                                         | Deskriptif Kualitatif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 4.        | Teori                                                         | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 5.        | Hasil Penelitian                                              | Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi TikTok dapat dimanfaatkan bagi penggunanya untuk memberikan pembelajaran bahasa Arab dan tidak hanya digunakan untuk hiburan saja. Dan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam pemanfaatan aplikasi TikTok dalam memberikan pembelajaran bahasa Arab dengan menggunakan berbagai macam fitur-fitur yang disediakan, dengan demikian pembelajaran bahasa Arab yang disampaikan dapat lebih menarik dan inovatif sehingga menarik perhatian pengguna lainnya untuk ikut serta melihat dan membagikannya. |
| 6.        | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan | Persamaan Penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan saya lakukan yang mana sama sama meneliti tentang sosial media TikTok, sama dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu akan meneliti efek sosial media TikTok. Perbedaan Penelitian terdahulu ini meneliti terkait pengaruh media sosial TikTok terhadap pembelajaran bahasa arab, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan lebih kearah fenomena munculnya bahasa gaul dari aplikasi TikTok tersebut.                                                          |
| 7.        | Kritik                                                        | Teori utama yang menjadi acuan dalam penelitian ini tidak dijelaskan hanya saja menjelaskan konseptual nya saja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## 2.2. Kerangka Pemikiran

### 2.2.1. Kerangka Teoritis

#### 2.2.1.1. Tinjauan Ilmu Komunikasi

##### a. Definisi Komunikasi

Melalui komunikasi orang berusaha mendefinisikan sesuatu, termasuk istilah komunikasi itu sendiri, tidak ada definisi yang dapat menggambarkan fenomena secara utuh. Banyak sekali definisi komunikasi komunikasi berbeda atau bahkan bertentangan satu sama lain. Seperti dikemukakan Littlejohn, perdebatan mengenai definisi komunikasi awal tahun 1990-an di antara beberapa teoritis komunikasi, telah menyarankan beberapa kemungkinan untuk mendefinisikan komunikasi. Ada beberapa definisi komunikasi dari para ahli di bidang komunikasi dikutip dari buku (Yasir, 2020)

Harold D. Laswell: (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?*).

Bernard Berelson dan Garry A. Steiner: Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Thodore M. Newcomb: “Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dan sumber kepada penerima”.

Carl I Hovland: “ Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)”.

Everett M. Rogers: “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

Berdasarkan definisi Laswell di atas dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain. Pertama, sumber (*source*) atau yang sering disebut juga pengirim (*sender*). Yang kedua penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*). Yang ketiga adalah pembicara (*speaker*).

Adapun yang disebut dengan komunikasi kesehatan yang mana komunikasi kesehatan adalah cabang ilmu yang multidisipliner dengan menggunakan metode komunikasi massa. Dampak dari komunikasi kesehatan adalah meningkatnya permintaan terhadap produk atau layanan kesehatan, mudahnya mengakses layanan kesehatan dan pemahaman masyarakat terhadap kesehatan modern (Paramasari & Nugroho, 2021).

#### b. Fungsi Komunikasi

Komunikasi sebagai fungsi sosial, ini mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep diri kita, aktualisasi diri,

untuk keberlangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur serta mempunyai hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2020).

Orang juga berkomunikasi bisa untuk menunjukkan dirinya eksese, inilah yang disebut aktualisasi diri atau yang lebih tepatnya lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri bisa terlihat pada saat uraian penanya dalam seminar, meskipun moderator sudah memberi aturan dalam bertanya agar bertanya secara singkat, namun seringkali penanya selalu berbelit-belit menyampaikan argumen-argumen nya meskipun seringkali tidak relevan dengan konteks yang sedang di bahas, sama halnya dengan fenomena di zaman sekarang kebanyakan anak muda mengunggah konten-konten yang kurang pantas dilihat bahkan sampai membuat masalah di masyarakat hanya untuk eksistensi diri (Mulyana, 2020).

#### c. Syarat Komunikasi

Adapun beberapa syarat agar aktivitas komunikasi bisa berjalan dengan baik dan efektif berikut beberapa syarat komunikasi yang dikutip dari buku (Koesomowidjojo, 2021) :

##### a) Sumber (*Source*)

Yang dimaksud sumber disini adalah asal atau dasar dalam penyampaian informasi / pesan yang bertujuan untuk memperkuat pesan tersebut. Ada beberapa sumber komunikasi, antara lain cetak, elektronik, internet.

##### b) Komunikator

Komunikator merupakan perantara yang menyampaikan pesan atau penyampai pesan / informasi kepada pihak lain. Dalam penyampaian pesan ini dapat diampu oleh individu atau kelompok.

c) Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang menerima pesan atau informasi yang berasal dari komunikator, ini bisa individu baik kelompok maupun sebuah organisasi.

d) Pesan

Pesan merupakan keseluruhan yang disampaikan oleh pihak komunikator kepada komunikan yang mana untuk bisa bertujuan untuk memberikan pengaruh ataupun merubah sikap dan perilaku orang.

e) Saluran

Saluran baik secara formal maupun informal merupakan media yang digunakan oleh komunikator dalam mengirimkan pesan kepada komunikan

f) Efek

Efek merupakan tahap akhir dari komunikasi yang berbentuk dari perubahan sikap dan perilaku dari komunikan baik secara individu maupun kelompok.

Proses komunikasi sekarang ini sangat terbantu dengan majunya teknologi media baru. Harga gadget yang semakin murah dan dibarengi dengan

semakin murah harga kuota internet membuat sekarang semakin gampang untuk berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja. Kemurahan dan kemudahan di atas juga dibarengi dengan semakin berkembangnya perkembangan fitur pada gadget. Gadget memiliki fitur yang beragam dimana media baru mampu dengan cepat mendekatkan yang jauh, bahkan media baru memungkinkan kita untuk berbicara face to face dengan anak dan keluarga kita yang berada di belahan dunia manapun melalui aplikasi video conference. Kemudahan ini akan mampu menciptakan rasa dekat dari anak terhadap orang tuanya sehingga anak juga akan merasa terlindungi (Isabella, 2020).

#### **2.2.1.2. Tinjauan *Public Relations***

*Public Relations* merupakan sebuah fungsi manajemen dalam membantu menciptakan serta saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama antara satu organisasi dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini publik (Soemirat & Ardianto, 2016).

*International Public Relations Association (IPRA)* memberi definisi PR karena begitu banyak nya definisi PR yang dikemukakan oleh para ahli, pada tahun 1960 sudah muncul ribuan definisi jumlahnya pun tidak kurang dari 2000 buah definisi justru karna kebanyakan definisi akan bisa mengaburkan dari pengertian PR itu sendiri. Definisi PR yang disepakati para ahli yang tergabung dalam IPRA menyatakan dengan tegas bahwa PR adalah fungsi manajemen, artinya PR tersebut melekat pada manajemen. Hal ini juga

sekaligus menyeragamkan definisi yang begitu banyak dalam hubungan antara PR dengan manajemen yang beragam (Sari, 2017).

Profesi PR dengan berbagai kegiatan serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan peran serta tugas seorang PR memerlukan kriteria tertentu antara lain (1) memiliki latar belakang tentang ke-PR-an, (2) kemampuan berorganisasi / manajerial, (3) kemampuan bergaul, (4) kepribadian yang jujur, (5) imajinasi yang luas dan wawasan yang luas, keterampilan menulis / *PR writing* (Soemirat & Ardianto, 2016).

*Public Relations* juga dipakai secara luas dalam konsep komunikasi serta dipakai juga secara luas dibidang yang non bisnis seperti politik, keagamaan, sosial, kenegaraan, dan sebagainya. Oleh karenanya praktisi PR bisa nampak dimana-mana. Kekacauan – kekacauan yang banyak terjadi bisa disebabkan dari pemahaman yang berbeda – beda tentang PR, setiap orang mungkin memiliki definisi atau pemahaman tersendiri tentang PR tetapi semuanya merasa *public relations* sangat penting dan berbahaya jika dilupakan.

#### **2.2.1.3. Tinjauan Teori Fenomenologi**

Fenomenologi pada dasarnya hanya melihat dan memandang segala bentuk dari fenomena yang menghadirkan fenomena tersebut dalam dunia, terlebih dalam dunia kesadaran seseorang. Fenomenologi adalah sebuah ilmu yang melihat dan mempelajari fenomena yang telah nampak dan hadir dalam tengah-tengah kehidupan manusia dengan pandangan yang terarah pada manusia itu sebagai bagian dari pengalaman hidup manusia. Tujuan utama

dari fenomenologi adalah untuk melihat dan memperjelas serta memahami suatu fenomena untuk menciptakan makna berdasarkan pengalaman hidup seseorang (Rorong, 2020).

Menurut Husserl, fenomenologi yakni ilmu yang sangat fundamental dalam berfilsafat, yang mana ini ilmu tentang hakikat yang bersifat *a priori*. Dengan demikian fenomenologi ini dapat diujikan pada sesuatu hal yang masih belum terjadi dan bisa juga digunakan dalam fenomena yang telah dan sedang terjadi. Singkatnya, fenomenologi bagi Husserl yakni gabungan antara psikologi dan juga logika, sehingga membangun penjelasan dan analisis psikologi untuk menjelaskan dan menganalisis tipe-tipe aktivitas subjektif, pengalaman, dan tindakan dasar. Jadi, fenomenologi adalah bentuk lain dari logika, teori tentang makna atau logika semantik menjelaskan dan menganalisis isi objektif dari kesadaran, seperti ide, konsep, gambaran, dan proposisi (Kuswarno, 2013).

Stanley Deetz menyimpulkan bahwa ada tiga prinsip dasar fenomenologi yakni sebagai berikut (Nurhadi, 2015) :

- 1) Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman standar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri.
- 2) Makna berada terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya lagi.

- 3) Bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

#### **2.2.1.3.1. Fenomenologi Alfred Schutz**

Kritikan oleh seorang ahli yang bernama Alfred Schutz tentang gagasan dari Weber dan Husserl tentang sosiologi merupakan landasan metodologis di dalam ilmu sosial berdasarkan pemikiran Schutz yang sangat dikenal dengan studi tentang Fenomenologis. Inti dari pemikiran Alfred Schutz yakni bagaimana tatacara memahami sebuah tindakan sosial melalui penafsiran, dalam proses penafsiran digunakan untuk memperjelas serta memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan sebuah konsep kepekaan yang implisit. Alfred Schutz berpandangan bahwa manusia merupakan makhluk sosial dengan kesadaran akan kehidupan dunia sehari-hari serta dituntut untuk memahami satu sama lain. Dengan demikian adanya terdapat nilai timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman pengalaman bersama. Hubungan – hubungan sosial antara manusia ini kemudian membentuk totalitas dari masyarakat. Sehingga dalam kehidupan sehari – hari totalitas masyarakat dari setiap individu menerapkan simbol – simbol yang diwariskan dari leluhurnya dalam pemberian makna pada tingkah lakunya sendiri (Kuswarno, 2013).

#### **1) Motif**

Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, suatu alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia itu

melakukan atau berbuat sesuatu. Pada dasarnya manusia melakukan tingkah laku mempunyai motif tertentu, serta motif-motif ini dapat bekerja secara sadar ataupun tidak sadar dalam pergerakan kehidupan manusia, menurut Schutz, motif terbagi menjadi dua (Kuswarno, 2013) :

- a) Motif untuk, motif untuk ini menunjukkan pada sesuatu yang akan datang pada masa depan, maka dengan demikian motif ini akan menimbulkan suatu pertanyaan. Disisi lain motif juga ditemukan sebagai dorongan dalam mempertahankan kehidupan yang beorientasi dengan apa yang akan di capai dan kehendak di masa depan.
- b) Motif karena, motif karena menunjukkan pada sesuatu hal yang sudah terjadi atau terjadi di masa lampau, dengan melihat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya tentang dari apa dari akibat dari apa yang dilakukan sebelumnya, pada motif ini ditemukan karena dari apa yang terjadi dari pengalaman masa lalu susah untuk dilupakan karena sudah melekat dalam diri.

#### **2.2.1.3.2. Fenomenologi Edmund Husserl**

Husserl berpendapat bahwa fenomenologi ini dapat mempelajari bentuk dari pengalaman yang telah terjadi dari perspektif orang yang mengalaminya secara langsung. Baginya fenomenologi bukan hanya dapat mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun meliputi prediksi untuk tindakan yang dilakukan pada masa yang akan datang. Maka dari itu fenomenologi ini juga dapat diartikan sebagai salah satu studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa fenomenologi yakni

ilmu yang sangat fundamental dalam berfilsafat, yang mana ini ilmu tentang hakikat yang bersifat *a priori*. Dengan demikian fenomenologi ini dapat diujikan pada sesuatu hal yang masih belum terjadi dan bisa juga digunakan dalam fenomena yang telah dan sedang terjadi (Kuswarno, 2013).

### **1) Makna**

Proses dari pengalaman empiris ke makna esensi ini yang oleh Husserl dinamakan "*ideation*" maksudnya disini objek yang muncul dalam kesadaran bersatu dengan objek itu sendiri, untuk menghasilkan makna yang dijadikan dasar bagi pengetahuan. Dengan demikian makna itu ada dalam hubungan objek nyata dengan objek dalam kesadaran (Kuswarno, 2013).

Definisi makna menurut R. Brown adalah kecenderungan (disposisi) total dalam bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kalimat maupun kata. Konsep dari makna itu sendiri memiliki berbagai makna tanpa ada satu makna yang lebih "betul" dari makna-makna lainnya. Dalam artian, seperti kata-kata lainnya, makna memiliki banyak defisini. Munculnya makna yaitu dari hubungan khusus antara manusia dan kata (Mulyana, 2020).

### **2) Pengalaman**

Pengalaman pada dasarnya terjadi melalui suatu proses dimana rangsangan eksternal seperti cahaya untuk mata, bunyi untuk telinga, serta bau untuk hidung melalui pancaindra yang diteruskan ke pusat tertentu di dalam otak setelah itu di tafsirkan sebuah pengamatan. Seseorang bisa mengamati sesuatu karena timbulnya perasaan minat perhatian yang mengadakan seleksi

dari semua rangsangan yang ada dalam lingkungan untuk diminati atau ditafsirkan. Proses ini memerlukan penggabungan dari apa yang nampak dan apa yang ada dalam gambaran orang yang mengalaminya (Endarmoko, 2016).

### **2.2.2. Kerangka Konseptual**

#### **2.2.2.1. Media Sosial Tik Tok**

Media sosial merupakan alat yang baru untuk berkomunikasi di masa kini yang tidak terpaku pada satu teknik komunikasi melainkan dapat digabungkan dengan banyak fitur lainnya. Media sosial juga merupakan salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan segala hal yang terpenting adalah media sosial juga menjadi alat untuk bertukar informasi yang cepat (Nabila & Elveretta, 2020).

Diantara beberapa media sosial yang sekarang banyak digunakan masyarakat masing - masing media sosial memiliki perbedaan yang mendasar yaitu, Twitter lebih fokus kedalam microblogging dimana blog itu dikelola oleh masing-masing individu yang didalamnya terdapat kolom komentar, deskripsi peristiwa atau bahan lain seperti grafis dan video serta jumlah karakternya pun dibatasi hanya 280 karakter. Facebook hadir dengan berbagai macam fitur yang lengkap, mulai dari update status yang tidak ada batasan karakter, berbagi link, berbagi gambar, serta berbagi video, mengirim pesan, undangan, kuis, group dan lain sebagainya. Instagram merupakan aplikasi khusus untuk berbagi foto, video yang memungkinkan penggunaanya mengambil foto dan video serta menerapkan filter digital dan yang media sosial yang terbilang baru yaitu TikTok aplikasi pembuat video berdurasi 15

detik yang didukung dengan muik, filter dan beberapa fitur yang menarik lainnya (Sitoresmi, 2021).

Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung suatu informasi dan komunikasi dari seorang produsen ke konsumen. Konsumen bisa mendapatkan informasi sebuah produk dari media sosial begitu juga sebaliknya. Produsen dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen dengan menggunakan media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Merrill, menyebutkan bahwa media sosial menjadi media yang potensial untuk menemukan konsumen / pengguna produk dan membangun image merek produk (Dewa & Safitr, 2021).

Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan dan populer dikalangan remaja di Indonesia. Tik Tok memungkinkan untuk penggunaanya membuat video berdurasi 15 detik didukung dengan muik, filter dan beberapa fitur yang menarik lainnya. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan oleh perusahaan teknologi bernama ByteDance di Tiongkok China dengan diberi nama Douyin. Hanya dengan waktu satu tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok (Adawiyah, 2020).

Pada tahun 2020 ini di Indonesia, sosial media yang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya populer di Indonesia adalah aplikasi Tik Tok. Sebenarnya aplikasi Tik Tok bukanlah sosial media

yang baru di Indonesia, karena pada beberapa tahun belakangan di tahun 2018 hingga 2019 Tik Tok sudah mulai dikenal di Indonesia, akan tetapi pada saat itu Tik Tok kadung menjadi aplikasi digital berbasis video yang mengeluarkan output yang sifatnya membodohkan. Bahkan, fenomena internet mengamini itu saat pengguna mengetik ‘aplikasi bodoh’ pada kolom alamat yang kosong. Puncaknya dari itu semua adalah saat Tik Tok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, dengan alasan Tik Tok memproduksi konten negatif, terutama bagi kalangan anak-anak (Hasiholan & Pratami, 2022).

Sistem pertemanan dalam Tik Tok adalah dengan menjadi pengikut dari akun pengguna lainya atau sebaliknya, dengan demikian video yang dibuat dapat dilihat bebas oleh semua pengguna lainya. Dalam membuat satu video dalam media sosial TikTok membutuhkan beberapa tahapan sebagai berikut :

- a) Untuk membuat sendiri video, tekan simbol plus yang berada di tengah bawah beranda.
- b) Kemudian akan muncul sekumpulan judul-judul musik yang dibagi berdasarakan kategori dan bisa pilih sesuai yang kebutuhan untuk musik latar video.
- c) Setelah memilih musik video, selanjutnya ketik konfirmasi untuk menggunakan dan merekam.
- d) Setelah itu tampilan akan berubah ke layar kamera Tik Tok unruk peoses merekam. Disini pengguna dapat memilih fitur-fitur untuk mengkreasikan

video nya seperti filter, efek dan mode mempercepat video atau melambatkan video saat proses perekaman.

- e) Bila pengaturannya sudah semua diterapkan dan sudah pas selanjutnya tinggal klik tahan dan sistem perekaman akan mulai berjalan setelah selesai pengguna bisa mengunggahnya langsung.

#### **2.2.2.2. Remaja**

Remaja merupakan masa peralihan dari usia anak menjadi dewasa. Pada umumnya masa remaja dianggap mulai saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat anak mencapai usia matang secara hukum. Adanya perilaku sikap dan nilai-nilai sepanjang masa remaja menunjukkan perbedaan awal masa remaja yaitu kira-kira dari usia 13 tahun – 16 tahun atau 17 tahun usia saat dimana remaja memasuki sekolah menengah. masa remaja awal yang dimulai dari umur 12-15 tahun, masa remaja pertengahan dari umur 15-18 tahun dan masa remaja akhir dari umur 18-21 tahun (Astuti, 2022).

Rentang usia remaja adalah 10 tahun sampai 21 tahun menurut beberapa ahli. Fase remaja adalah fase peralihan dari fase anak-anak menuju masa dewasa. Karakteristik yang bisa dilihat adalah adanya banyak perubahan yang terjadi baik itu perubahan fisik maupun psikis. Perubahan fisik yang dapat dilihat adalah perubahan pada karakteristik seksual seperti pembesaran buah dada, perkembangan pinggang untuk anak perempuan sedangkan anak laki-laki tumbuhnya kumis, jenggot serta perubahan suara yang semakin dalam. Perubahan mentalpun mengalami perkembangan. Pada fase ini pencapaian identitas diri sangat menonjol, pemikiran semakin logis, abstrak, dan idealistik.

Periode ini disebut fase pubertas (puberty) yaitu suatu periode dimana kematangan kerangka atau fisik tubuh seperti proporsi tubuh, berat dan tinggi badan mengalami perubahan serta kematangan fungsi seksual yang terjadi secara pesat terutama pada awal masa remaja (Diananda, 2018)

Masa remaja dikenal sebagai masa yang penuh kesukaran. Bukan saja kesukaran bagi individu yang bersangkutan, tetapi juga bagi orang tuanya, masyarakat dan bahkan sering kali bagi polisi. Hal ini disebabkan masa remaja merupakan masa transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Para orang tua. Oleh karena itu, masa remaja dikenal juga sebagai masa negativistik yang ketiga, batasan remaja yang digunakan untuk masyarakat Indonesia yakni mereka yang berusia 11-24 tahun dan belum menikah (Hardiyanto & Romadhona, 2018).

Pubertas adalah periode dalam rentang perkembangan ketika anak-anak berubah dari makhluk aseksual menjadi makhluk seksual. Kata pubertas berasal dari kata latin yang berarti “usia kedewasaan”. Kata ini lebih menunjukkan pada perubahan fisik daripada perubahan perilaku yang terjadi pada saat individu secara seksual menjadi matang dan mampu memperbaiki keturunan. Kita dapat mengetahui kapan seorang anak muda mengawali masa pubertasnya, tetapi menentukan secara tepat permulaan dan akhirnya adalah sulit. Kecuali untuk menarche, yang terjadi agak terlambat pada masa pubertas, tidak ada tanda tunggal yang menggemparkan pada masa pubertas (Utami, 2022).

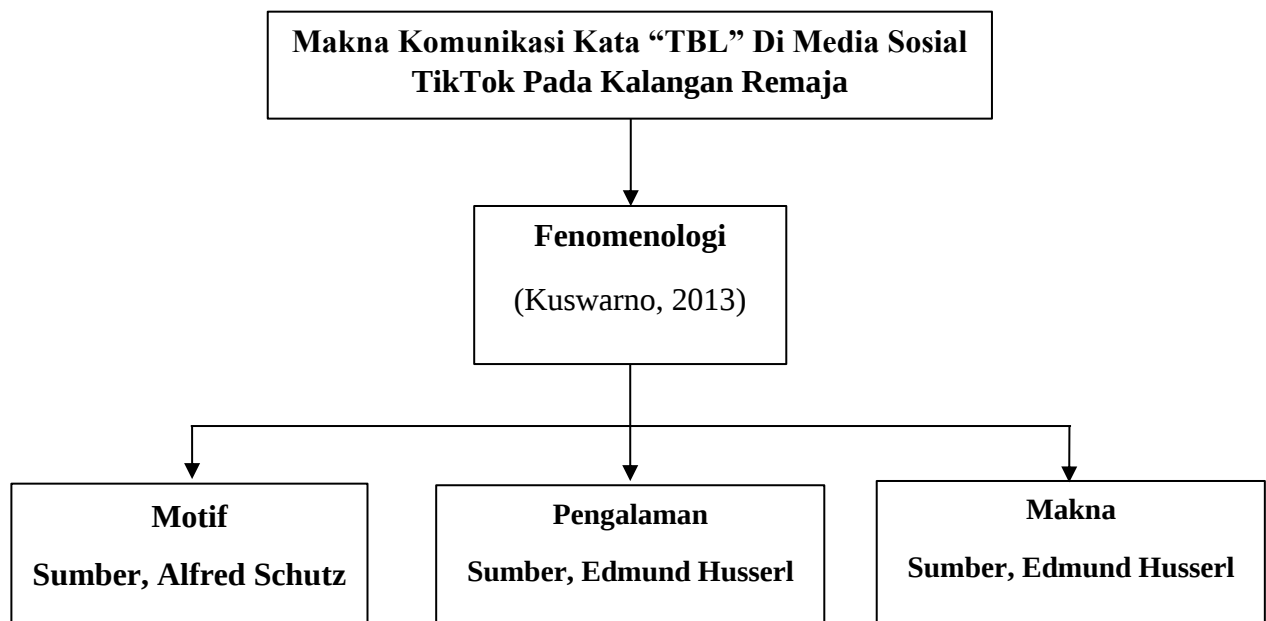
Dipandang dari sudut batas usia, remaja sebenarnya tergolong kalangan yang transaksional artinya keremajaan merupakan gejala sosial yang bersifat sementara karena berada diantara kanak-kanak dengan dewasa. Menurut (Hurlock, 2010) ciri-ciri masa remaja adalah :

- 1) Masa remaja sebagai periode yang penting, perkembangan fisik yang cepat disertai dengan cepatnya perkembangan mental, terutama pada awal remaja. Semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya pembentukan sikap, niat dan minat baru.
- 2) Masa remaja sebagai masa peralihan, dalam setiap periode peralihan status, individu tidak jelas dan keraguan akan peran yang harus dilakukan, pada masa remaja ini bukan lagi seorang anak dan bukan juga orang dewasa.
- 3) Masa remaja sebagai masa perubahan, tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik selama masa awal remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat perubahan sikap dan perilaku juga turut. Ada juga empat perubahan yang sama bersifat universal, pertama meningkatnya emosi yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi, karena perubahan emosi biasanya terjadi lebih cepat selama awal masa. Kedua perubahan tubuh, minat dan peran yang dihadapkan oleh lingkungan sosial untuk dipesankan menimbulkan masalah baru. Ketiga dengan perubahan minat dan pola perilaku maka nilai-nilai juga akan berubah.
- 4) Masa remaja sebagai usia bermasalah, karena ketidakmampuan remaja untuk mengatasi masalahnya sendiri menurut cara mereka menjalani sendiri

banyak remaja yang akhirnya menemukan bahwa penyelesaian tugas selalu baik.

- 5) Masa remaja sebagai usia mencari identitas, pada awal-awal remaja, penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi anak laki-laki dan perempuan lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas dan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal.
- 6) Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja mudah takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku yang tidak normal.
- 7) Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis, menjelang berakhirnya masa remaja pada umumnya baik laki-laki maupun perempuan sering terganggu oleh idealisme berlebihan bahwa segera melepas kehidupan mereka yang lebih bila mencapai status orang dewasa.
- 8) Masa remaja sebagai ambang masa dewasa, dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotipe belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa (Wahyuni, Erianjoni, & Hasmira, 2018)

### 2.2.3. Bagan Kerangka Pemikiran



**Bagan 2. 1 Kerangka Konseptual**

**Sumber : Observasi Peneliti**