

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP GAYA BERKOMUNIKASI SISWA DI SDN 22 MATARAM

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Mataram



**PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP GAYA
BERKOMUNIKASI SISWA DI SDN 22 MATARAM**

Telah memenuhi syarat dan disetujui
Pada tanggal, 3 Januari 2024.

Dosen Pembimbing I



Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si
NIDN.0821078501

Dosen Pembimbing II



Baiq Desi Milandari, M.Pd
NIDN. 0808128901

Menyetujui:

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Universitas Muhammadiyah mataram**

Ketua Program Studi


Hafaturrahmah, M.Pd
NIDN. 0804048501

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP GAYA
BERKOMUNIKASI SISWA DI SDN 22 MATARAM**

Skripsi atas nama Nurlailah telah dipertahankan di depan dosen penguji
Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Tanggal, 3 Januari 2024

Dosen Penguji

1. **Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si** (Ketua) 
NIDN.0821078501
2. **Linda Sekar Utami, M.Pfis** (Anggota 1) 
NIDN.0817088304
3. **Nursina Sari, M.Pd** (Anggota 2) 
NIDN.0806068101

Mengesahkan:
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MHAMMADIYAH MATARAM

Dekan




Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si
NIDN.0821078501

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya mahasiswa program studi Guru sekolah Dasar, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas Muammadiyah Mataram menyatakan bahwa ;

Nama : Nurlailah

NIM : 2020A1H017

Alamat : Pagesangan Baru

Memang benar skripsi yang berjudul Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa di SDN 22 Mataram. adalah hasil karya sendiri dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik di tempat manapun

Skripsi ini murni adalah gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing, jika terdapat pendapat atau karya orang lain yang telah di publikasikan, memang di acu sebagai sumber dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

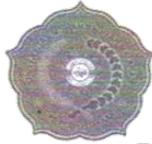
Jika dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, saya siap mempertanggung jawabkannya, termasuk bersedia meninggalkan gelar kesarjanaan yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini yang saya buat dengan sadar dan tanpa tekanan dari pihak manapun.

Mataram, Februari 2024
Yang membuat pernyataan



Nurlailah
NIM. 2020A1H017



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURLAILAH
NIM : 2020A1H017
Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 9 Juli 2002
Program Studi : PGSD
Fakultas : FKIP
No. Hp : 0813 3765 3977
Email : nurlailah654@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Berkomunikasi
Siswa di SDN 22 Mataram

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 31%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 4 Maret 2024
Penulis

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



NURLAILAH
NIM. 2020A1H017

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURLAILAH
NIM : 2020A1H017
Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 9 Juli 2002
Program Studi : Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
No. Hp/Email : 0813 3765 3977 / nurlailah654@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Berkomunikasi
Siswa di SDN 22 Mataram

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 4 Maret 2024
Penulis



NURLAILAH
NIM. 2020A1H017

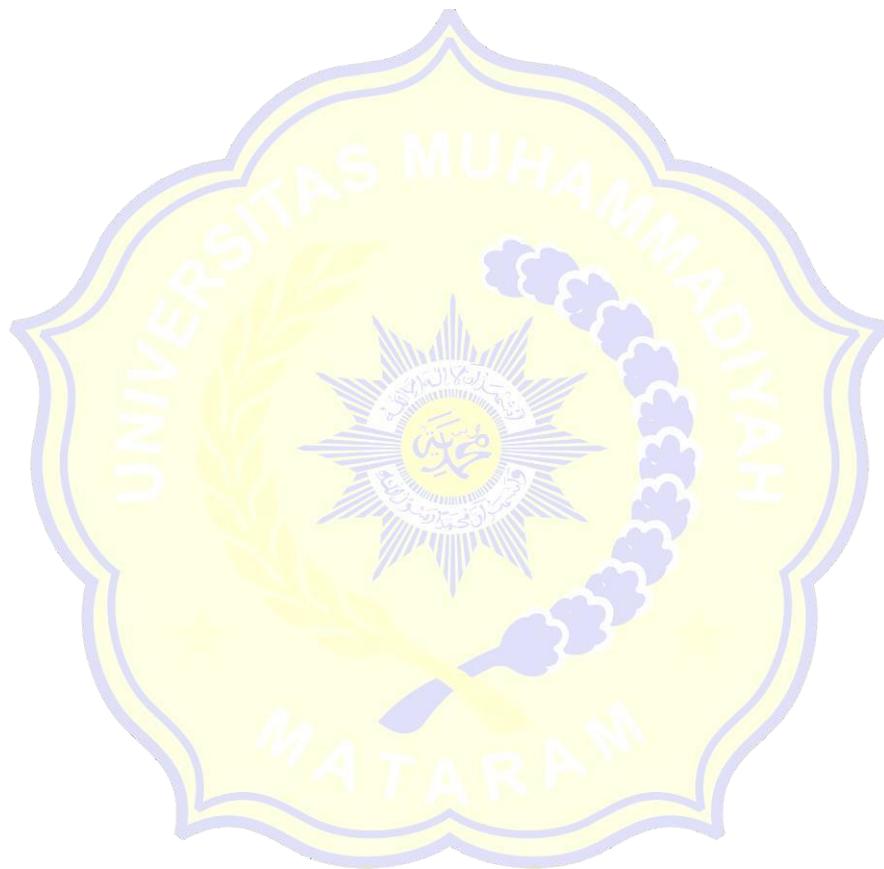
Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

“Berbahagialah, ciptakan kebahagiaan itu dengan hal-hal baik, pemikiran positif dan secercah harapan-harapan kecil yang indah”

-Lilalyaa-



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim.....

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis diberi rahmat, taufik, dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul sebagai berikut:

“Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa Di SDN 22 Mataram”

Sholawat dan salam kupakanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, orang-orang tercinta, dan sahabat-sahabatku yang telah membimbingku ke jalan yang diridhai Allah SWT. Mereka juga membantu saya memahami realitas Islam dan agama, sehingga saya membedakan mana yang benar dan mana yang tidak benar.

Dengan segala kerendahan hati, saya bisa menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Syukur Alhamdulillah yang sebesar besarnya kepada Sang Pemilik langit dan bumi yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran, keikhlasan dan kelancaran dalam setiap langkah dan perjuanganku dalam melewati detik demi detik ini dalam proses pendewasaan hidup sehingga diri ini bisa sampai di titik sekarang ini.
2. Terimakasih yang sebesar besarnya untuk orang tuaku tercinta. Ibunda tercintaku Mardiana, Ibunda tersayangku Nurmi, S. Pd serta Ayahanda hebatku Mansyur H. Ismail. Orang tua terhebat yang selalu berjuang dan

berdo'a menembus langitnya Allah SWT untuk kelancaran dan kesuksesan seorang anak perempuan sulungnya.

3. Terimakasih pula untuk kedua adik-adikku tercinta Nurmallah dan Nurannisah serta nenek terhebatku Nuraenah yang selalu memberikan dorongan serta motivasi yang membangkitkan diri ini untuk tetap sabar dan kuat menjalani langkah demi langkah menuju sebuah kesuksesan dunia akhirat.
4. Tidak lupa pula kepada teman serta sahabatku yang selalu setia dalam menemani hari-hari ini, memberikan dukungan disetiap langkah ini dan mau berjuang hingga akhir.
5. Terimakasih kepada keluarga besar yang telah banyak memberikan banyak motivasi sehingga ananda mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada bapak Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu membimbing penulis sejak penulisan proposal penelitian sampai terselesaikanya skripsi ini.
7. Kepada Ibu Baiq Desi Milandari, M. Pd selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu membimbing penulis sejak penulisan proposal penelitian sampai terselesaikanya skripsi ini.
8. Kepada dosen-dosen PGSD yang senantiasa memberikan ilmunya selama 3,5 tahun ini.

9. Kepada sekolah SDN 22 Mataram yang di pimpin oleh bapak kepala sekolah Mudena, M.Pd beserta guru-guru disekolah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut.

10. Kepada adik-adik di sekolah sebagai responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

11. Kepada almamater tercinta

12. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, ide, dan motivasi dari semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya secara spesifik. Penulis menyambut baik saran dan kritik yang membangun. Idealnya, pembaca yang melakukan studi perbandingan pada subjek yang sama akan menemukan nilai dari temuan peneliti tersebut. Terakhir, saya berdoa semoga Allah memberi Anda kebaikan. Aamiin.

Mataram, 21 Januari 2024

Nurlailah
NIM 2020A1H017

KATA PENGANTAR

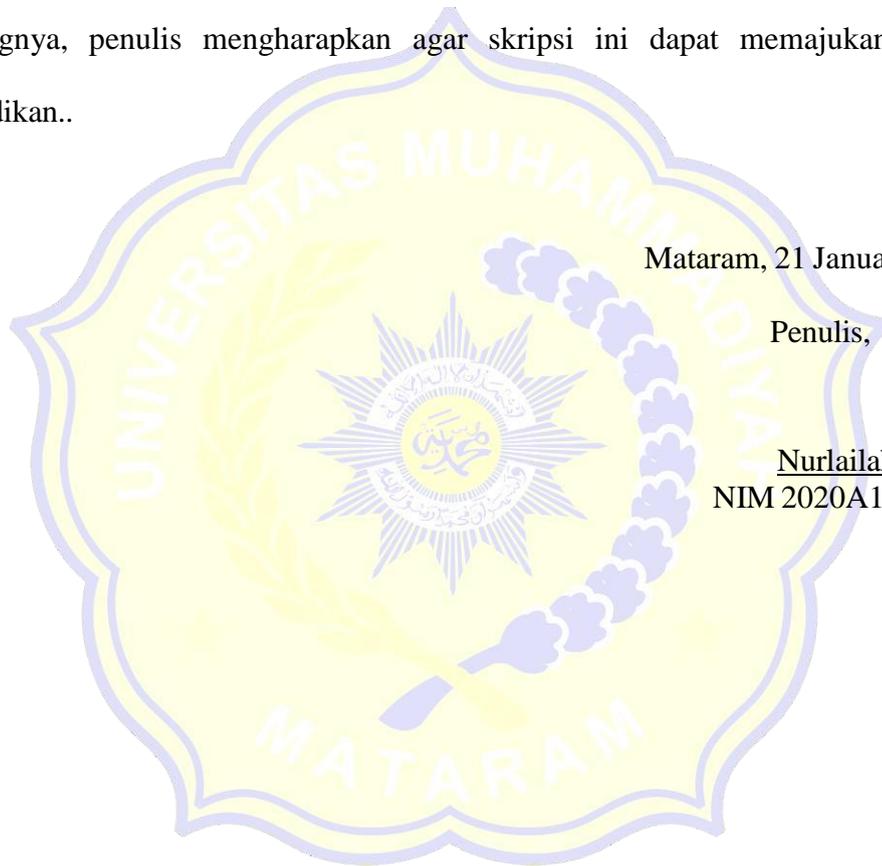
Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah hadir serta atas nikmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan skripsi *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa di SDN 22 Mataram*. Tesis ini mengkaji bagaimana media sosial mempengaruhi pola berkomunikasi anak-anak, yang dapat digunakan oleh guru sekolah dasar sebagai referensi di mana pun mereka berada. Salah satu kriteria penyelesaian studi sarjana (S-1) pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Muhammadiyah Mataram pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan adalah penyusunan skripsi ini.

Penulis mengakui bahwa banyak pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Abdul Wahab, MA. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si. sebagai Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus sebagai dosen pembimbing I.
3. Haifaturrahmah, M.Pd. sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Baiq Desi Milandari, M.Pd. sebagai dosen pembimbing II.

5. Selain menjadi batu sandungan bagi penulis ketika keadaan menjadi sulit, orang tua penulis telah banyak memberikan dukungan, dan pihak-pihak lain yang tidak disebutkan namanya juga telah membantu skripsi ini agar dapat terselesaikan tanpa kendala apapun.

Skripsi ini masih jauh dari kata ideal. Oleh karena itu, penulis dengan tulus mengapresiasi saran dan kritik yang bermanfaat. Dan yang tidak kalah pentingnya, penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memajukan dunia pendidikan..



Mataram, 21 Januari 2024

Penulis,

Nurlailah
NIM 2020A1H017

Nurlailah. 2020A1H017. **Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa di SDN 22 Mataram.** Jurusan Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD)

Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pembimbing 1 : Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si

Pembimbing 2 : Baiq Desi Milandari M.Pd

ABSTRAK

Tiktok adalah jejaring sosial yang menggabungkan elemen audio dan visual untuk berbagi kreativitas dan individualitas pengguna melalui gambar dan video. Setiap pengguna dapat memanfaatkan efek khusus yang khas dan menawan yang selalu ditawarkan oleh media sosial TikTok.. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram.. Penelitian ini menggunakan penelitian metode kuantitatif dengan metode survey, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi serta menyebarkan angket kepada responden sebanyak 93 siswa. Sejalan dengan hasil kuesioner yang telah diisi oleh para responden menyatakan hal yang sama yakni media sosial *tiktok* berpengaruh terhadap gaya berkomunikasi. Pada uji hipotesis yaitu *Uji-Correlations* menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya berkomunikasi. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (3,829) > t-tabel (1.985) dan nilai signifikansi (0.000) < 0.05. maka hipotesis H_0 ditolak, H_a diterima. Hal ini berarti semakin meningkat media sosial yang ada maka gaya komunikasi akan semakin meningkat, yang berarti adanya pengaruh positif yang signifikan antara media sosial *tiktok* dan gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram.

Kata kunci : Media sosial, *Tiktok*, Gaya Komunikasi

Nurlailah. 2020A1H017. *The Effect of Tiktok Social Media on Students' Communication Styles at SDN 22 Mataram.* Elementary School Teacher Education Study Program. Muhammadiyah University of Mataram.

Consultant 1 : Dr. Muhammad Nizaar, M.Pd.Si

Consultant 2 : Baiq Desi Milandari M.Pd

ABSTRACT

TikTok is a social media platform that shares innovative and original audio-visual content through videos and photographs. TikTok social media consistently offers distinctive and captivating special effects for users to utilize. This study aims to investigate the impact of TikTok social media on the communication style of students at SDN 22 Mataram. This study employs quantitative research methodology via a survey approach. Data gathering involves observing and distributing questionnaires to a total of 93 pupils. In line with the results of the questionnaire that the respondents have filled out, the respondents stated the same thing, namely that TikTok social media has an effect on communication styles. The hypothesis test, namely the Correlations Test, shows that the social media variable has a positive and significant effect on communication style. It is because the t -count value (3.829) $>$ t -table (1.985) and the significance value (0.000) $<$ 0.05 . then, the H_0 hypothesis is rejected, and H_a is accepted. It means that the more social media there is, the more communication styles will increase, which means that there will be a significant positive influence between TikTok social media and students' communication styles at SDN 22 Mataram.

Keywords: Social media, Tiktok, Communication Style

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
MATARAM, M.Pd
NIDN. 0003048601

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI..... | v |
| PERNYATAAN BEBAS PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| MOTTO..... | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | xi |
| ABSTRAK..... | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Batasan Operasional | 6 |
| II. LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Penelitian yang Relevan | 8 |
| 2.2 Kajian Pustaka..... | 10 |
| 2.2.1 Media Sosial <i>Tiktok</i> | 10 |
| 2.2.2 Aplikasi <i>Tiktok</i> | 19 |
| 2.2.3 Gaya Komunikasi | 29 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 40 |

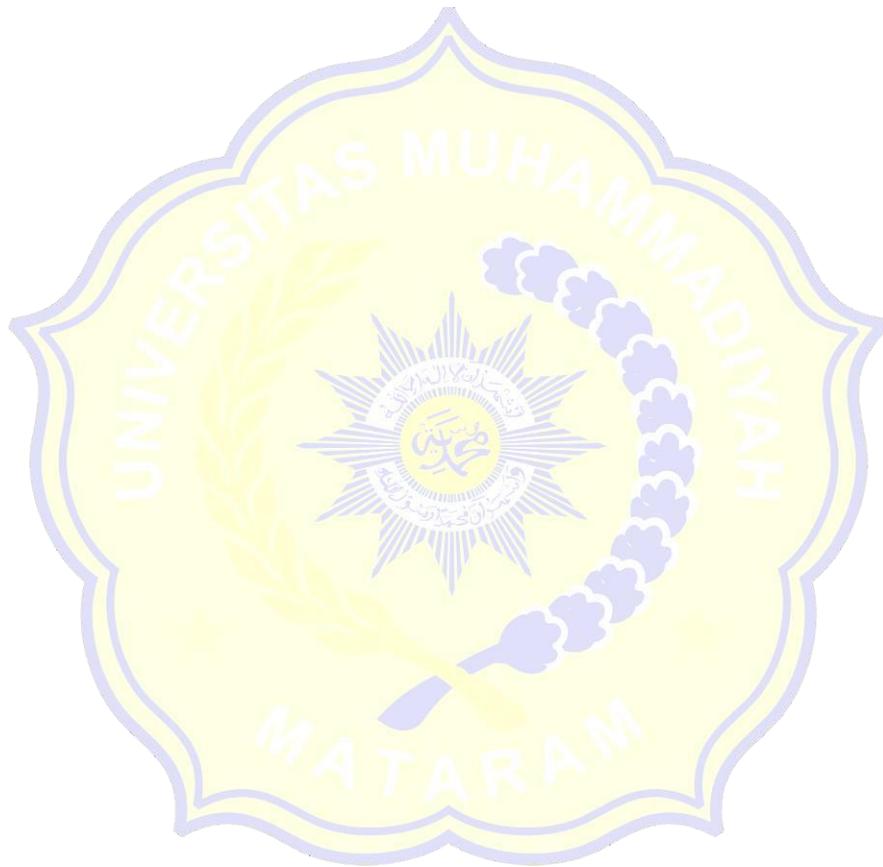
| | |
|--|-----------|
| 2.4 Hipotesis | 40 |
| III. METODE PENELITIAN | 42 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 43 |
| 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian | 43 |
| 3.3 Ruang Lingkup Penelitian | 43 |
| 3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian | 43 |
| 3.5 Variabel Penelitian | 45 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data | 45 |
| 3.7 Instrumen Penelitian | 46 |
| 3.8 Metode Analisis Data | 50 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 57 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 57 |
| 4.2 Pembahasan | 75 |
| V. PENUTUP | 79 |
| 5.1 Kesimpulan | 79 |
| 5.2 Saran | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 81 |
| LAMPIRAN | 84 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 3.1 | Jumlah Populasi Siswa SDN 22 Mataram..... | 44 |
| Tabel 3.2 | Kisi-Kisi Observasi Siswa..... | 47 |
| Tabel 3.3 | Persentase Keterlaksanaan..... | 48 |
| Tabel 3.4 | Kisi-Kisi Angket Siswa | 48 |
| Tabel 3.5 | Interpretasi Koefisien Validitas..... | 52 |
| Tabel 3.6 | Interpretasi Koefisien Reliabilitas | 53 |
| Tabel 4.1 | Jumlah Data Sampel Siswa | 58 |
| Tabel 4.2 | Hasil Keterlaksanaan Observasi | 59 |
| Tabel 4.3 | Data Hasil Angket Kemampuan Gaya Berkomunikasi Siswa | 61 |
| Tabel 4.4 | Hasil Validitas Butir Soal Media <i>Tiktok</i> | 65 |
| Tabel 4.5 | Hasil Validitas Butir Soal Gaya Berkomunikasi Siswa | 66 |
| Tabel 4.6 | Hasil Reliabilitas Soal Angket Media <i>Tiktok</i> | 68 |
| Tabel 4.7 | Hasil Reliabilitas Soal Angket Gaya Berkomunikasi Siswa | 69 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Normalitas..... | 70 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Homogenitas | 71 |
| Tabel 4.10 | Analisis regresi linier sederhana..... | 72 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji T..... | 73 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji F..... | 74 |
| Tabel 4.13 | Uji Koefisien Determinasi R ² | 75 |

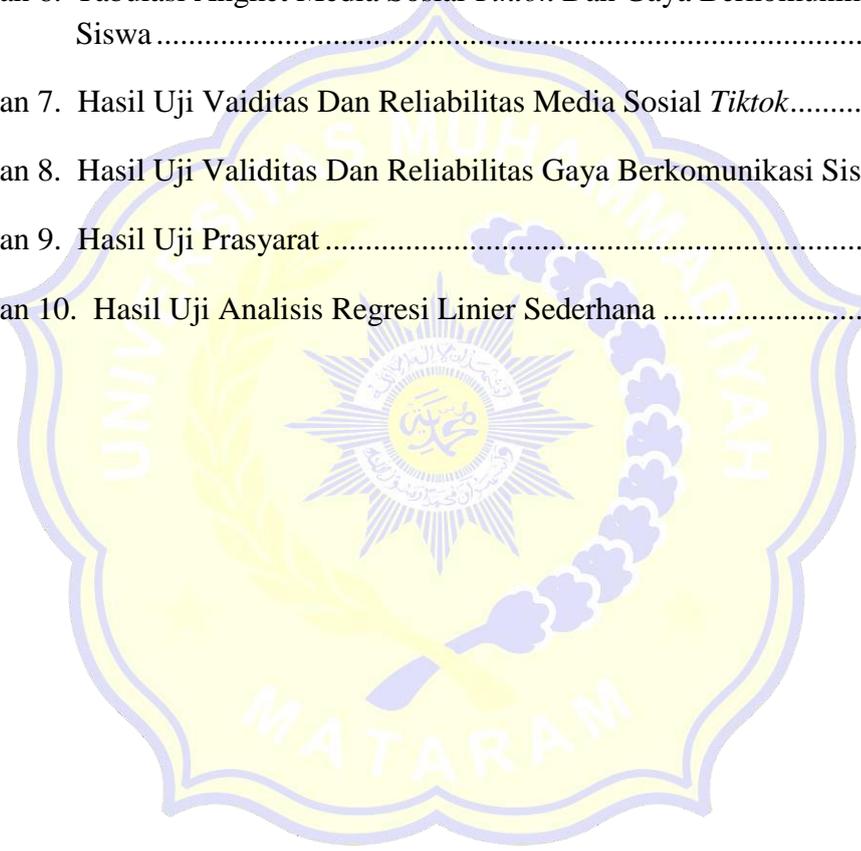
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran 40



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian..... | 85 |
| Lampiran 2. Surat Balasan Penelitian Dari Sekolah | 86 |
| Lampiran 3. Lembar Observasi Siswa..... | 87 |
| Lampiran 4. Lembar Validasi Angket..... | 89 |
| Lampiran 5. Lembar Angket Siswa..... | 91 |
| Lampiran 6. Tabulasi Angket Media Sosial <i>Tiktok</i> Dan Gaya Berkomunikasi Siswa | 97 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Vaiditas Dan Reliabilitas Media Sosial <i>Tiktok</i> | 104 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Gaya Berkomunikasi Siswa. | 106 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Prasyarat | 109 |
| Lampiran 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana | 110 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi di dunia sudah semakin maju. Setiap orang dapat mempelajari sesuatu dari berbagai sumber manapun misalnya melalui teknologi. Penggunaan teknologi saat ini sudah hampir keseluruhan menggunakan internet. Berdasarkan teknologi yang ada dan internet yang memadai, seluruh manusia dapat mengakses segala sesuatu dengan mudah dan cepat.

Kemajuan teknologi informasi mempunyai kekuatan tidak hanya untuk membentuk masyarakat mendunia tetapi juga secara fisik membangun ruang sosial baru. Populasi manusia tanpa disadari ada di dua dunia yaitu dunia fisik dan dunia maya. Masyarakat nyata adalah eksistensi sosial yang dapat dirasakan oleh para anggotanya. Sedangkan ikatan sosial terbentuk melalui pengalaman indrawi. Kehidupan manusia mungkin dipandang sebagaimana adanya dalam masyarakat nyata.

Salah satu teknologi informasi yang paling banyak di gunakan adalah

Handphone sudah banyak digunakan dari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Di dalam sebuah *handphone*, terdapat banyak penggunaan media sosial.

Salah satu instrumen paling penting untuk berbagi informasi di dunia modern adalah media sosial. Keadaan ini telah mengubah sudut pandang

media secara global secara drastis. Perkembangannya dipercepat dengan meluasnya penggunaan ponsel pintar dan internet, serta kemajuan media teknis yang kini semakin merambah kehidupan sosial masyarakat.

Berdasarkan perkembangan yang semakin pesat, maka semakin banyak pula jenis-jenis media sosial yang disediakan. Masih banyak lagi media sosial lainnya, seperti *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, dan *Twitter*. *Tiktok* merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan masyarakat.

Rahmana (2022: 406) *Tiktok* merupakan aplikasi audio visual berbasis video musik. ByteDance, perusahaan China yang membuat jejaring sosial dan aplikasi *tiktok*, saat ini menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh secara global. Aplikasi *Tikok* menawarkan fitur yang memungkinkan pengguna merekam video cepat yang disertai musik, membuat video lipsync, dan membagikannya secara online. Dengan bantuan *Tiktok*, pengguna cukup membuat film pendek dengan efek menarik yang dapat dibagikan kepada teman atau pengguna lain. *Tiktok* merupakan aplikasi yang menawarkan efek khusus yang unik dan menghibur. Dengan banyaknya dukungan musik, aplikasi media sosial untuk video pendek ini memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri melalui menari, gaya bebas, bercakap-cakap, berbagi materi, dan masih banyak lagi. Hal ini mendorong kreativitas pengguna untuk menjadi pembuat konten.

Content creatore ialah sebuah julukan yang diberikan oleh *tiktok* kepada seseorang. *Content creatore* merupakan seseorang yang memposting

informasi dalam sebuah *content* dan dapat di lihat dan dengar oleh seluruh pengguna *Tiktok*. *Content* adalah informasi yang dikomunikasikan melalui teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, bahasa simbolik, kode morse, musik, bahasa tubuh, dan media lainnya, Gahrn melalui (Rahmana, 2022: 406).

Content media sosial *Tiktok* cukup menarik untuk ditelaah karena situs ini memiliki banyak manfaat positif dan negatif. *Content-content* yang terdapat pada media sosial *tiktok* ini dikatakan pro karena banyak *content* yang memuat edukasi, seperti *content* tutorial memasak, ceramah, materi pembelajaran serta masih banyak lagi. Dibalik *conten-content* yang pro tersebut, terdapat juga *content-content* yang dikatakan kontra karena tak jarang juga bermunculan diberanda *tiktok*, antara lain *content* joget-joget, penghinaan tentang sesuatu hal, bahkan sampai pada *content* vulgar yang seharusnya tidak dijadikan konsumsi publik.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Ummu Kalsum tahun 2022 pada skripsinya dengan judul Pengaruh *Tiktok* Terhadap Prestasi Siswa SMAN 5 Bone Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone yaitu media sosial *Tiktok* dapat mempengaruhi prestasi belajar siswa. Terlihat dari bagaimana pemahaman, kesenangan, sikap, hubungan yang membaik dan tindakan yang ditampakkan oleh siswa terhadap pengaruh dari penggunaan media sosial *tiktok*. Hasil dari penelitian ini merupakan salah satu contoh dampak positif yang di terima oleh siswa dari penggunaan media sosial *tiktok*.

Gaya berkomunikasi pada *platfoam* ini tidak menggunakan bahasa yang baku ataupun yang sesuai dengan EYD. Akibatnya, orang-orang yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari berbicara kurang formal, meninggalkan gaya komunikasi mereka sebelumnya, dan kehilangan minat pada aturan bahasa formal. lebih tertutup dan sulit bergaul. Postingan media sosial yang dibagikan dan dilihat menunjukkan bahwa penindasan sering kali terjadi dan tanpa sebab.

Berdasarkan hasil observasi kepada siswa dan serta wawancara awal bersama guru SDN 22 Mataram diketahui bahwasannya siswa yang suka mengakses media sosial terutama *tiktok*, mereka cenderung lebih aktif dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Karakter mereka juga cenderung lebih dewasa dari pada usianya seperti halnya mereka lebih banyak mengetahui kosa kata dan berbagai macam jenis gaya dalam berkomunikasi. Berbeda dengan anak yang tidak menggunakan media sosial terutama media sosial *tiktok*. Mereka lebih cenderung pendiam dan hanya berputar pada lingkungannya saja. Mereka juga cenderung lebih tertutup dengan orang asing. Seperti halnya mereka menjadi bingung ketika berinteraksi dengan orang lanjut usia dan bahkan ada yang pergi begitu saja saat di ajak untuk berkomunikasi. Mereka juga hanya menggunakan kosa kata yang biasa digunakan sehari-hari.

Dengan ini peneliti mengangkat rumusan masalah “Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Beromunikasi Siswa di SDN 22 Mataram” berdasarkan latar belakang yang telah diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, peneliti mengangkat masalah “Apakah terdapat pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram?” sebagai rumusan masalah.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah sebelumnya, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, departemen ilmu komunikasi khususnya yang bekerja dengan *tiktok* dan media sosial lainnya serta departemen ilmiah secara keseluruhan akan memperoleh manfaat dari peningkatan pemikiran dan literatur penelitian ini. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber data untuk proyek penelitian lainnya.
- b. Secara praktis
 - 1) Bagi Peneliti Lain: Diharapkan penelitian ini akan memberi peneliti lebih banyak pengetahuan dan pengalaman saat menggunakan pengetahuan tentang pengaruh gaya komunikasi pada anak-anak.
 - 2) Bagi Orang Tua : Diharapkan dapat membantu orang tua dan pendidik lebih memahami bagaimana membantu anak berkomunikasi satu sama lain, dengan orang tua, dengan guru, dan dengan teman bermain di sekolah dan di lingkungan sekitar.

- 3) Bagi Siswa : Diharapkan siswa dapat mempelajari lebih jauh mengenai media sosial *tiktok* yang mungkin mempengaruhi gaya komunikasi, siswa dapat menggunakan platform tersebut dengan lebih bijak.

1.5 Batasan Operasional

Dengan ini, dasar operasional penelitian ini diberikan, sehingga tidak ada kesalahan dalam menafsirkan atau menyampaikan judul di atas dengan benar. Adapun definisi operasional penelitian ini antara lain:

- a. Media sosial adalah *platform* dengan fitur yang memungkinkan pengguna terlibat dalam interaksi sosial yang memiliki fasilitas mencakup komunikasi dan interaksi sosial dengan mengirim atau memberi informasi, berbagi photo, video, dan sebagainya dengan tujuan untuk sarana berkomunikasi.
- b. *Tiktok* adalah aplikasi dengan komponen audio visual. Aplikasi ini berisi *content* berupa video–video musik, edukasi, informasi dan masih banyak lagi. Orang-orang dari segala usia menggunakan *Tiktok*, dari anak-anak hingga orang dewasa.. Penggunaan bahasa pada aplikasi ini menggunakan bahasa yang digunakan untuk sehari hari juga bahasa formal. Banyak ditemukan gaya berkomunikasi para pengguna *tiktok* yang berbagai macam, sehingga dapat ditemukan kosa kata baru untuk para pendengarnya.
- c. Gaya berkomunikasi yang efektif difasilitasi oleh gaya komunikasi yang dirancang dengan baik. Seseorang yang dapat membawa dirinya secara

efektif atau terlibat dalam percakapan dengan orang lain di sekitarnya dengan baik.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Yang Relevan

Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa Di SDN 22 Mataram adalah judul dari penelitian ini. Sebelum dilaksanakannya penelitian ini telah banyak dilakukan penelitian-penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, seperti berikut ini:

Pertama, “Pengaruh Penggunaan Media New *Tiktok* Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia Tahun 2022” merupakan artikel yang ditulis oleh Carolin (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa, pada tingkat yang signifikan ($0,0000 < 0,05$), terdapat hubungan antara penggunaan media *Tiktok* oleh generasi muda dan perkembangan konsep diri mereka. Dampak penggunaan media sosial *Tiktok*, atau variabel X, merupakan persamaan penelitian ini. Posisi variabel Y adalah dimana penelitian saat ini dan penelitian yang diinginkan peneliti berbeda.. Peneliti sebelumnya meneliti tentang pembentukan konsep diri generasi muda indonesia, sedangkan yang saat ini peneliti akan teliti adalah gaya berkomunikasi siswa.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Kalsum (2022) pada skripsinya dengan judul *Pengaruh Tiktok Terhadap Prestasi Siswa SMAN 5 Bone Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prestasi siswa di SMAN 5 Bone dipengaruhi secara positif oleh komunikasi di media sosial *tiktok*. Persamaan dari penelitian ini dengan

penelitian yang ingin peneliti teliti adalah variabel X yaitu pengaruh *Tiktok*. Adapun perbedaannya terletak pada variabel Y dan lokasi penelitian. Peneliti sebelumnya meneliti variabel Y yaitu prestasi belajar siswa di SMAN 5 Bone, sedangkan penelitian yang ingin peneliti lakukan pada variabel Y yaitu gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2018) pada skripsinya berjudul *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram*. Penelitian ini mengamati penggunaan *Tiktok* oleh Bowo Alpenliebe sebagai personal branding di akun Instagram miliknya, yang menampilkan video yang ia buat dan unggah menggunakan aplikasi tersebut, yang menawarkan beragam efek khusus, musik latar dari artis terkenal lintas genre, dan spesial lainnya yang dapat segera digunakan. Penggunaan *platform* media sosial *tiktok* inilah yang menyatukan skripsi ini dengan skripsi yang penulis tulis. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian lain yang sedang dilakukan saat ini adalah subjek analisisnya; penelitian sebelumnya mengamati personal branding di profil media sosial Instagram. Sementara itu, peneliti melihat “pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa.”

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Media Sosial

2.2.1.1 Pengertian Media Sosial

Istilah “media” dan “sosial” dijadikan sebagai frasa “media sosial”. Yang dimaksud dengan “media” adalah saluran komunikasi.

"Sosial" mengacu pada fakta sosial bahwa setiap orang terlibat dalam aktivitas yang bermanfaat bagi masyarakat. Mulawaran dan Aldila (2017: 67) berpendapat bahwa media dan perangkat lunak secara umum bersifat “sosial” dalam artian keduanya merupakan produk sampingan dari aktivitas sosial.

Dari definisi masing-masing istilah tersebut terlihat jelas bahwa media sosial adalah media komunikasi yang digunakan masyarakat dalam interaksi sosial. Namun, studi para ahli menunjukkan bahwa untuk mendefinisikan media sosial, kita harus mempertimbangkan bagaimana hubungan masyarakat dengan perangkat media telah berkembang.

Usrina (2021:13) mengartikan media sebagai segala sesuatu yang mempunyai kemampuan menyampaikan informasi dari pemberi informasi kepada konsumen informasi. Keuntungan media adalah memudahkan orang menemukan apa yang mereka cari. Dahulu kita harus mencari barang langsung dari tempatnya, namun saat ini kita bisa membeli produk secara online atau menghubungi *customer service*. Bagi pelajar dan peserta didik, materi pembelajaran dapat disampaikan secara konsisten, proses pembelajaran menjadi lebih menarik dan jelas, pembelajaran menjadi lebih interaktif, waktu dan tenaga dapat digunakan dengan lebih efisien, hasil belajar siswa lebih berkualitas, proses dapat diselesaikan dimana saja dan kapan saja. Sikap siswa terhadap

materi dan proses pembelajaran lebih aktif, dan peran guru diubah ke arah yang positif dan konstruktif.

Menurut Ursina (2021:14), media baru adalah teknologi komunikasi berbasis komputer yang memfasilitasi akses informasi di internet secara lebih cepat dan mudah. Fitur-fiturnya antara lain portabilitas, yang memungkinkan pengguna mengakses internet dari mana saja tanpa komputer. Saat ini, pengguna juga dapat mengakses internet melalui *smartphone*, *tablet*, dan perangkat *android*.

Selanjutnya berbasis jaringan, khususnya penghubung antara jaringan yang menggunakan internet dan aplikasi yang terhubung ke internet. *YouTube* sangat interaktif, karena memungkinkan pengguna untuk secara aktif merespons video dan suara selain mendengar dan melihatnya. Respon mengontrol frekuensi dan kecepatan presentasi dimaksudkan untuk secara aktif memasukkan reaksi pengguna, media interaktif didefinisikan memiliki fitur audio-visual, termasuk animasi.

Ketika suatu budaya dipopulerkan, media memainkan dua peran yaitu menyebarkan informasi sesuai dengan tujuannya dan membentuk opini publik, yang pada akhirnya menyatukan pandangan dan preferensi masyarakat. Oleh karena itu, apapun yang datang dari media akan dianggap sebagai suatu nilai oleh masyarakat, dalam contoh ini adalah nilai budaya. Persoalannya, budaya populer selama ini diasosiasikan dengan *stereotip* yang hanya menghasilkan

pencitraan yang tidak berguna, dangkal, dan tidak pantas. Dalam hal ini, pengaruh media adalah menciptakan “realitas media”, yang dibangun berdasarkan sistem yang mereka buat dengan tujuan menghasilkan keuntungan dari individu yang menggunakan semua barang dan jasa yang tersedia.

Berbeda dengan media sosial konvensional, Marini (2021:15) menyatakan bahwa media sosial dapat menampilkan dan menerjemahkan bentuk-bentuk komunikasi teknologi baru. Media sosial dimanfaatkan sebagai alat ekspresi diri dan *branding* diri selain sebagai sarana komunikasi dan interaksi. Seiring berkembangnya teknologi, masyarakat akan memiliki akses terhadap berbagai media, termasuk media sosial, yang mungkin mereka gunakan untuk berbagi pesan dengan pengguna media sosial lainnya. Komunikasi tersebut dapat berupa link, video, foto, atau berita.

2.2.1.2 Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Banyak orang dari seluruh dunia telah memperoleh manfaat dari meluasnya penggunaan situs media sosial, yang menjadikan komunikasi lebih mudah dan lebih murah dibandingkan menggunakan telepon. Mempercepat penyebaran pengetahuan adalah salah satu manfaat lebih lanjut dari situs jejaring sosial.

Menurut Rohmat (2019: 23), media sosial dapat menimbulkan dampak buruk seperti berkurangnya kontak tatap muka atau antar pribadi secara langsung, kecanduan yang berlebihan, dan masalah

etika dan hukum yang timbul dari materi yang melanggar undang-undang privasi, moralitas, dan peraturan. Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein mengategorikan berbagai bentuk media sosial yang tersedia menurut cara penggunaannya dalam artikel mereka "*World Users, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*" yang diterbitkan di Majalah Business Horizons pada tahun 2010 .

2.2.1.3 Jenis Media Sosial

Berikut *platform* media sosial yang dicantumkan Rohmat (2019: 20–21):

1) Aplikasi Media Sosial Berbagi Jaringan Sosial

Di Indonesia, setidaknya ada tiga aplikasi berbagi jejaring sosial terkemuka yang memiliki basis pengguna besar, khususnya untuk konten semacam ini. khususnya *Path*, *Google Plus*, dan *Facebook*. Masing-masing memang mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Di sisi lain, jika aplikasi berbagi aktivitas sosial berkaitan dengan masalah pekerjaan atau pekerjaan, banyak profesional media sosial umumnya menyarankan untuk tidak menggunakannya. Mereka mengklaim bahwa program ini lebih cocok untuk digunakan dalam suasana yang lebih informal dan pribadi, seperti kumpul-kumpul dan acara sosial bersama keluarga, teman, dan kerabat.

Untuk meluncurkan proyek, tujuan, dan ambisi mereka, beberapa organisasi, termasuk badan pemerintah, membuka akun untuk aplikasi ini karena penggunaannya yang luas. Namun, bahasa dan gaya materi yang akan diberikan juga harus lebih santai dan familiar, diikuti dengan contoh situasi dunia nyata, agar dapat lebih memahami segmentasi pengguna dan sifat aplikasi ini. Lebih baik lagi jika ada gambar atau infografis yang disertakan.

2) Aplikasi Media Sosial *Mikroblog*

Aplikasi untuk *mikroblog* adalah yang paling mudah digunakan di antara *platform* jejaring sosial lainnya. Yang dibutuhkan untuk perangkat pendukungnya hanyalah jaringan internet dan aplikasi yang terinstal, *smartphone* tidak lagi diperlukan. Setelah *Facebook*, aplikasi ini adalah yang paling banyak digunakan di Indonesia. Dua program yang sangat populer di masyarakat Indonesia adalah *Tumblr* dan *Twitter*.

3) Aplikasi Media Sosial Berbagi Video (*Video Sharing*)

Aplikasi untuk berbagi video tidak diragukan lagi sangat berguna untuk menyebarkan berita tentang berbagai inisiatif pemerintah. Inisiatif-inisiatif ini dapat berupa pertemuan atau kunjungan lapangan, deklarasi resmi, debat kebijakan yang diadakan di depan umum, atau berbagai upaya dan tantangan pemerintah dalam menjalankan inisiatif perdagangan. Tentu

saja, sebuah video juga harus diperiksa sesuai dengan standar yang sesuai sebelum didistribusikan. Namun, pemerintah juga harus mengawasi, mendukung, dan mengawasi video-video tentang inisiatif perdagangan yang disebarluaskan ke publik. Saat ini, di antara sekian banyak aplikasi berbagi video yang tersedia, setidaknya ada tiga aplikasi *YouTube*, *Vimeo*, dan *Daily Motion* perlu diperhitungkan dalam kaitannya dengan jumlah pengguna dan komunitas yang telah mereka bangun.

4) Aplikasi Berbagi Foto

Di kalangan masyarakat Indonesia, aplikasi jaringan berbagi foto cukup lazim digunakan. Sesuai dengan sifatnya, program ini menyebarkan konten komunikasi sosial yang lebih informal dan tidak serius, beberapa di antaranya menampilkan komponen yang aneh, eksotis, lucu, atau bahkan menyeramkan. Hasilnya, alat ini juga secara efisien menyebarluaskan inisiatif pemerintah. Tentu saja, konten yang dibagikan juga harus memodifikasi sifat aplikasi ini. Kunjungan misi dagang ke lokasi-lokasi yang tidak biasa dan eksotis, pasar, atau komunitas perdagangan tertentu dapat menjadi sumber informasi. Di Indonesia, beberapa aplikasi yang paling banyak digunakan adalah *Instagram*, *Flickr*, *Pinterest*, dan *Picasa*.

5) Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional

Solusi untuk berbagi jaringan profesional biasanya digunakan oleh para peneliti, akademisi, mahasiswa, pegawai pemerintah, dan pengamat. Dengan kata lain, kelas menengah Indonesia memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini publik. Akibatnya, aplikasi semacam ini sangat ideal untuk menyebarkan perjalanan perdagangan yang membutuhkan analisis materi yang luas dan subjek yang membutuhkan informasi mendalam. Aplikasi ini bekerja dengan baik untuk menyebarkan hukum dan aturan lainnya dan membuatnya lebih dapat diterima secara sosial.

2.2.1.4 Fungsi Media Sosial

Menurut Junawan (2020: 45) Media sosial mempunyai beberapa fungsi yaitu :

- 1) Sebagai sarana guna keperluan berjalannya interaksi antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain.
- 2) Sebagai media pemancing komunikasi searah dikalangan banyak masyarakat untuk berinteraksi dan melangsungkan berbagai macam dialog antara para pengguna
- 3) Sebagai pemberi dampak perubahan akan informasi yang ada ditengah masyarakat, hal ini memungkinkan mereka untuk saling berbalas atau memproduksi dan mengkonsumsi pesan,

dengan metode komunikasi penggunaannya berupa teks, audio, serta video.

2.2.1.5 Manfaat Media Sosial

Menurut Rohmat (2019: 26-29) media sosial ialah bagian dari sistem komunikasi, koneksi, dan relasi. Berikut ini merupakan sikap yang harus dikembangkan terkait peran dan manfaat media sosial, yakni :

- 1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.

Beragam informasi dari aplikasi di sosial media dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran guna mencari dan mengangkat data serta isu yang termuat dan tercatat di dalamnya, di sisi lain diterapkan sebagai sarana penyampaian berbagai informasi pada pihak lain, serta akses berbagai konten di seluruh belahan dunia dengan latar belakang sosial, budaya, keyakinan, ekonomi, tendensi, dan tradisi yang berbeda-beda.

- 2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

Sebuah gudang dan dokumentasi yang memuat beragam hal, mulai dari profil dan informasi hingga laporan dan rekaman acara hingga temuan studi penelitian, pada dasarnya adalah inti dari program media sosial. Untuk mengoptimalkan fungsi media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan, institusi, dan masyarakat dapat memanfaatkannya

dengan mengembangkan aturan penggunaan media sosial dan memberikan pelatihan untuk semua orang.

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti memulai blog organisasi, mengintegrasikan berbagai departemen dalam bisnis, berbagi konten yang relevan berdasarkan target audiens di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai dengan tujuan, visi, misi, serta efisiensi dan efektivitas operasi organisasi.

3) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen.

Para ahli di bidang manajemen dan pemasaran dapat menggunakan media sosial sebagai alat yang ampuh untuk mengimplementasikan rencana dan tujuan mereka. Misalnya, untuk menjalankan kampanye, menarik klien yang setia, melacak loyalitas klien, menyelidiki pasar baru, menginformasikan kepada publik, dan mendapatkan umpan balik dari masyarakat umum.

4) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran.

Media sosial dapat digunakan untuk menilai tujuan dan inisiatif serta mempertahankan kontrol perusahaan. Ingatlah bahwa umpan balik dari publik dan pasar berfungsi sebagai tolak ukur, standar, dan kriteria penilaian. Media sosial akan digunakan untuk mengamati secara langsung seberapa baik publik memahami suatu masalah atau isu, bagaimana mereka

mengikuti atau mengabaikan proses, dan apa yang menjadi keinginan mereka. Di media sosial, pergeseran preferensi, ekspektasi, kecenderungan, pilihan, dan persepsi publik akan dipantau secara ketat. Oleh karena itu, media sosial juga dapat menjadi strategi pencegahan yang efektif untuk mengubah atau menghalangi persepsi publik.

2.2.2 Aplikasi Tiktok

2.2.2.1 Pengertian Tiktok

Program yang cukup populer di kalangan banyak orang, termasuk orang dewasa dan anak-anak ini memungkinkan Anda untuk membuat film pendek dengan musik. Aplikasi *tiktok* ini memungkinkan pengguna untuk melihat film pendek yang menampilkan ekspresi yang berbeda dari setiap pembuatnya. Selain itu, pengguna program ini memiliki kemampuan untuk meniru film yang dibuat oleh pengguna lain, seperti film yang menggunakan musik goyang dua jari yang populer. Selain itu, anak-anak di bawah umur juga dapat membuat video ini namun mereka tidak dapat sepenuhnya memahami konten video ini yang membuatnya.

Pengguna dapat mengunduh *tiktok* dari banyak toko, termasuk *Google Play*, *App Store*, dan aplikasi Android. Aplikasi *tiktok* telah diunduh lebih dari 500 juta kali, dan 10 miliar orang menonton video di aplikasi ini setiap harinya, dengan mayoritas pengguna berada di Inggris dan Amerika Serikat. Dengan *tiktok*,

smartphone pengguna menjadi sebuah studio berjalan di mana mereka dapat berinteraksi satu sama lain melalui video berdurasi 15 detik. Video yang ditampilkan di *tiktok* juga berbeda. *Tiktok* juga menawarkan berbagai efek yang dapat digunakan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Agar para kreator dapat mengeksplorasi kemampuan mereka tanpa batas di *tiktok*.

Menurut Mahanani, budaya populer juga memiliki ciri-ciri tersendiri, seperti memulai sebuah tren, memiliki bentuk yang seragam, beradaptasi dengan baik untuk dapat dinikmati oleh masyarakat luas, dapat digantikan ketika meresahkan masyarakat, bertahan sesuai dengan selera masyarakat, memberikan manfaat, dan menimbulkan rasa senang sekaligus resah ketika dinikmati (Nisa, 2023: 13).

Tiktok dapat menjadi budaya yang meluas di Indonesia karena beberapa alasan, menurut Zhao & Ma dalam (Nisa, 2023: 13). Faktor-faktor tersebut antara lain:

- 1) Video singkat yang realistis dan menggambarkan kejadian sehari-hari. Video ini biasanya diproduksi oleh seniman yang selaras dengan realitas masyarakat dan diselubungi humor, gaya, dan elemen lain untuk menarik pemirsa.
- 2) Layanan video pendek langsung yang memungkinkan penyedia konten untuk secara bebas memproduksi film

berdurasi 15 hingga 1 menit, memfasilitasi pembuatan konten dan pemilihan musik.

- 3) Antarmuka program yang mudah digunakan yang memungkinkan pengguna menambahkan efek, gerakan lambat, dan musik khusus ke video mereka di *tiktok*.
- 4) Standar produksi yang lebih tinggi, dengan fitur-fitur yang mendukung materi yang dibuat dengan tepat yang memenuhi persyaratan dan preferensi yang diterapkan.
- 5) Kebebasan pengguna dengan sangat mudah bagi orang-orang untuk mengekspresikan diri dan mendokumentasikan kegiatan sehari-hari mereka.
- 6) Berbicara tentang tren saat ini, pengguna *tiktok* melacak evolusi tren yang terjadi saat ini.
- 7) Pengaruh selebriti
- 8) Pemasaran yang menarik perhatian yang mempromosikan konten yang menghibur dan membantu video menjadi viral dengan cepat.

2.2.2.2 Sejarah Aplikasi *Tiktok*

Prakoso (2020: 23) mengklaim bahwa *Tiktok* adalah aplikasi yang menawarkan efek khusus yang khas dan menawan kepada pengguna yang dapat digunakan untuk memproduksi video pendek dengan cepat dan menarik minat banyak penonton. Aplikasi *Tiktok* merupakan jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok

yang diperkenalkan pada September 2016, menurut Aji dalam Prakoso (2020: 23).

Khairuni melalui Prakoso (2020: 23) mengklasifikasikan indikator media sosial Tiktok sebagai berikut:

- 1) Ada kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan aplikasi *Tiktok*.
- 2) Penggunaan aplikasi *Tiktok* menunjukkan adanya inovasi.

Mereka dapat dengan mudah menghasilkan berbagai macam materi video dengan program jejaring sosial *Tiktok*. Mereka dapat membuat video dengan cara mereka sendiri yang unik selain mengamati dan menyalin. Mereka dapat menghasilkan berbagai video imajinatif berdasarkan ide-ide mereka. Mereka dapat mengambil bagian dalam tantangan yang dibuat oleh pengguna lain selain menonton video yang menghibur dan melakukan sinkronisasi bibir, di antara hal-hal lainnya.

Aplikasi *Tiktok* adalah salah satu aplikasi yang menyediakan hiburan bagi pengguna. Seseorang dapat mengklasifikasikan aplikasi ini sebagai aplikasi untuk penghibur. Aplikasi ini menurut beberapa pengguna, dapat membuat pengguna cukup terhibur. Di beranda program ini, pengguna dapat membaca dengan teliti beragam karya kreatif satu sama lain.

Memfaatkan aplikasi *Tiktok*, seseorang juga dapat menjadi terkenal atau dikenal. Dikenal atau terkenal karena video yang

mereka buat. Beberapa terkenal karena orisinalitasnya, beberapa karena humornya, dan yang lainnya karena daya cipta mereka. semuanya berdasarkan apa yang dikatakan oleh setiap audiens atau pengguna lain. Salah satu perangkat lunak yang memungkinkan pengguna membuat video musik berdurasi pendek disebut *Tiktok*. Pengembang yang berbasis di Cina menciptakan perangkat lunak ini, yang dirilis pada bulan September 2016. Prakoso (2020: 25) melaporkan bahwa *Byte Dance Inc*, meluncurkan jejaring sosial dan aplikasi video musik *Tiktok* di Indonesia sebagai bagian dari ekspansi komersialnya. Pada kuartal pertama tahun 2018, *Tiktok* menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 45,8 juta unduhan.

Menurut Bohang dalam Prakoso (2020: 25) menyatakan bahwa pada tahun 2018, angka ini mengungguli aplikasi terkenal lainnya termasuk *Instagram*, *Facebook Messenger*, *WhatsApp*, dan *Youtube*. Sebagian besar pengguna *Tiktok* di Indonesia adalah kaum milenial, yang terkadang disebut sebagai generasi Z atau anak usia sekolah. Aji via Prakoso (2020: 25) mengklaim bahwa pada tanggal 3 Juli 2018, aplikasi ini diblokir. Setelah mengawasi aplikasi ini selama sebulan, Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan volume pengaduan yang signifikan, dimulai pada 3 Juli, total ada 2.853 laporan yang diterima.

Sejak dirilis, banyak orang yang telah mengenal aplikasi ini terutama anak-anak milenial, anak-anak sekolah, atau generasi Z. Banyak konten yang tidak sesuai untuk dilihat dan ditiru oleh anak-anak, anak-anak generasi milenial, atau anak-anak generasi Z. Banyak remaja dan anak-anak generasi milenial yang membuat video diri mereka sendiri menari dengan musik DJ atau dangdut terbaru saat aplikasi *Tiktok* pertama kali dirilis. Selain itu, banyak anak muda pada saat itu yang terkenal dengan produksi video mereka, seperti Bowo dan Nuraini.

Banyak orang yang ingin seperti Bowo dan Nuraini yang bisa terkenal. Bagi mereka, media sosial berfungsi sebagai platform untuk mengekspresikan diri melalui produksi video yang menarik dan imajinatif. Akibatnya, banyak orang yang mengunduh aplikasi jejaring sosial *tiktok* saat ini. Para siswa sangat senang dengan hal ini karena menggunakan aplikasi ini dapat membuat mereka terhibur dan merasa senang.

2.2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi *Tiktok*

Mulyana menyatakan dalam Prakoso (2020: 25) bahwa ada dua aspek dalam menggunakan *Tiktok* unsur internal dan eksternal. Unsur internal meliputi motivasi, minat, proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan, prasangka, harapan atau keinginan, perhatian (fokus), serta perasaan dan sifat-sifat individu.

Menurut Deriyanto (2018: 78) faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek :

Pengaruh eksternal meliputi hal-hal seperti riwayat keluarga, informasi yang dikumpulkan, pengetahuan dan persyaratan mengenai, intensitas, ukuran, hal yang berlawanan, hal yang baru, dan keakraban atau ketidakakraban terhadap suatu objek (Deriyanto, 2018: 78).

1) Faktor Internal

Variabel internal adalah variabel yang berasal dari dalam diri, seperti emosi. Perasaan adalah suatu kondisi rohaniah atau peristiwa psikologis yang kita alami dengan senang atau tidak senang sehubungan dengan kejadian-kejadian yang diketahui dan bersifat subjektif, menurut Ahmadi via Prakoso (2020: 27). Dengan demikian, sentimen merupakan aspek internal yang mempengaruhi bagaimana aplikasi *tiktok* digunakan, menurut Ahmadi. Sesuai pernyataannya, seseorang tidak akan menggunakan program *tiktok* jika jiwa atau sentimen mereka tidak senang dengan hal tersebut.

Penggunaan aplikasi *tiktok* secara signifikan dipengaruhi oleh variabel internal. Seseorang juga dapat berargumen bahwa penyebab internal termasuk proses belajar bagaimana

memanfaatkan media sosial, khususnya aplikasi *tiktok*. Dengan demikian, platform media sosial seperti aplikasi *tiktok* dapat digunakan untuk lebih dari sekadar hiburan, aplikasi ini juga dapat membantu individu belajar bagaimana berkomunikasi satu sama lain dan menumbuhkan kreativitas dalam diri mereka. Dari sudut pandang negatif, menggunakan aplikasi *tiktok* juga dapat menyebabkan orang menjadi malas dan melupakan apa yang harus dilakukan.

2) Faktor Eksternal

Orang-orang menggunakan aplikasi *tiktok* untuk berbagi video, seperti rekaman kapal tenggelam atau kejadian lain, dengan pengguna lain untuk menyebarkan informasi tentang peristiwa yang relevan dengan cepat. Menurut Nasrullah dalam Prakoso (2020: 27), media sosial memproduksi konten, membangun representasi identitas, dan terlibat dalam relasi berdasarkan informasi, sehingga informasi pada akhirnya menjadi identitas platform. Oleh karena itu, informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana aplikasi *tiktok* digunakan. Jika seseorang tidak mendapat informasi tentang *tiktok*, mungkin saja mereka tidak akan dapat mengidentifikasi aplikasi tersebut dan mendaftar untuk menggunakannya.

Oleh karena itu, informasi dianggap sangat penting saat menggunakan aplikasi *tiktok*. Salah satu cara media sosial, yang merupakan salah satu jenis media informasi, berdampak pada orang-orang adalah dengan mengubah tingkat pengetahuan mereka. Oleh karena itu, informasi juga dapat berdampak pada seseorang jika mereka terbiasa dengan platform media sosial seperti *tiktok*.

2.2.2.4 Dampak Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Bagi Anak

Ada hal baik dan buruk yang muncul dari wabah demam *Tiktok*. Secara positif, Ardhiani (2020) mengklaim bahwa aplikasi *Tiktok* sendiri menawarkan sejumlah keuntungan, termasuk:

1) Kreatif

Aplikasi *Tiktok* menginspirasi pengguna untuk menghasilkan berbagai karya seni yang menampilkan kreativitas mereka dalam berbagai media, termasuk lukisan dan tarian. Selain itu, *Tiktok* dapat meningkatkan kemampuan produksi video. Selain itu, *Tiktok* menyediakan berbagai macam musik untuk latar belakang video, sehingga memungkinkan pengguna untuk membuat video yang menarik.

2) Meningkatkan suasana hati

Bermain *Tiktok* adalah metode yang baik untuk meringankan suasana hati saat anda sendirian dan bosan. Tidak lagi mustahil untuk bermain *smartphone* saat berkumpul

bersama orang-orang terkasih. Dengan membuat video yang berbagai macam bersama-sama, kita bisa meningkatkan suasana kumpul-kumpul.

3) Olahraga

Gerakan yang dilakukan dalam video adalah jenis latihan yang menyenangkan, yang mencegah kita menjadi lebih sehat.

Adapun kekurangannya, seperti berikut:

1) Batasan umur

Karena remaja dan bahkan anak-anak yang lebih muda dapat dengan mudah mengakses video-video ini, banyak konten yang dibuat pengguna *Tiktok* yang tidak mengatur video mana yang pantas atau tidak pantas untuk dipublikasikan untuk memberikan contoh yang buruk bagi orang lain untuk diikuti.

2) Ingin viral dengan video yang vulgar

Beberapa orang akan melakukan apa saja untuk membuat video menjadi viral, bahkan menari dengan pakaian yang terlalu terbuka atau menunjukkan adegan yang tidak pantas untuk konsumsi publik.

3) Percakapan Grup

Aplikasi *Tiktok* memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan dengan orang asing dalam grup

pengguna lain. Hal ini memiliki efek merugikan yang parah jika anda menggunakannya secara sembarangan.

4) Menghabiskan Waktu

Meskipun menonton video orang lain mungkin dapat menghibur, hal ini juga dapat membuang-buang waktu. Remaja berhenti untuk melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat. Karena diyakini bahwa bermain *tiktok* memiliki efek positif dan berbahaya, ada netizen yang setuju dan tidak setuju dengan pernyataan ini. Pada akhirnya, anda harus menggunakan *tiktok* dengan bijak untuk diri anda sendiri.

2.2.3 Gaya Komunikasi

Seseorang menggunakan kata-kata untuk menyampaikan pesan untuk melakukan tugas dengan cepat, untuk menunjukkan kasih sayang, untuk mengekspresikan kemarahan, dan untuk mengekspresikan ide dan perasaan yang menginspirasi. Kombinasi dari "gaya komunikasi" ini semuanya berfungsi untuk menarik batas-batas di sekitar dunia nyata, interaksi antar pribadi, dan hubungan dengan konsep-konsep tertentu.

Kemampuan berkomunikasi melalui "gaya komunikasi" menunjukkan tingkat kesadaran diri yang tinggi, menurut Liliweri (2011: 308). Setiap orang memiliki cara unik dalam berbicara yang mereka sebut sebagai gaya komunikasi pribadi. Karena gaya komunikasi merupakan ciri kepribadian, maka gaya komunikasi sulit untuk diubah.

Rejeki (2023: 161) menegaskan bahwa untuk mengharap kan siswa berkomunikasi dengan karakter, perlu untuk mendukung dan mendorong mereka untuk berani. Beberapa contoh dari sikap berani adalah mengambil inisiatif, memberikan saran, berbicara di depan umum, dan berbagi sudut pandang yang berbeda.

2.2.3.1 Pengertian gaya komunikasi

- 1) Menurut definisinya, gaya komunikasi adalah proses kognitif yang membentuk konten literal dengan mengumpulkan "perilaku mikro" dan menambahkannya ke penilaian makro. Diyakini bahwa komunikasi adalah proses penyampaian makna harfiah. sebuah prosedur mental yang membangun bentuk konten agar dapat dinilai secara makro. Gaya setiap orang selalu merupakan cerminan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dalam hubungannya dengan orang lain.
- 2) Cara lain untuk memikirkan gaya komunikasi adalah sebagai meta-pesan yang menetapkan kerangka kerja tentang bagaimana isyarat verbal harus dipahami dan dikenali. Berkomunikasi dalam upaya untuk merepresentasikan identitas unik seseorang untuk memengaruhi cara orang lain melihatnya.
- 3) Kombinasi komponen komunikasi lisan dan visual dapat dianggap sebagai gaya komunikasi. Individu menggunakan istilah-istilah tertentu yang mendefinisikan gaya komunikasi

mereka untuk mengekspresikan diri mereka secara lisan. Nada dan kenyaringan termasuk dalam semua komunikasi lisan.

2.2.3.2 Tipe atau kategori gaya komunikasi

1. Para ahli komunikasi telah mengkategorikan berbagai bentuk atau kategori gaya komunikasi ke dalam 10 macam, yang antara lain adalah sebagai berikut, menurut Norton dalam Liliweri (2011:359).

- a) Gaya dominan (*dominant style*), atau kemampuan untuk menarik perhatian dalam konteks sosial.
- b) Gaya dramatis (*dramatic style*), yaitu cara berbicara seseorang yang selalu hidup.
- c) Gaya kontroversial (*controversial style*): Ini mengacu pada gaya komunikasi seseorang yang secara konsisten menantang orang lain dengan berdebat atau berbicara dengan cepat.
- d) Gaya animasi (*animated style*), juga dikenal sebagai gaya komunikasi animasi, yaitu tingkah laku seorang komunikator nonverbal yang aktif.
- e) Gaya yang mudah diingat (*impression style*): ini adalah gaya komunikasi yang mengesankan yang memotivasi orang lain dan mudah diingat.

- f) Gaya santai (*relax style*), juga dikenal sebagai gaya komunikasi seseorang yang ceria dan tanpa beban yang penuh dengan senyuman dan tawa.
- g) Gaya penuh perhatian (*attentive style*): Gaya ini mengacu pada gaya komunikasi seseorang yang mendengarkan orang lain dengan penuh perhatian, memberikan seluruh perhatiannya, dan menunjukkan empati dan simpati.
- h) Gaya terbuka (*open style*), yaitu cara yang jujur dan terkadang langsung di mana seorang komunikator yang terbuka menampilkan diri mereka sendiri.
- i) Gaya bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi dimana pembicara merasa terhubung dengan orang lain, selalu memberikan respon positif, dan menawarkan bantuan.
- j) Gaya tepat (*exact style*): dalam gaya tepat ini, komunikator dituntut untuk mendiskusikan materi yang benar dan tepat selama komunikasi lisan.
2. Terdapat tiga kategori yang termasuk dalam kelompok gaya komunikasi lainnya:
- a) Gaya mulia (*Noble style*), yang merupakan gaya kepribadian yang terhormat, konvensional, dan ekspresif secara halus.

- b) Gaya reflektif (*Reflektif style*), kadang-kadang disebut sebagai gaya yang secara halus menyampaikan kepribadian.
- c) Metode Sokrates (*Socratic style*), yang secara konsisten menyajikan secara spesifik argumen dan analisis yang disajikan selama diskusi.

3. Dalam Liliweri (2011:310), Comstock dan Higgins menganalisis empat macam gaya komunikasi yang didefinisikan oleh Norton.

Kategori-kategori tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Gaya kooperatif (*cooperative style*), yang memadukan orientasi tugas dengan orientasi sosial.
- b) Gaya apperatif (*apperative style*), yang juga dikenal sebagai gaya prihatin, yang secara umum ramah tetapi secara konsisten menyampaikan kekhawatiran dan kepatuhan.
- c) Gaya sosial (*social style*), yang dicirikan sebagai gaya yang dramatis, tepat, ekspresif, dan dominan (gaya yang menguasai orang lain).
- d) Gaya kompetitif (*competitive style*), yang bersifat eksak atau konvensional, ekspresif, tertutup terhadap hal-hal pribadi, dan cenderung terlihat sebagai orang yang suka memerintah dan agresif.

4. Heffner membagi gaya komunikasi McCallister ke dalam tiga kategori, yang tercantum dalam Liliweri (2011: 311):

a) Gaya pasif (*passive style*): cara seseorang yang lebih menghargai pendapat orang lain daripada pendapatnya sendiri dan meyakini bahwa pendapatnya selalu benar.

b) Gaya komunikasi asertif (*assertive style*) adalah gaya komunikasi yang membela dan melindungi hak-hak diri sendiri untuk menegakkan hak-hak orang lain.

c) Gaya agresif (*aggressive style*): Ini mengacu pada perilaku seseorang yang secara konsisten menjunjung tinggi hak-haknya sendiri, meninggikan dirinya sendiri, senang melanggar hak-hak orang lain, dan secara konsisten mengabaikan perasaan orang lain.

5. Tubbs & Moss dalam (Ruliana dan Poppy, 2014:31) mengidentifikasi enam gaya komunikasi dalam bisnis, yang meliputi:

a) *The controlling style*

Jenis komunikasi ini mendominasi dan didefinisikan sebagai upaya untuk mengendalikan, membatasi, dan mengelola tindakan, ide, dan reaksi orang lain. Komunikasi satu arah adalah mereka yang menggunakan metode komunikasi ini.

Pihak-pihak yang mengadopsi pendekatan otoriter ini lebih berkonsentrasi pada penyampaian pesan. Jika tidak sesuai dengan kepentingan mereka, mereka tidak peduli atau menginginkan masukan. Alih-alih peduli dengan pendapat orang lain yang tidak menguntungkan, komunikator satu arah ini bertujuan untuk memanfaatkan posisi otoritas dan pengaruh mereka untuk memaksa orang lain berbagi sudut pandang mereka.

b) *The equalitarian style*

Pembentukan landasan bersama dan penerapan aliran komunikasi tertulis dan lisan dua arah adalah komponen utama dari metode komunikasi ini. Setiap orang dalam organisasi dapat merasa nyaman, informal, dan santai karena tindakan komunikasi dilakukan secara terbuka dalam pendekatan ini. Mereka adalah individu-individu yang memiliki rasa kasih sayang yang kuat dan kemampuan untuk membentuk ikatan yang langgeng dengan orang lain baik secara personal maupun profesional.

Gaya komunikasi ini akan memudahkan orang untuk berkomunikasi di dalam organisasi karena gaya komunikasi ini bekerja dengan baik untuk mempertahankan kolaborasi dan empati, terutama ketika mengambil keputusan untuk masalah yang sulit. Pertukaran

informasi di antara anggota organisasi juga dijamin oleh teknik komunikasi ini.

c) *The structuring style*

Jenis komunikasi ini menetapkan aturan yang harus diikuti, menugaskan dan menjadwalkan pekerjaan, serta menetapkan struktur organisasi melalui komunikasi tertulis dan lisan. Dengan memberikan informasi mengenai jadwal kerja, tujuan perusahaan, dan aturan serta prosedur yang berlaku, pengirim lebih berfokus pada keinginan mereka untuk mempengaruhi orang lain.

d) *The dynamic style*

Karena kesadaran pengirim akan sifat tempat kerja yang berorientasi pada tindakan, gaya komunikasi ini cenderung agresif. Ketika mengajak staf penjualan, atasan atau juru kampanye sering menggunakan teknik komunikasi ini. Pendekatan komunikasi ini bertujuan untuk memotivasi anggota staf agar bekerja lebih efisien dan cepat. Ketika menangani hal-hal penting, metode komunikasi ini bekerja dengan baik.

e) *The relinquishing style*

Meskipun pengirim pesan tetap memiliki wewenang untuk memerintah dan mengatur orang lain, gaya komunikasi ini menunjukkan kesiapan untuk menerima

nasihat, pandangan, atau ide dari orang lain daripada keinginan untuk mengeluarkan perintah. Ketika bekerja dengan orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, rajin, dan mau menerima tanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang diberikan, pesan yang dikirim dalam gaya komunikasi ini akan efektif.

f) *The with drawal style*

Hasil dari penggunaan gaya komunikasi ini adalah melemahnya tindakan komunikasi; yaitu, orang yang menggunakan gaya komunikasi ini memiliki masalah atau tantangan interpersonal, yang membuat mereka cenderung tidak ingin berbicara dengan orang lain. Mengatakan "Saya tidak ingin terlibat dalam masalah ini" adalah sebuah kata sandi bagi seseorang yang berusaha menghindari tanggung jawab dan berkomunikasi dengan orang lain. Akibatnya, pendekatan komunikasi ini tidak tepat dalam hal komunikasi organisasi.

6. Umumnya gaya komunikasi tergolong menjadi tiga golongan, antara lain:

a) Gaya Komunikasi Pasif

Orang dengan gaya komunikasi pasif menahan diri untuk tidak mengekspresikan ide atau sentimen mereka secara terbuka mengenai berbagai masalah yang berkaitan

dengan hak-hak pribadi mereka, termasuk fakta bahwa mereka merasa sulit untuk mengartikulasikan bagaimana mereka ingin kebutuhan mereka dipenuhi. Akibatnya, individu ini tetap berada di luar konflik langsung dengan orang lain. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Menghindari mengekspresikan pikiran atau emosi di depan umum tentang topik-topik pribadi.
- 2) Menghindari konflik langsung dengan pihak lain.

b) Gaya Komunikasi Agresif

Metode komunikasi yang agresif hampir selalu melibatkan manipulasi. Orang yang memiliki gaya komunikasi agresif terbiasa berbicara dengan keras, terampil, percaya diri, dan sering menggunakan kata-kata. Individu ini sering dianggap sombong, banyak menuntut, merepotkan, dan kompetitif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Berbicara dengan percaya diri
- 2) Berbicara secara langsung
- 3) Berbicara dengan terampil
- 4) Berbicara dengan lantang dan jelas.

c) Gaya Komunikasi Asertif

Orang yang memiliki gaya agresif adalah orang yang percaya diri, tegas, dan memiliki harga diri yang tinggi. Ketika berbicara, ia akan menunjukkan ketenangan, berkomunikasi dengan jelas, jujur, dan segera membahas masalah yang sedang dihadapi. Seseorang dengan gaya komunikasi agresif mengekspresikan pikiran dan perasaannya dengan cara yang lugas dan membela tuntutan dan haknya tanpa melanggar hak orang lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berbicara dengan tenang dan jelas;
- 2) Berbicara dengan jujur dan langsung tentang masalah yang ada;
- 3) Mempertahankan kebutuhan dan hak-hak mereka dengan tegas tanpa melanggar hak-hak orang lain.

d) Gaya Komunikasi Pasif-Agresif

Orang yang berkomunikasi dengan cara pasif-agresif ini menggabungkan elemen-elemen gaya komunikasi pasif dan agresif. Oleh karena itu, meskipun gaya komunikasinya pasif dari luar, dia sebenarnya adalah orang yang agresif. Dia keras dan marah, tetapi dia menyembunyikannya dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Seseorang adalah orang yang pemaarah atau jahat di dalam.
- 2) Seseorang adalah orang yang halus di luar.

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian yang menggunakan rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh penggunaan media sosial *Tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram ini diberi judul Pengaruh Media Sosial *Tiktok* Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa di SDN 22 Mataram. Seperti yang dapat diamati dari kerangka pemikiran berikut, kerangka pemikiran penelitian ini mencoba untuk memberikan panduan bagi pelaksanaan penulisan, dengan fokus khusus pada pemahaman alur pemikiran untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan koheren. Namun demikian, kerangka kerja ini bersifat terbuka dan dapat berubah sesuai dengan kondisi aktual di lapangan. Secara sederhana, penulis menguraikan kerangka kerja dalam buku ini dengan menggunakan skema berikut:



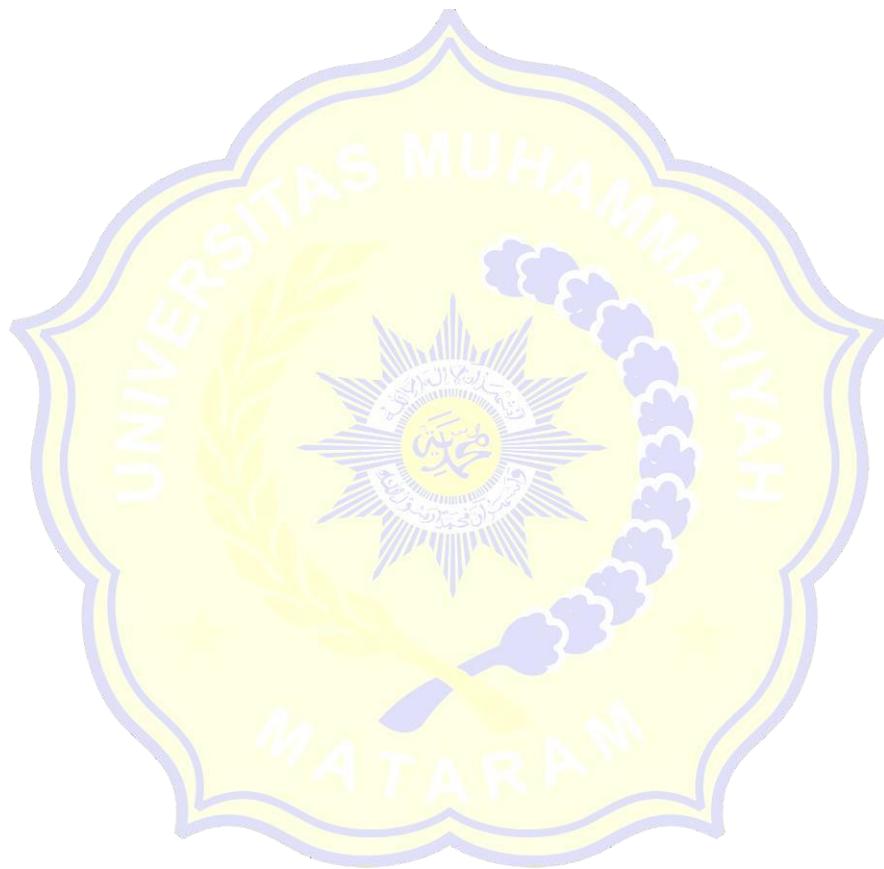
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian, (H_a) didasarkan pada kerangka pemikiran ini dan menyatakan bahwa ada hubungan pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berkomunikasi siswa di SDN 22 Mataram.

Ho = Gaya komunikasi siswa di SDN 22 Mataram tidak terpengaruh oleh media sosial *Tiktok*.

Ha = Gaya komunikasi siswa di SDN 22 Mataram terpengaruh oleh media sosial *Tiktok*.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metodologi penelitian ini adalah metode kuantitatif yang diterapkan. Sugiyono (2021: 56) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif. Penelitian ini melibatkan studi tentang populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui penggunaan instrumen penelitian, dan menganalisis data dengan cara kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi hipotesis.

Metode survei merupakan salah satu teknik penelitian kuantitatif. Pendekatan metode survei adalah metodologi penelitian yang digunakan. Sugiyono (2021:57) mendefinisikan metode survei sebagai teknik penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang kejadian di masa lalu atau sekarang yang berkaitan dengan keyakinan, opini, karakteristik, perilaku hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologi dari sampel yang diambil dari populasi tertentu. Metode survei menggunakan teknik pengumpulan data observasi, seperti kuesioner atau wawancara, yang tidak terlalu mendalam, dan temuan penelitian biasanya digeneralisasi. Karena mereka bermaksud menggunakan data statistik untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan dependen, para peneliti memilih pendekatan kuantitatif termasuk metodologi survei.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

SDN 22 Mataram yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto No.89C, Monjok Barat, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat, merupakan tempat dimana penelitian ini dilakukan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Semester genap yang dimulai pada Januari 2024 merupakan awal dari penerapan penelitian ini di tahun akademik 2023-2024.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Siswa yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan teknik *simple random sampling* yang merupakan cakupan dari objek penelitian yang digunakan oleh peneliti.

3.3.2 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari tahun ajaran 2023-2024, yaitu pada semester genap.

3.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

SDN 22 Mataram merupakan tempat terlaksanakannya penelitian ini.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sebanyak 121 siswa kelas tinggi di SDN 22 Mataram merupakan populasi yang diteliti oleh peneliti.

Tabel 3.1 Jumlah Populasi Siswa Di SDN 22 Mataram

| No | Kelas | Jumlah |
|----|-----------|--------|
| 1 | Kelas 4 A | 20 |
| 2 | Kelas 4 B | 23 |
| 3 | Kelas 5 A | 20 |
| 4 | Kelas 6 A | 29 |
| 5 | Kelas 6 B | 29 |
| | Jumlah | 121 |

3.4.2 Sampel

Dengan menggunakan metode *simple random sampling* untuk pengambilan sampel. Dengan menggunakan rumus SLOVIN, pengambilan sampel acak sederhana memberikan kesempatan yang sama kepada setiap orang dari populasi untuk menjadi sampel penelitian.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

N : ukuran populasi

n : ukuran sampel

e : *margin of error*, atau persentase yang diperbolehkan misalnya, 5%- untuk ketidaktepatan yang diakibatkan oleh kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diterima atau diinginkan.

Tingkat kelonggaran jumlah sampel penelitian, sebagaimana ditentukan oleh rumus Slovin, adalah

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{121}{1 + 121 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{121}{1 + 0.30}$$

$$n = \frac{121}{1.30}$$
$$n = 93.076$$
$$n = 93$$

Sebanyak 93 siswa dalam sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2021:69), variabel *independent* adalah segala sesuatu yang mempengaruhi, yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Media sosial *tiktok* adalah variabel *independent* (bebas) dalam penelitian ini.

3.5.2 Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2021:69), variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independent*. Gaya berkomunikasi siswa adalah variabel terikat dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Strategi atau pendekatan yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dikenal sebagai metode pengumpulan data. Istilah "metode" (juga dikenal sebagai "teknik") mengacu pada konsep abstrak yang hanya terlihat dalam penerapannya melalui survei, wawancara, observasi, dokumentasi, dan cara-cara lain (Riduwan, 2014: 51). Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, kuesioner, dan observasi.

a. Observasi

Pada penelitian ini, observasi dilakukan oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai gaya berkomunikasi siswa serta pengetahuan siswa tentang media sosial *Tiktok*.

b. Pengisian Angket

Partisipan penelitian hanya memiliki akses untuk memilih alternatif jawaban karena kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yang berarti jawabannya sudah disediakan. Alat penelitian yang dikenal sebagai kuesioner adalah serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang harus diisi dan dijawab oleh responden, atau siswa.

c. Dokumentasi

Data mengenai kinerja individu, kelompok, atau organisasi yang sering didokumentasikan dalam bentuk dokumentasi disebut yang sebagai dokumentasi dalam buku Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif. Jika sebuah dokumen diperoleh langsung dari pemiliknya, maka dokumen tersebut dapat dikategorikan sebagai data primer.

3.7 Instrumen Penelitian

Karena instrumen tes mencakup persyaratan atau pertanyaan dengan alternatif jawaban yang telah ditentukan sebelumnya, maka instrumen tes merupakan definisi dari alat ukur (Sukmadinata, 2013: 230). Dokumentasi,

lembar observasi, dan lembar kuesioner merupakan alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7.1 Lembar Observasi

Berikut adalah kisi-kisi lembar observasi yang sudah dibuat dengan berisikan pernyataan bagaimana siswa berinteraksi dengan guru dan teman sekelasnya, serta mengamati bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara mereka.

Berikut adalah kisi-kisi observasi yang akan diamati dan diisi oleh peneliti dalam mengobservasi siswa di SDN 22 Mataram.

Tabel 3.2 Kisi - Kisi Observasi Siswa

| Indikator | Deskriptor | Keterangan | | | | |
|------------|--|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Akun | Siswa mengetahui tentang media sosial <i>Tiktok</i> | | | | | |
| Informasi | Siswa mengetahui hal-hal yang sedang viral melalui <i>Tiktok</i> | | | | | |
| Meniru | Siswa meniru gaya berpakaian dan tingkah laku dari <i>Tiktok</i> | | | | | |
| Komunikasi | Siswa menggunakan gaya berkomunikasi yang kurang baik terhadap lingkungannya karena pengaruh dari aplikasi <i>Tiktok</i> | | | | | |

Keterangan:

1 = sangat tidak setuju

4 = setuju

2 = tidak setuju

5 = sangat setuju

3 = ragu-ragu

Tabel berikut ini menunjukkan panduan untuk penerapan kesimpulan:

Tabel 3.3 Persentase Keterlaksanaan

| Hasil presentase (%) | Kriteria |
|----------------------|---------------|
| $k \geq 90$ | Sangat baik |
| $80 \leq k < 90$ | Baik |
| $70 \leq k < 80$ | Cukup |
| $60 \leq k < 70$ | Kurang |
| $k < 60$ | Sangat Kurang |

Sudjana (2008:118)

3.7.2 Lembar Angket

Alat ukur yang berbentuk kuesioner ini menanyakan banyak pertanyaan tentang gaya komunikasi siswa serta bagaimana mereka memanfaatkan media sosial *tiktok*. Kuesioner sebaiknya diujicobakan terlebih dahulu kepada 20 siswa sebelum disebarkan kepada sampel dengan tujuan untuk mengetahui validitas instrumen. Siswa yang terpilih menjadi sampel penelitian akan mendapatkan formulir kuesioner.

Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket Siswa

| Variabel | Indikator | Sub Indikator | Deskriptor | Keterlaksanaan | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|--|--|----------------|---|---|---|---|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Media sosial <i>Tiktok</i> | Akun | Mengetahui tentang akun media sosial <i>Tiktok</i> | Kamu sudah mempunyai akun <i>Tiktok</i> ? | | | | | |
| | | | Kamu memiliki lebih dari 20 orang pengikut di <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | Intensitas penggunaan | Lama penggunaan | Kamu bermain <i>Tiktok</i> lebih dari 8 jam sehari? | | | | | |
| | | | Kamu mampu membagi waktu untuk belajar dan waktu untuk bermain <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | Informasi | Informasi pendidikan | Kamu bisa belajar banyak tentang pelajaran sekolah melalui <i>tiktok</i> ? | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--|---|--|--|--|--|--|
| | | | Kamu mengikuti akun-akun yang membuat <i>content</i> tentang pendidikan? | | | | | |
| | | Informasi sosial | Kamu tau tentang hal-hal yang sedang terkenal lewat <i>Tiktok</i> ? | | | | | |
| | | | Kamu menemukan kosa kata baru melalui <i>tiktok</i> dan menerapkannya di kehidupan sehari-hari? | | | | | |
| | Manfaat | Hasil bermedia sosial | Kamu menceritakan ke teman-temanmu apa yang kamu tau dari <i>Tiktok</i> ? | | | | | |
| | | | Kamu mengajak dan mengajari teman-temanmu untuk mengikuti <i>trend tiktok</i> ? | | | | | |
| Gaya berkomunikasi siswa | <i>Friendly style</i> | Interaksi siswa dengan guru dan teman sebaya | Kamu selalu menyapa guru serta teman-temanmu disekolah? | | | | | |
| | | | Kamu menggunakan bahasa yang sopan saat berkomunikasi? | | | | | |
| | <i>Dominan style</i> | Bahasa tubuh siswa | Kamu merasa senang dan bersemangat ketika bermain <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | | | Kamu suka memperagakan gerakan-gerakan yang ada di <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | <i>Relax style</i> | Ekspresi wajah siswa | Kamu bisa menunjukkan perasaan dan pikiranmu dengan gaya wajah ketika berbicara dengan teman-temanmu? | | | | | |
| | | | Kamu menunjukkan ekspresi senyum atau tertawa saat membuat | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---------------|----------------------------|------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | | atau menonton video <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | <i>Controversial style</i> | Intonasi suara siswa | Ketika berbicara, kamu sering menggunakan suara yang tinggi dan berbeda-beda untuk menunjukkan perasaanmu? | | | | | |
| | | | Kamu meniru suara atau dialog tertentu yang sedang terkenal di <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| | <i>Animated style</i> | Penggunaan gaya bahasa | Kamu berbicara menggunakan bahasa sehari-hari? | | | | | |
| | | | Seberapa sering kamu menggunakan bahasa gaul yang sedang <i>trend</i> di <i>tiktok</i> ? | | | | | |
| JUMLAH | | | | | | | | |

Keterangan:

1 = sangat tidak setuju

4 = setuju

2 = tidak setuju

5 = sangat setuju

3 = ragu-ragu

Pemerolehan Score :

$$score = \frac{\text{jumlah nilai yang diperoleh}}{\text{jumlah nilai keseluruhan}} \times 100$$

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan metrik yang digunakan dalam buku Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif untuk menentukan keabsahan suatu kuesioner atau survei. Jika pertanyaan pada sebuah kuesioner dapat memberikan informasi yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap sah. Oleh karena itu, validitas

bertujuan untuk menilai apakah pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang dibuat benar-benar dapat mengukur hasil yang diinginkan. *Korelasi product moment* yang digunakan oleh penulis penelitian ini sebagai uji validitas.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Arikunto, 2013:162)

Keterangan :

| | |
|--------------|---|
| r_{xy} | = Koefisien antara variabel x dan y |
| x | = Item butir soal |
| y | = Skor Soal |
| n | = Jumlah Sampel |
| $\sum x$ | = Jumlah skor x |
| $\sum y$ | = Jumlah skor y |
| $\sum xy$ | = Jumlah hasil perkalian tiap- tiap skor dari x dan y |
| $\sum x^2$ | = Jumlah hasil kuadrat x |
| $\sum y^2$ | = Jumlah hasil kuadrat y |
| $(\sum x)^2$ | = Jumlah hasil kuadrat dari $\sum x$ |
| $(\sum y)^2$ | = Jumlah hasil kuadrat dari $\sum y$ |

Peneliti membandingkan hasil r_{hitung} setiap pernyataan dari output SPSS 20.0 dengan r_{tabel} dimana $df=n-2$ dan menentukan ambang batas signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Untuk menguji validitas setiap kuesioner, yaitu dengan memeriksa r_{tabel} , yang menunjukkan bahwa terdapat 93 responden (n) dalam penelitian ini. Sebuah pertanyaan dianggap valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pertanyaan yang tidak valid adalah pertanyaan yang memiliki r_{hitung} kurang dari atau sama dengan r_{tabel} .

Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Validalitas

| Interval | Kategori |
|-----------|---------------|
| 0,00-0,19 | Sangat Rendah |
| 0,20-0,39 | Rendah |
| 0,40-0,59 | Sedang |
| 0,60-0,79 | Tinggi |
| 0,80-1,00 | Sangat Tinggi |

Sumber: Sugioyono (2021: 180)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Arikunto (2013:221).

Pendekatan *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menilai reliabilitas instrumen, dan rumus K-R 20 digunakan untuk analisis dengan menggunakan program SPSS.20.0 for Windows.

$$a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Keterangan :

- a : Koefisien Alfa
- k : Jumlah Item
- σ_i^2 : Varian Dari Item i
- σ_x^2 : Varian Total

Program aplikasi SPSS 20 digunakan dalam penghitungan reliabilitas tes dalam penelitian ini. Kriteria interpretasi indeks reliabilitas kemudian akan diperoleh dari hasil perhitungan tersebut. Tabel berikut ini merupakan indeks reliabilitas.

Table 3.6 Interpretasi Koefisien Reliabilitas

| No. | Koefisien Reliabilitas | Tingkat Reliabilitas |
|-----|------------------------|----------------------|
| 1. | 0,80-1,00 | Sangat Kuat |
| 2. | 0,60-0,79 | Kuat |
| 3. | 0,40-0,59 | Sedang |
| 4. | 0,20-0,39 | Rendah |
| 5. | 0,00-0,19 | Sangat Rendah |

(sumber: Arikunto, 2013:276)

3.8.3 Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah sampel penelitian diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak, maka uji normalitas harus dilakukan. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa metode yang berbeda, termasuk dengan menggunakan perangkat SPSS 20 dengan teknik *Klomogrov-Swirnov*.

2) Uji Homogenitas

Untuk mengetahui apakah kedua kelompok sampel memiliki varians yang sama atau tidak, maka digunakan uji homogenitas, yang merupakan uji varians. Uji homogenitas adalah alat statistik yang digunakan untuk menilai apakah variasi di banyak populasi serupa atau tidak. Biasanya, analisis uji sampel independen membutuhkan penyelesaian ujian ini sebagai prasyarat.

Dengan menggunakan SPSS 20.0, peneliti menggunakan uji analisis variasi (uji-f) untuk memfasilitasi perhitungan uji homogenitas. Mengetahui apakah data memiliki variasi yang sama

atau tidak adalah tujuan dari uji homogenitas. Jika nilai signifikansi data lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dianggap homogen; jika lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut dianggap tidak homogen.

3.8.4 Uji Analisis Linier Sederhana

Pengaruh satu variabel independen atau lebih terhadap satu atau lebih variabel dependen diprediksi atau diuji dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Nilai variabel dependen dapat diramalkan jika nilai variabel independen diketahui. Berikut ini adalah persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)}$$

$$b = \frac{(n \sum xy - \sum x \sum y)}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)}$$

Keterangan :

Y = Gaya berkomunikasi siswa

a = Konstanta

b = Koefesien regresi

X = Komunikasi Efektif dalam Media Sosial *Tiktok*

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t, juga dikenal sebagai uji signifikansi parsial, digunakan untuk mengukur pengaruh individual (secara parsial) dari setiap

variabel independen terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitasnya lebih kecil dari ambang batas signifikansi (Sig. < 0,05).
- b. Variabel independen memiliki pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitasnya lebih tinggi dari ambang batas signifikansi (Sig. > 0,05).

3.8.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji signifikansi simultan (uji f), menurut Ghozali dalam (Kalsum, 2022:39), mencoba memastikan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen. Uji ini mengevaluasi dampak secara simultan (bersama-sama) faktor-faktor independen terhadap variabel dependen yaitu kinerja manajerial. Syarat yang digunakan adalah:

- a. Variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitasnya lebih tinggi dari ambang batas signifikansi (Sig.>0,05).

- b. Variabel independen secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika probabilitas lebih kecil dari ambang batas signifikansi ($Sig. < 0,05$).

3.8.5.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Indikator yang diukur untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variabel-variabel dependen yang merupakan definisi dari koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 yang rendah mengindikasikan kemampuan faktor-faktor independen yang sangat terbatas dalam menjelaskan varian yang teramati pada variabel dependen. Angka yang mendekati satu menunjukkan variabel-variabel independen yang memiliki semua informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan perubahan variabel dependen, Ghozali dalam (Kalsum, 2022:39). Berdasarkan nilai R^2 sebesar 0,238, dapat disimpulkan bahwa dalam investigasi ini, variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 23,8%, namun faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian menyumbang 76,2% sisanya.

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP GAYA BERKOMUNIKASI SISWA DI SDN 22 MATARAM

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Mataram



**PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2024**