

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**Persepsi Orangtua Terhadap Anak-Anak Pengguna
Media Sosial *TikTok***

(Studi kasus pada orangtua di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung
Baru Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



HARDIAN MULYA

NPM : 179110037
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

MOTTO

“Berjuanglah selagi sanggup,

Berhentilah dikala lelah,

Karena tak ada yang benar-benar menguatkanmu kecuali dirimu sendiri”



-ai

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyusun proposal yang berjudul **“Persepsi Orangtua Terhadap Anak-anak Pengguna Media Sosial TikTok”** ini dengan sebaik mungkin, adapun tujuan dalam penulisan skripsi ini sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau . Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Peneliti menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan usulan penelitian ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Muhd. Ar. Imam Riuan, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi pada Prodi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Riau.
2. Harry Setiawan, M.I.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
3. Ibu Tessa Shasrini, B.Comm, M.Hrd sebagai dosen pembimbing saya yang senantiasa memberikan koreksi dan masukan dalam menyempurnakan isi demi isi dalam skripsi ini.
4. Ibu Cutra Aslinda, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

5. Bapak Eko Hero, M.Soc., SC selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom sebagai yang memberikan acc dan pemberian saran terhadap judul skripsi saat ini.
7. Bapak Benni Handayani, M.I.Kom selaku sekretaris Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dalam setiap mata kuliah yang diampu dan peneliti ambil.
9. Ibunda tersayang, Syofyana Yanti, kedua abang, Deddy Mulya dan Hardland Winanda Mulya dan serta seorang kakak, Mitafani Tri Mutya yang senantiasa membantu dalam doa dan materil demi keberhasilan penyusunan Skripsi ini, dan tak lupa juga ini peneliti persembahkan teruntuk almarhum ayahanda, Mun Em Syech yang telah berpulang pada 21 Agustus 2019 silam.
10. Teruntuk teman peneliti, Nabillah Suwandi yang tak henti-hentinya menyemangati dan memberikan arahan peneliti hingga sampai pada tahap ini
11. Segenap keluarga yang telah menyemangati peneliti dan juga teman-teman peneliti, Salsabillah Filjania, Abdul Halim, Rios Verwibo, Iswanto, Gamal Baser, Nurul Qory Aulia, Muhammad Ade Razik, Joares Langgeng Tegara, Yudhistira, dan Zahra Athalla Auni, serta teman-teman lainnya yang tak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang senantiasa membantu baik dalam mencari referensi dan sitematika maupun yang memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti, oleh karena itulah peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan isi dari skripsi ini.

Pekanbaru,.....2021

Peneliti,



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN

MOTTO

KATA PENGANTAR

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

Abstrak

Abstract

BAB I PENDAHULUAN..... 1

- A. Latar Belakang 1
- B. Identifikasi Masalah 21
- C. Fokus Penelitian 21
- D. Rumusan Masalah 21
- E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 21

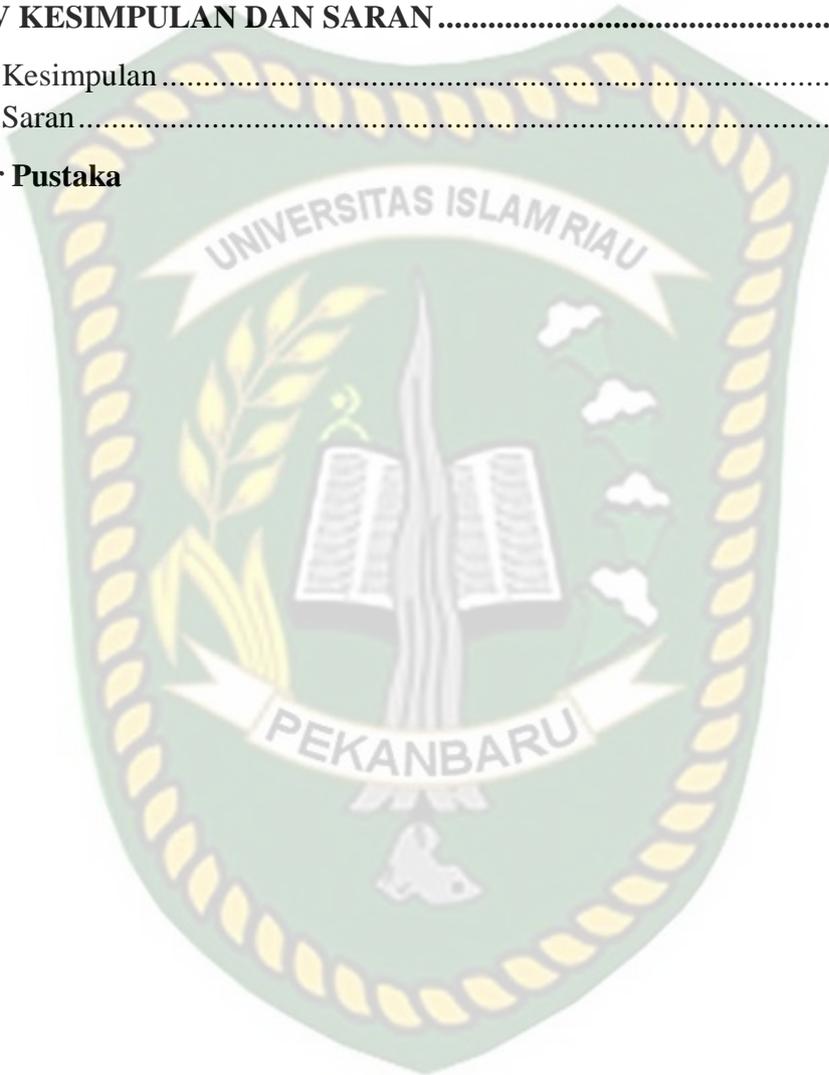
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 23

- A. Kajian Literatur 23
- 1. Komunikasi Interpersonal..... 23
 - A. Definisi Komunikasi Interpersonal..... 23
 - B. Komponen Komunikasi Interpersonal 24
 - C. Karakteristik Komunikasi Interpersonal 26
 - D. Komunikasi Interpersonal Dan Persepsi 27
- 2. Persepsi..... 28
 - A. Definisi Persepsi 28
 - B. Karakteristik Persepsi 29
 - C. Macam-Macam Persepsi 31
 - D. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi..... 32
- 3. Anak 36
 - A. Definisi Anak 36
 - B. Karakteristik Perkembangan Anak 37
- 4. Media Sosial 40
 - A. Definisi Media Sosial..... 40
 - B. Karakteristik Media Sosial 40
 - C. Jenis-Jenis Media Sosial 41

5. Tiktok	43
A. Definisi Tiktok	43
B. Macam-Macam Konten Yang Beredar Di Tiktok.....	43
A. Komedi.....	44
B. Education.....	44
C. Beauty	44
D. Talent	44
E. Food	45
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	50
D. Persamaan Dan Perbedaan Penelitian	53
A. Persamaan	53
B. Perbedaan	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan Penelitian.....	54
B. Subjek Dan Objek Penelitian.....	55
1. Subjek Penelitian	55
2. Objek Penelitian	56
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian	56
D. Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
1. Observasi.....	58
2. Wawancara	59
3. Dokumentasi.....	59
F. Teknik Pemeriksaan Dan Keabsahan Data.....	59
G. Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV PEMBAHASAN DAN ISI	62
A. Profil Perusahaan Bytedance,Ltd.....	62
1. Sejarah Singkat Bytedance.....	62
2. Tentang Pendiri	63
3. Lokasi Perusahaan Bytedance.Ltd.....	64
4. Produk-Produk Dari Bytendanc.Ltd	65
1. Profil Aplikasi Tiktok	67
2. Misi Tiktok.....	68
B. Hasil Penelitian	75
1. Persepsi Orangtua Terhadap Anak Pengguna Apikasi Tiktok	76
2. Tiktok Sebagai Wadah Mengasah Kekreatifitasan.....	80
3. Tiktok Sebagai Media Sosial Yang Memberikan Efek Candu Dan Memberikan Dampak Serius Terhadap Kesehatan	88

4. Tiktok Sebagai Penyebab Kecenderungan Orang-Orang Melakukan Sesuatu Berdasarkan Yang Sedang Trend/Viral Pada For Your Page Mereka	89
C. Pembahasan Penelitian	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91

Daftar Pustaka



DAFTAR GAMBAR

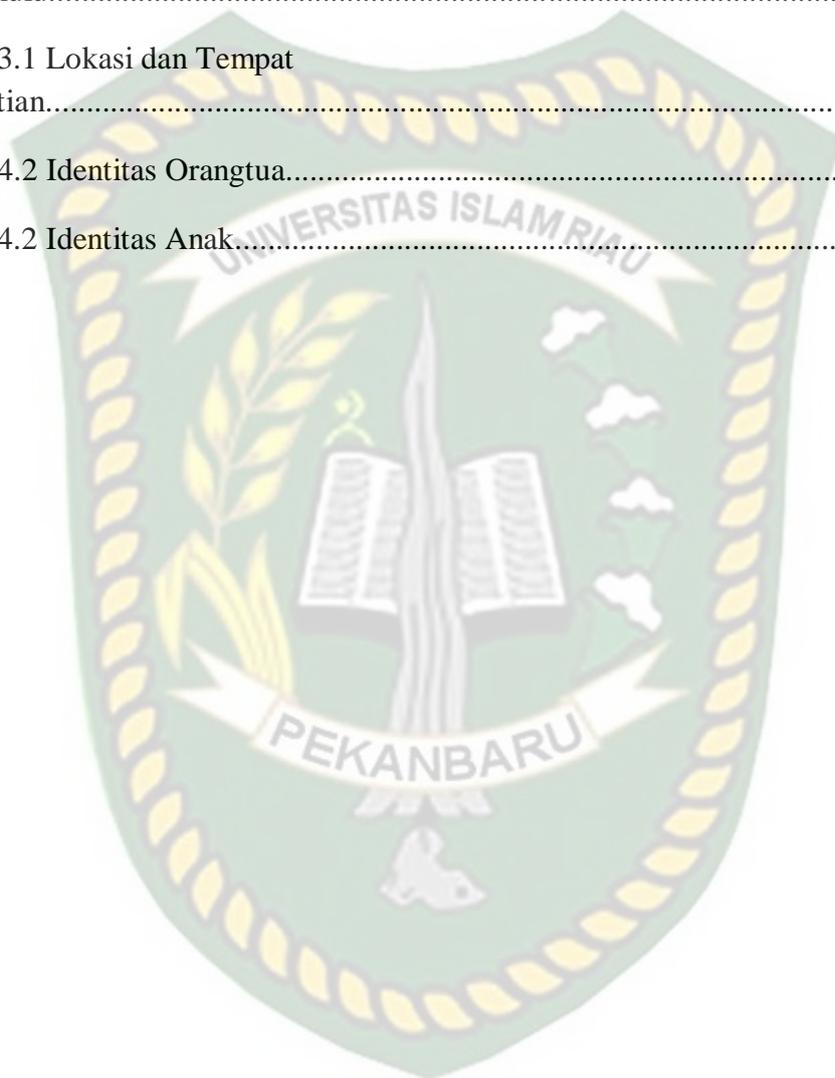
Gambar 1.1 Survey <i>Where TikTok Has Been Downloaded The Most</i> oleh Statista.....	2
Gambar 1.2 Survey <i>top app worldwide for September 2020 by download (non-game)</i> oleh SensorTower.com.....	3
Gambar 1.3 Salah Satu adegan Tiktok <i>pass the brush challenge</i> milik akun @syahzanan.....	6
Gambar 1.4 Seorang Anak Kecil yang memiliki akun @Anggia150510.....	6
Gambar 1.5 Seorang wanita yang memiliki akun dengan nama @dontsamyname memperagakan gerakan yang sesuai musik nya 34+35 oleh Ariana Grande.....	6
Gambar 1.6 tangkap layar (<i>screenshot</i>) berita news.kompas.com.....	6
Gambar 1.7 tangkap layar (<i>screenshot</i>) berita inet.kompas.com.....	8
Gambar 1.8 Tangkap layar (<i>Screenshot</i>) portal berita BeritaHits.id.....	10
Gambar 1.9 Tangkapan layar (<i>Screenshot</i>) dari portal berita www.wollipop.detik.com.....	11
Gambar 1.10 potret di salah satu kafe kecil di Jalan Kapur RT 002 RW 003.....	16
Gambar 1.11 Potret sekumpulan anak yang menonton konten TikTok di salah satu <i>smartphone</i> temannya.....	17
Gambar 1.12 Potret anak-anak yang membuat konten beramai ramai di depan pos ronda RT 002.....	17
Gambar 1.13 Sebelum mereka membuat konten,terlebih dahulu mereka menonton beberapa video.....	18
Gambar 4.1 Logo perusahaan Bytedance.Ltd.....	59

Gambar 4.2 Zhang Yiming, Sang Pendiri perusahaan <i>ByteDance.Ltd</i>	60
Gambar 4.3 Gedung perusahaan <i>ByteDance.Ltd</i>	61
Gambar 4.4 Fitur Musik di TikTok.....	66
Gambar 4.5 Fitur Filter pada TikTok.....	67
Gambar 4.6 Fitur efek pada TikTok.....	67
Gambar 4.7 Fitur <i>Voice Changer</i>	68
Gambar 4.8 Fitur <i>Auto Caption</i>	69
Gambar 4.9 Fitur Live/Siaran Langsung oleh TikTok.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Lokasi dan Tempat Penelitian.....	55
Tabel 4.2 Identitas Orangtua.....	72
Tabel 4.2 Identitas Anak.....	72



Abstrak

PERSEPSI ORANGTUA TERHADAP ANAK PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIKTOK*

(Studi kasus pada orangtua di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung
Baru Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru)

Hardian Mulya

179110037

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi orangtua terhadap anak pengguna media sosial TikTok yang mengambil studi kasus di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan, Pekanbaru, Riau. Setiap orangtua yang memberikan akses kepada anaknya untuk menggunakan *smartphone*, tentunya harus mengetahui untuk apa kegunaan *smartphone* itu, dan bagaimana jika untuk mengakses beragam video di aplikasi media sosial berbasis berbagi video yang peneliti ambil saat ini yaitu aplikasi TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yaitu kualitatif deskriptif yang berarti segala sumber data dalam penelitian kali ini bersumber kepada data tertulis yang bersifat penjelasan berupa kalimat-kalimat deskriptif yang menjabarkan keseluruhan isi skripsi ini. Metode pengumpulan datanya berupa *in-depth interview* (wawancara mendalam), foto penelitian, rekaman suara, dan serta kuisisioner deskriptif yang peneliti bagikan melalui link google form. Penelitian yang mengambil teori persepsi oleh Brian Fellows ini memiliki 2 jenis persepsi yang dikelompokkan berupa positif dan negatif. Yaitu TikTok sebagai sumber informasi dan penambahan wawasan, TikTok sebagai wadah mengasah kekreatifitasan, dan TikTok sebagai pembentuk rasa percaya diri untuk sisi positifnya, kemudian negatifnya yaitu TikTok sebagai penyaji hiburan seringkali membuat lalai anak-anak, TikTok sebagai pencetak generasi yang gemar menari dengan gerakan tidak senonoh, TikTok yang memberikan efek candu dan efek serius terhadap kesehatan serta TikTok sebagai penyebab kecenderungan orang-orang melakukan sesuatu berdasarkan apa yang sedang tren di FYP (*for your page*) mereka.

Kata Kunci : Persepsi, TikTok, Anak-anak

Abstract

PARENTS' PERCEPTION OF CHILDREN USING SOCIAL MEDIA

TIKTOK

(Case study on parents in RT 002 RW 003 Kampung Baru Ward, Senapelan District, Pekanbaru City)

Hardan Mulya

179110037

This study aims to find out how parents perceive their children using TikTok social media who take a case study in RT 002 RW 003 Kampung Baru ward Senapelan District, Pekanbaru, Riau. the smartphone, and what if to access various videos in the video-sharing-based social media application that the researcher is currently taking, namely TikTok. in the form of descriptive sentences that describe the entire contents of this study. The data collection methods are in-depth interviews, research photos, voice recordings, and descriptive questionnaires which the researchers distributed via the google form link. This research that takes perception theory by Brian Fellows has 2 types of perceptions which are grouped into positive and negative. Such as TikTok as a source of information and adding insight, TikTok as a place to hone creativity, and TikTok as a self-confidence maker for the positive side, then the negative is TikTok as a presenter of entertainment that often makes children neglect, TikTok as a generation that likes to dance with unconventional movements. profanity, TikTok which gives an addictive effect and serious effects on health and TikTok as the cause of the tendency of people to do things based on what is trending on their FYP (for your page)

Keyword : Perception ,TikTok,Children

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

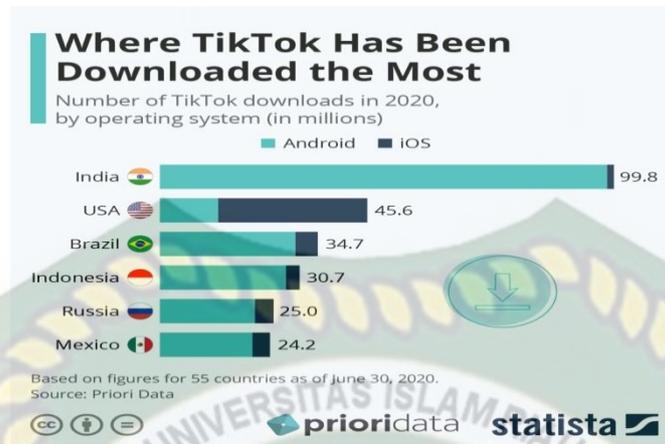
Aplikasi media sosial merupakan suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna yang dapat membantu pengguna dengan mudah menggunakannya dengan adanya aplikasi di zaman ini memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang yang jauh akan menjadi dekat. Hal ini senada dengan Nuryanto (2012:1) perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat berkembang salah satu buktinya dengan mudahnya kita dapat mengakses informasi di mana pun dan kapan pun dengan jaringan internet tersebar luas di mana-mana, dalam sumber. Berbagai aplikasi media sosial mulai dari aplikasi games, musik, cara berkomunikasi dengan orang yang jauh, dan lain-lain.

Aplikasi ini sangat banyak digunakan oleh orang tua, remaja, bahkan anak-anak pun menggunakan aplikasi. Seperti menurut Nasrullah (2017:8) media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* (umpan balik) secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Salah satunya aplikasi yang sering digunakan oleh anak-anak yaitu Aplikasi TikTok. "TikTok berhasil mengambil ketertarikan anak-anak sehingga anak-anak mempunyai rasa keingintahuan dalam pembuatan video pendek di TikTok. TikTok

sejatinya adalah aplikasi yang menyajikan hiburan bagi para penggunanya dengan fitur video dan musik dengan durasi waktu hanya sekitar 30 detik saja atau lebih sederhananya adalah sebuah *platform* sosial video pendek yang dipadukan dengan musik. TikTok juga sudah terdaftar di Google Play Store yang mana Google Play Store sendiri juga sebagai aplikasi fasilitas yang dimiliki Google berfungsi untuk memudahkan pengguna *smartphone* untuk mengakses atau mengunduh aplikasi-aplikasi lainnya seperti TikTok” (Aji, 2018). “Selain dikenal dengan nama TikTok, aplikasi ini juga mempunyai nama lain, yaitu Douyin yang artinya video pendek vibrato. *Douyin* atau Tik Tok yang berperan sebagai jaringan sosial dan platform video musik itu diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Di Indonesia sendiri, aplikasi TikTok diluncurkan pada bulan Mei 2017” (Aprilian et al., 2020).

Dalam aplikasi TikTok ini, pengguna akan melakukan sinkron bibir atau mengikuti tarian sesuai dengan lagu yang dipilih. “Tik Tok menggunakan teknologi berbagi video singkat yang membutuhkan koneksi yang stabil. Tik Tok dapat diakses menggunakan konektivitas 3G atau HSDPA dan HSUPA (3.5G), namun untuk mendapatkan tayangan video yang lancar dan tanpa *buffering* (jeda), pengguna disarankan menggunakan konektivitas 4G-LTE. Dengan ketersediaan infrastruktur jaringan 4G-LTE di Indonesia semakin memudahkan para pengguna khususnya di kota-kota besar di Indonesia untuk mengakses aplikasi TikTok”, Hasan (2016).



Gambar 1.1

Sumber : Survey Where TikTok Has Been Downloaded The Most oleh Statista

Berikut adalah 6 negara teratas yang mengunduh TikTok dalam hitungan juta, bisa dilihat bahwa Indonesia masuk negara 4 teratas pengunduh TikTok. Peringkat pertama diisi oleh India, dan lalu disusul oleh Amerika disusul Russia, Mexico di urutan terakhir. Urutan keempat dalam negara pengunduh Tiktok membuat Indonesia bisa dibilang sebagai negara yang menjadi negara dengan peminat Tiktok yang tinggi. (Statista.com, Juni 2020)



Gambar 1.2

Sumber : Survey top app worldwide for September 2020 by download (non-game) oleh SensorTower.com

Disini 10 aplikasi teratas dengan unduhan terbanyak terbagi 3(tiga) yaitu,yang pertama ada *overall download* (unduhan secara keseluruhan) diisi oleh TikTok, ZOOM, Facebook,Whatsapp , dan Google Meet diurutan kelima, Serta disusul oleh Instagram, Snack Video,Messenger,Telegram,dan Snapchat. Kedua ada *app store download* (unduhannya app store/apple) dan lalu diisi oleh TikTok, ZOOM,Youtube,Instagram,Whatsapp,dan lalu diurutan kelima disusul oleh Facebook,Gmail,Microsoft Teams,Messengers,dan Google Maps pada urutan terakhir,ketiga ada *google play download* (unduhannya google play) yang diisi oleh TikTok diurutan pertama,selanjut disusul ada Facebook,Snack Video,dan Google Meet sebagai 5 teratas,lalu disusul Whatsapp ,Instagram,Messenger,Telegram dan Snapchat diurutan terakhir. (SensorTower.com,September 2020).

Berdasarkan 2 *survey* yang dilakukan *sensortower.com* tentang 10 aplikasi teratas di *Operating System* (OS) Android dan Apple serta *survey* tentang 10 negara pengguna TikTok ini tentunya dapat kita disimpulkan bahwa TikTok sebagai aplikasi jejaring sosial berbagi video di kala pandemi ini bahkan mengalahkan Instagram, Facebook dan lain-lainnya. Negara kita, Indonesia juga termasuk negara dengan pengunduh TikTok terbanyak keempat di bawah India, China, dan Amerika dengan angka mencapai 150 juta unduhan. Peneliti tertarik mengambil aplikasi media sosial berbagi video, yaitu tiktok sebagai bahan penelitian untuk mengetahui persepsi apa yang dimiliki para orangtua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan TikTok ini.

Pengambilan masalah anak-anak yang menggunakan aplikasi TikTok ini bukanlah tanpa alasan, peneliti mengambil objek anak-anak yang bermain TikTok, merujuk pada (Damayanti, 2008), peneliti akan mengkategorikan para orang tua yang memiliki anak kisaran umur 6-12 tahun, dikarenakan pada masa itu manusia memasuki pada masa rasa ingin tahu yang tinggi akan sesuatu hal. Rasa ingin tahu (Mustari, 2011:103) yaitu sikap ataupun tindakan yang senantiasa berupaya untuk mengetahui lebih mendalam dan meluas dari apa yang telah mereka pelajari, lihat, dan dengar. Hal-hal ini berkaitan dengan kewajiban terhadap diri sendiri dan alam lingkungannya.

Sebelum memulai penelitian ini, peneliti telah terlebih dahulu mengumpulkan beberapa hal-hal viral yang dikutip dari aplikasi ini sendiri ataupun dari sumber berita yang diketahui melalui internet yang kemudian menjadi pendukung bahwasanya aplikasi TikTok ini berdampak pada mereka yang menggunakannya dan kemudian

membentuk persepsi orangtua mereka. Peneliti tertarik mengambil judul ini pertama kali ketika beberapa waktu lalu ada sebuah tantangan di aplikasi TikTok bernama *pass the brush challenge* atau sebetulnya tantangan yang mengharuskan si pelaku video merias wajah dengan adegan melempar *Brush*, sekilas tidak ada yang salah dalam tantangan ini, namun, lagu latar (*Background*) yang digunakan tidak senonoh yaitu lagu dari Doja Cat yang berjudul *boss b**ch*, sementara pelaku video tersebut menggunakan hijab. Hal ini lantas membuat citra yang tidak sesuai dengan penggunaan hijab yang seharusnya. Pada gambar kedua, terdapat juga tangkapan layar (*screenshot*) dari seorang anak yang mengikuti alunan musik seperti yaitu lagu bukan cinta biasa oleh Siti Nurhaliza yang sempat *viral* beberapa waktu lalu, yang sebenarnya gerakan itu bukan diperuntukkan terhadap anak-anak

Selanjutnya, muncul video yang viral yang menampilkan gerakan dan disertai alunan musik yang tidak senonoh yaitu 34+35 oleh Ariana Grande, dalam video pendek yang banyak diunggah oleh banyak akun di TikTok, mereka melakukan gerakan semacam tarian yang sesuai dengan video asli lagu tersebut yang mengarah kepada suatu hal yang negatif yang mengarah kepada kegiatan orang dewasa. Video yang *viral* di TikTok ini sangat tidak pantas bila ada anak-anak yang menirukannya tanpa tahu artinya atau mereka akan mencoba mencari tahu sendiri atau bertanya pada orangtua mereka. Karena mereka anak-anak terutama yang masih di sekolah dasar (SD) tentunya memiliki rasa ingin tahu (*curiosity*) yang tinggi. Ali & Eny (2010:3) menyatakan bahwa rasa ingin tahu akan memberikan dorongan kepada manusia untuk melakukan

berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mencari jawaban atas persoalan yang muncul dalam pikirannya.



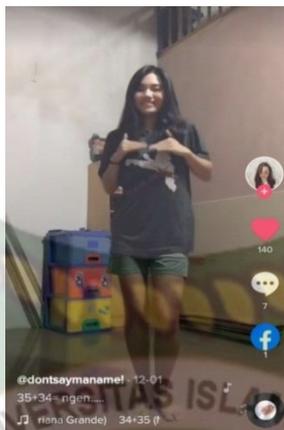
Gambar 1.3

Salah Satu adegan Tiktok *pass the brush challenge* milik akun @syahzanan



Gambar 1.4

Seorang Anak Kecil yang memiliki akun @Anggia150510



Gambar 1.5

Seorang wanita yang memiliki akun dengan nama @dontsayaname memperagakan gerakan yang sesuai musik nya 34+35 oleh Ariana Grande.

Melihat dari aplikasi TikTok yang sedang marak digunakan khalayak saat ini, sebagai platform media sosial, aplikasi ini juga telah memiliki manfaat tersendiri bagi siapapun yang menggunakannya. Seperti pada artikel berita yang telah berhasil peneliti peroleh, yaitu datang dari salah satu pejabat di Indonesia lebih tepatnya seorang Direktorat Jendral (Dirjen) Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) saat ini yaitu Zudan Arif Fakrulloh.



Gambar 1.6

Tangkap layar (*Screenshoot*) news.kompas.com

Berdasarkan berita yang dilansir oleh (news.detik.com Selasa,25/05/2021) dengan judul berita “Dirjen Dukcapil Terima Pengaduan dan Keluhan Lewat TikTok . Menurutnya, TikTok tentunya dapat menjangkau pada sarana audiens yang lebih muda.

"Saya mengambil peran di dalam TikTok itu untuk mengedukasi masyarakat. Itu peran ternyata sangat efektif. Dengan menggunakan aplikasi TikTok ini kita bisa menjangkau lapisan masyarakat sampai ke anak-anak. Dan anak-anak itu adalah kertas putih yang harus kita isi," ujar Dirjen Dukcapil Zudan dalam program Sosok di Jakarta. Dirjen Dukcapil Zudan tak lupa pula memperhatikan aneka aduan dalam komentar video TikTok miliknya. Bahkan, Dirjen Dukcapil Zudan menindaklanjuti keluhan di TikTok miliknya itu agar masyarakat bisa mendapatkan pelayanan yang maksimal.

Artikel berita ini memperjelas fungsi lain dari pemanfaatan TikTok sebagai sarana menyampaikan pengaduan dan keluhan yang ingin disampaikan masyarakat

kepada Dukcapil yang tentunya sangat bermanfaat apabila benar-benar ditanggapi langsung dan diberi solusi.

Berikutnya kelebihan atau nilai *plus* dari aplikasi TikTok ini adalah sebagai sarana pembagian beragam ilmu secara cuma-cuma atau gratis. Hal ini dilakukan perusahaan berbasis transportasi online yaitu Gojek dalam rangka kerjasamanya dengan TikTok.



Gambar 1.7

Tangkapan layar (*Screenshoot*) berita inet.kompas.com

Dilansir dari (inet.kompas.com,04/06/2021),kerjasama Gojek-TikTok ini demi menghasilkan suatu program untuk membagikan ilmu pengetahuan dalam mengembangkan UKM (Usaha Kecil Menengah) secara cuma-cuma.

Gojek yang turut serta dalam menanggapi kondisi saat ini yaitu melonjaknya UKM dan oenggunaan media sosial sebagai sarana promosi menggandeng platform

distribusi video singkat, TikTok, menyuguhkan pembekalan bagi para pelaku usaha dengan tujuannya sukses memasarkan produk kuliner mereka dengan media sosial. Program yang juga didukung oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (Kemenkop UKM RI), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin RI), dan sejumlah perusahaan lain ini dapat diikuti siapa saja yang ingin memulai usaha secara cuma-cuma pada 3- 29 Juni 2021. VP Merchant Marketing Gojek Indonesia, Bayu Ramadhan mengatakan program edukasi ini merupakan inisiasi TikTok dengan misi #MajuBarengTikTok yang juga sejalan dengan semangat #MelajuBersamaGojek.

"Kami antusias karena mampu menciptakan kolaborasi dengan platform media sosial seperti TikTok dengan misi yang serupa agar dukungan kami berupa edukasi ini dapat memberi manfaat untuk lebih banyak UMKM kuliner di Indonesia dengan menghadirkan tema edukasi yang semakin lengkap dan beragam," ujar Bayu dalam keterangan tertulis, Jumat (4/6/2021).

Berdasarkan artikel berita diatas, melalui aplikasi TikTok ini juga kita dapat belajar bahwa ini mampu menciptakan sarana edukasi online secara cuma-cuma dan menyeluruh bagi siapa saja.

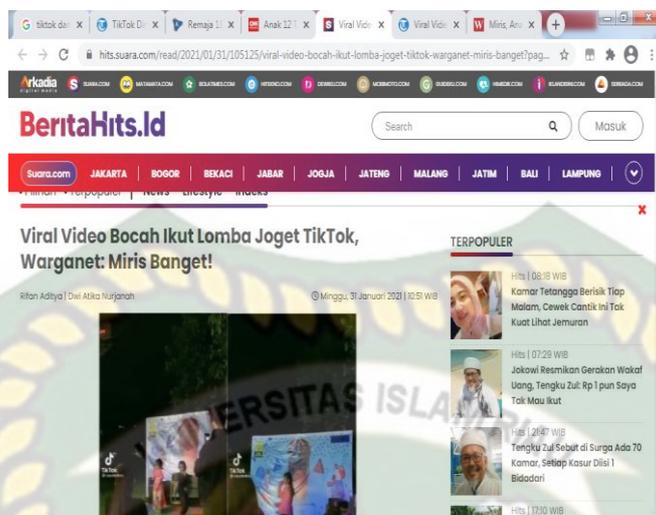
Namun, selayaknya platform media sosial lainnya tentu TikTok juga terdapat kekurangan di dalamnya seperti TikTok membuat para pengguna internet ataupun yang biasa disebut sebagai *warganet* atau warga internet, merasa miris dikarenakan anak-anak jadi gemar menari-nari atau berjoget yang kini, itu bukan hanya sebatas hiburan di

TikTok saja , namun sekarang sudah diperlombakan dengan tajuk acara “Lomba Joget TikTok” yang khususnya mengikutsertakan anak-anak sebagai pesertanya.

Seperti halnya yang dilansir (www.beritahits.id ,31/01/2020 oleh Rifan Aditya dan Dwi Atika Nurjannah) cuplikan video yang menampilkan anak-anak berjoget ini diunggah oleh akun @sayadedesss lalu diunggah ulang oleh akun @berita_gossip. Pada video tersebut, menampilkan sejumlah bocah yang menampilkan aksinya bersaing dalam berjoget TikTok. Lomba ini dibagi beberapa kategori mulai dari balita hingga anak usia Sekolah Dasar (SD) yang menurut sebagian orang itu terlihat menggemaskan namun tak sedikit juga yang menyayangkan hal itu seperti komentar yang dikutip sebagai berikut :

“Tahu kok aku tahu kalau kita kudu ikutin perkembangan zaman, tapi ya masa anak segitu sudah kayak gitu. Saya dulu umur segitu malah nari manuk dadali dan lebih fokus sama budaya Indonesia. Ya intinya sih cara bagaimana mendidik anak yang pantas dengan umurnya. JUST MY OPINI,” tulis akun @Krtkgllh_17.

“Sama sekali enggak ada manfaatnya,” ujar akun @nura.rz.



Gambar 1.8

Tangkap layar (*Screenshot*) portal berita BeritaHits.id

Dari artikel berita diatas dapat kita ketahui bahwa TikTok menimbulkan dampak pada anak-anak yang lebih sering berjoget-joget mengikuti apa saja yang hal *viral* dari aplikasi tersebut tanpa menghiraukan sekitar melakukan hal-hal yang lebih berguna untuk anak anak seusia mereka.

Permasalahan tak sampai disitu, ada lagi seorang *Content Creator* yang dikenal dengan nama Benjamin Jusuf pengguna yang memiliki nama pengguna (*username*) @iben_ma, sebagaimana yang dilansir Pada (www.wollipop.detik.com, 12/11/ 20 oleh Gresnia Arelia Febrianti) ia (Iben) membagikan pengalamannya ketika membuat konten pada Selasa tanggal 11 November 2020 yang berisikan tentang Benjamin atau Ben yaitu sapaan sang *content creator*, menyanyakan beberapa peribahasa seperti “Berakit-rakit ke Hulu, Berenang-renang kemudian” ”Besar pasak daripada tiang”, dan

“Tong kosong nyaring bunyinya “ kepada anak-anak yang ia temui yang ia sebut juga sebagai Gen (Generasi) Z. Alhasil peribahasa sederhana itu tidak ada satupun anak-anak yang menjawab dengan benar mulai dari “rekat-rekat terhulu”,”berenang-renang memulu”, ada lagi untuk contoh peribahasa lainnya anak-anak itu justru kebingungan dan menjawab “Ngga tau bang”, Tetapi ketika anak-anak itu ditanyakan tentang jargon yang baru *viral* akhir-akhir ini, yaitu ‘Tarek sis’ semua anak-anak yang ditanya bergiliran itu menjawab sama “Semongko”



Gambar 1.9

Tangkapan layar (Screenshoot) dari portal berita www.wolipop.detik.com

Disini kita tahu, bahwa anak-anak zaman sekarang terutama saat terkena Dampak tidak langsung dari wabah Covid-19 ini, mereka cenderung mengikuti apa-apa saja di aplikasi TikTok mulai dari tarian, jargon, ataupun hal-hal lainnya yang *viral* dari TikTok tanpa adanya *Filterisasi* atau menyaring informasi terkait itu terlebih dahulu, daripada

mendapatkan yang seharusnya mereka pelajari di sekolah yaitu peribahasa yang lebih bermanfaat untuk menambah ilmu mereka.

Dari beberapa masalah diatas,tentunya itu akan menimbulkan beragam reaksi dari para orangtua yang anak-anak mereka menggunakan aplikasi TikTok ini mulai dari biasa saja karena tak memiliki dampak yang cukup berarti pada anak mereka,melarang anak-anak mereka menggunakannya berlebihan hingga ada yang biasa saja karena sebagian orangtua juga menggunakan aplikasi ini. Melalui reaksi atas itu akan melahirkan persepsi berdasarkan kesan yang di rasakan oleh indera mereka dalam rangka memaknai menurut mereka berdasarkan lingkungan atau apa yang ditangkap oleh indera mereka (Robbins & Coulter , 2005:49) baik itu secara positif maupun negatif tergantung apa yang tertangkap oleh indera mereka. Persepsi juga tentunya akan dapat menentukan tindakan apa yang selanjutnya dilakukan orangtua terhadap anaknya,apa itu semacam tindakan *Preventif* (Pencegahan), ataupun *Rehabilitatif* (pemulihan) bagi anak-anak yang sudah ketergantungan penggunaan aplikasi ini seperti pembatasan penggunaan *smartphone* mereka,pemberhentian menggunakan aplikasi TikTok ,dan lain-lain.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui persepsi dari orangtua mengenai anak-anak yang bermain media sosial TikTok dan mengambil judul **“Persepsi Orang tua terhadap anak-anak pengguna media sosial TikTok”**.Peneliti ingin mengetahui persepsi melalui cara pandang (perspektif) para orangtua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan aplikasi TikTok,karena setiap orang tentunya

akan memiliki persepsi dan faktor faktor yang berbeda-beda dalam menginterpretasi suatu objek.

Alasan mengapa peneliti mengambil daerah Kelurahan Kampung Baru ini karena banyaknya anak-anak di daerah ini dan mereka sudah mengenal dan menggunakan aplikasi TikTok untuk mengisi waktu luang mereka di sela-sela waktu sekolah daring di masa pandemi Covid-19 ini untuk mengusir rasa bosan mereka, baik membuat video berdasarkan hal-hal apa saja yang *viral* belakangan ini atau hanya sekedar menontonnya saja.



Gambar 1.10

potret di salah satu kafe kecil di Jalan Kapur RT 002 RW 003 dimana terdapat anak-anak sedang membuat konten bersama orangtuanya



Gambar 1.11

Potret sekumpulan anak yang menonton konten TikTok di salah satu *smartphone* temannya



Gambar 1.12

Potret anak-anak yang membuat konten beramai ramai di depan pos ronda RT 002



Gambar 1.13

Sebelum mereka membuat konten, terlebih dahulu mereka menonton beberapa video

Prasurvey yang telah peneliti lakukan pada hari Senin, 18 Januari 2021 telah membuktikan bahwasanya rata-rata anak-anak di sana sudah menggunakan TikTok sejak awal mula adanya pandemi covid-19 ini, terdapat anak-anak dengan jumlah total 20 anak di RT 002 ini dan nantinya akan ditanyakan bagaimana persepsi orangtua mereka, dalam prasurvey sementara ini peneliti telah mengambil data yang diperoleh dari 5 orangtua dan anak-anak mereka yang bermain aplikasi TikTok.

Adapun beberapa anak-anak itu memiliki akun yang memiliki nama pengguna(*username*) seperti berikut @intnwadya, @willy1985, @bgbagas47, @novawdya01, @anggia150510. Peneliti mengambil data dengan wawancara dan

menemukan rata-rata dari mereka sudah mengenal apa itu TikTok dan bagaimana cara menggunakannya.

Rata-rata jawaban mengapa mereka menggunakan aplikasi TikTok cukup beragam mulai dari karena mengikuti teman, mengisi waktu disela-sela waktu sekolah daring, karena melihat adanya video-video tarian yang *viral* di televisi ataupun mengikuti orangtua mereka yang telah menggunakan aplikasi TikTok ini terlebih dahulu. Selanjutnya beragam persepsi dari para orangtua dari anak-anak yang akun TikTok nya peneliti jabarkan diatas sudah berhasil peneliti kumpulkan.

Dalam prasurey sementara yang telah peneliti lakukan, peneliti telah mengumpulkan beberapa persepsi yang berbeda-beda dari para orangtua yang anak-anak mereka telah menjadi pengguna media sosial TikTok, yaitu sebagai berikut :

Yang pertama itu ada ibu Ratnawati, ia memiliki persepsi negatif dengan mengatakan “ Kalau menurut ibu, (anak-anak yang bermain TikTok) itu tidak baik karena mengganggu lingkungan sekitarnya, Kadang juga gerakan-gerakan pada video TikTok yang anak ibu tonton itu juga dibawa-bawa dalam sehari-hari mereka”. Kedua ada ibu Sarmini, Ibu ini menerangkan bahwasanya “Anak-anak terutama anak saya, ya boleh aja pakai TikTok ini walau kadang menimbulkan kecanduan ,karena saya juga membatasi anak saya pakai smartpone dalam sehari itu hanya 1-2 jam paling lama, dan untuk konten negatif di dalamnya ,kadang anak saya sudah bisa menyaring mana yang baik ditonton atau ditiru dan juga mana yang ngga, tapi kadang juga dia nanya sama saya apakah ini (konten TikTok) baik apa ngga”. Narasumber yang ketiga yaitu

bapak M. Razali, Ia mengatakan, "Menurut saya hal semacam itu (fenomena bermain TikTok oleh anak-anak) adalah hal yang mubazir padahal mereka termasuk anaknya bapak itu masih bisa melakukan hal-hal yang positif yang sesuai usia mereka, tapi ini ngga, malah sibuk aja berjoget-joget sampai ngga tau waktu". Empat yaitu ibu Ermon Kasbiati, Ibu Ermon memiliki persepsi negatif dengan mengatakan "Anak-anak yang bermain TikTok itu sangat mengganggu khususnya dalam menjalankan sekolah daring karena ingatan mereka hanya tertuju pada aplikasi TikTok ini, sampai-sampai anak ibu pun tidak fokus dalam menerima pelajaran dengan baik". Narasumber kelima yaitu Kak Anggia Resti atau biasa dipanggil Anggi, ia mengatakan "ngga, ngga apa-apa kok (ia membiarkan anaknya menggunakan TikTok, selagi sekolahnya masih daring ya *fine fine* aja, karena dia kadang suntuk juga ngga ada hiburan, dan karena saya juga kadang ikutan main di akun saya sendiri"

Dari hasil prasurvei ini, peneliti simpulkan bahwasanya lebih banyak persepsi negatif yang terbangun oleh orang tua karena melihat anak-anak yang bermain TikTok dibandingkan positif.

Atas hasil prasurvei di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana **Persepsi Orangtua Terhadap Anak-Anak Pengguna Media Sosial TikTok** di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan Pekanbaru Riau.

B. Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ada beberapa masalah yang bisa diidentifikasi yaitu sebagai berikut :

- a. Banyaknya anak-anak kecil yang kecanduan menggunakan aplikasi TikTok.
- b. Persepsi orangtua yang beragam dalam menanggapi anak-anak mereka yang menggunakan TikTok

C. Fokus Penelitian

Setelah melihat dai identiksi masalah adapun yang menjadi fokus penelitian ini yaitu penelitian ini akan berfokus pada mengetahui persepsi (positif/negatif) orangtua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan media sosial TikTok.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah Yang peneliti ambil yaitu :

- a. Bagaimana Persepsi Orang tua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan Tiktok

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian ini adalah untuk :

a. Mengetahui Persepsi orang tua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan aplikasi TikTok

2. Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini, adalah :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam persepsi komunikasi. Universitas Islam Riau pada aplikasi Tiktok ataupun aplikasi pengasah kreativitasan serupa.

b. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas wawasan tentang bagaimana persepsi orangtua terhadap anak-anak mereka yang menggunakan aplikasi TikTok serta memperbanyak referensi pada penelitan selanjutnya, terutama untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom) Universitas Islam Riau (UIR)

c. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi Interpersonal

a. Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau yang disebut komunikasi antarpribadi adalah “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi didalam diri sendiri, didalam diri manusia terdapat komponen – komponen komunikasi seperti sumber,pesan,saluran penerima dan balikan. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri setiap individu. Komunikasi interpersonal juga mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain” Muhammad (1995:158). Definisi lainnya tentang komunikasi komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya Arni Muhammad (2005:159). Sebuah definisi yang lebih sederhananya sebuah komunikasi interpersonal yaitu “Suatu komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang,seperti suami istri,dua sejawat, dua sahabat dekat,guru-murid dan sebagainya” Mulyana (2000:73)

b. Komponen Komunikasi Interpesonal

Berikut beberapa komponen-komponen yang membentuk suatu komunikasi interpersonal menurut Aw (2011:4) yaitu :

a) Sumber/komunikator

Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi,yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri,baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain.

b) *Encoding*

Encoding adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non verbal yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan. Encoding merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.

c) Pesan

Merupakan hasil *encoding*. Pesan adalah seperangkap simbol-simbol baik *verbal* maupun *non-verbal*,atau gabungan keduanya,yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan merupakan unsur yang sangat penting. Pesan itulah yang disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasikan oleh komunikan.

d) Saluran

Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal, penggunaan saluran atau media semata-mata karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka. Prinsipnya adalah sepanjang masih dimungkinkan untuk dilaksanakan komunikasi secara tatap muka, maka komunikasi interpersonal tatap muka akan lebih efektif.

e) Komunikan

Seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasikan pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang telah dilakukan, apakah makna pesan dapat dipahami secara bersama-sama oleh kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan.

f) *Decoding*

Kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk mentah, berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Secara bertahap dimulai dari proses sensasi, yaitu proses dimana indera menangkap stimuli. Proses sensasi dilanjutkan dengan persepsi, yaitu proses memberi makna atau *decoding*.

g) Respon

Yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif. Respon positif apabila sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Netral berarti respon itu tidak menerima ataupun menolak keinginan komunikator. Dikatakan respon negatif ketika tanggapan yang diberikan oleh si penerima pesan bertentangan dengan yang diinginkan oleh komunikator.

h) Gangguan (*Noise*)

Gangguan atau *noise* atau barrier beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* dapat terjadi di dalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. *Noise* merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampain dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.

c. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Supratiknya (1995:30) dalam mendeskripsikan karakteristik komunikasi interpersonal menyatakan bahwa, terdapat lima karakteristik komunikasi interpersonal yaitu:

1. Keterbukaan atau *openness*

Sikap dimana tidak ada perasaan tertekan ketika melakukan kegiatan komunikasi yang ditandai dengan kesediaan untuk jujur dalam menyampaikan apa yang sedang dirasakan dan sedang dipikirkan.

2. Empati

Suatu sikap ikut merasakan apa yang dirasakan oleh lawan bicara, yang ditandai dengan kesediaan mendengarkan dengan sepenuh hati, merespon secara tepat setiap perilaku yang muncul dalam kegiatan komunikasi.

3. Dukungan

Sikap memberikan respon balikan terhadap apa yang dikemukakan dalam kegiatan komunikasi, sehingga dalam kegiatan komunikasi terjadi pola dua arah.

4. Rasa positif

Suatu perasaan memandang orang lain dalam kegiatan komunikasi sebagai manusia. Hal ini ditandai dengan sikap tidak mudah menjudge dalam setiap kegiatan interaksi dalam komunikasi.

5. Kesamaan

Suatu kondisi dimana dalam kegiatan komunikasi terjadi posisi yang sama antara komunikan dan komunikator, tidak terjadi dominasi antara satu dengan yang lain. Hal ini ditandai arus pesan yang dua arah.

d. Komunikasi Interpersonal dan persepsi

Proses dalam terjadinya komunikasi interpersonal bukan hanya melibatkan bertukar informasi melainkan juga pertukaran persepsi tentang orang dan kejadian atau obyek tertentu.

Sebagai salah satu pembentuk komunikasi interpersonal, persepsi yang berbeda-beda akan berdampak kepada bagaimana kita menyikapi lawan bicara kita atau menentukan tata bahasa kita dalam berkomunikasi. Persepsi kita terhadap orang lain atau yang disebut sebagai persepsi interpersonal (perseorangan) umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu latar belakang budaya yang berbeda, kemampuan untuk berempati, seringnya manusia salah dalam membuat suatu persepsi, dan lainnya.

Menurut Rakhmat (2001:98) persepsi interpersonal sangat berpengaruh pada efektivitas komunikasi interpersonal. Persepsi yang kita berikan terhadap orang lain seringkali tidak cermat. Bila ketidakcermatan persepsi ini ditanggapi oleh kedua pihak dengan cara yang tidak cermat juga dapat menimbulkan dampak ketidakefektifan komunikasi antar pribadi yaitu kegagalan komunikasi serta mendistorsi pesan yakni misalnya menimbulkan kesalahpahaman. Kegagalan komunikasi dapat kita perbaiki dengan menyadari bahwa persepsi yang kita berikan salah dan komunikasi yang efektif mungkin saja dapat tercapai, untuk itulah diperlukannya memahami kesalahan persepsi sebagai salah satu hambatan komunikasi antar pribadi dan cara mengatasi kesalahan persepsi dalam komunikasi agar kesalahan persepsi sebagai salah satu faktor penyebab distorsi dalam komunikasi dan kegagalan komunikasi tidak terjadi.

2. Persepsi

a. Definisi Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui panca indera atau juga disebut proses sensoris. Proses ini

tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan yaitu merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi, Walgito (2010:53).

Persepsi merupakan inti komunikasi. Maksud yang terkandung disini bahwasanya persepsi mempunyai peranan yang terbilang cukup penting dalam berhasilnya suatu komunikasi, artinya kecermatan dalam mempersepsikan stimulus inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan kerncuan sebuah pesan yang menyebabkan salah paham atau yang disebut *miss-communication* (Suranto, 2011), definisi lainnya mengenai persepsi yaitu menurut Kotler (2004:193) menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses di mana seseorang dapat memilih, mengatur, dan mengartikan informasi menjadi suatu gambar yang sangat berarti di dunia. Triato dan Titik Triwulan, T. (2006:53) mereka berpendapat bahwa “persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera. Kesan yang diterima individu sangat tergantung pada seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berpikir dan belajar, serta dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam diri individu”.

b. Karakteristik Persepsi

Karakter persepsi menurut Busch dan Houston (1985) yang dikutip oleh Ujang Sumarwan (2000:113), karakteristik persepsi dapat didefinisikan sebagai berikut :

a. Bersifat selektif

Manusia mempunyai keterbatasan dalam hal kapasitas atau kemampuan mereka dalam memperoleh semua informasi dari lingkungan. Seseorang pasti berhadapan dengan sub kumpulan yang terbatas dari objek-objek maupun peristiwa yang banyak sekali dalam lingkungan mereka. Masyarakat cenderung memperhatikan aspek lingkungan yang berhubungan dengan urusan pribadi mereka.

b. Terorganisir dan teratur

Suatu perangsang atau pendorong tidak bisa dianggap terisolasi dari perangsang lain. Rangsangan-rangsangan dikelompokkan ke dalam suatu pola ataupun informasi yang membentuk keseluruhan, jadi ketika seseorang memperhatikan sesuatu, perangsang harus berusaha untuk mengatur. Stimulus adalah apa yang dirasakan dan arti yang terdapat didalamnya adalah fungsi dari perangsang tersebut atau pendorong itu sendiri.

c. Subyektif

Persepsi merupakan fungsi dari faktor pribadi hal-hal yang berasal dari sifat penikmat atau perasa, kebutuhan, nilai-nilai, motif, pengalaman, masa lalu, pola pikir, dan kepribadian seseorang dalam individu dalam memainkan sebuah peran dalam persepsi.

c. Macam-Macam Persepsi

Menurut Parek (1984 :14) berdasarkan indra sebagai penerima stimulus, terdapat beberapa jenis persepsi, yaitu:

1) Persepsi visual

Persepsi visual dari indera penglihatan yaitu mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual adalah hasil dari apa yang kita lihat, baik sebelum kita melihat atau masih membayangkan serta sesudah melakukan pada objek yang dituju.

2) Persepsi auditoria atau pendengaran

Persepsi auditoria merupakan persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang didengarnya.

3) Persepsi perabaan

Persepsi perabaan merupakan persepsi yang didapatkan dari indera perabaan yaitu kulit. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang disentuhnya atau akibat persentuhan sesuatu dengan kulitnya.

4) Persepsi penciuman

Persepsi penciuman merupakan persepsi yang didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang di cium.

5) Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan atau rasa merupakan jenis persepsi yang didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang diecap atau dirasakan.

d. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rahmatullah (2014:11-13), terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu sebagai berikut:

a) Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor yang mempengaruhi persepsi dari dalam diri individu. Faktor internal mencakup beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

a. Fisiologis

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

b. Perhatian

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

c. Minat

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan manusia sebagai bentuk suatu perhatian terhadap tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

d. Kebutuhan yang searah

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

e. Pengalaman dan ingatan

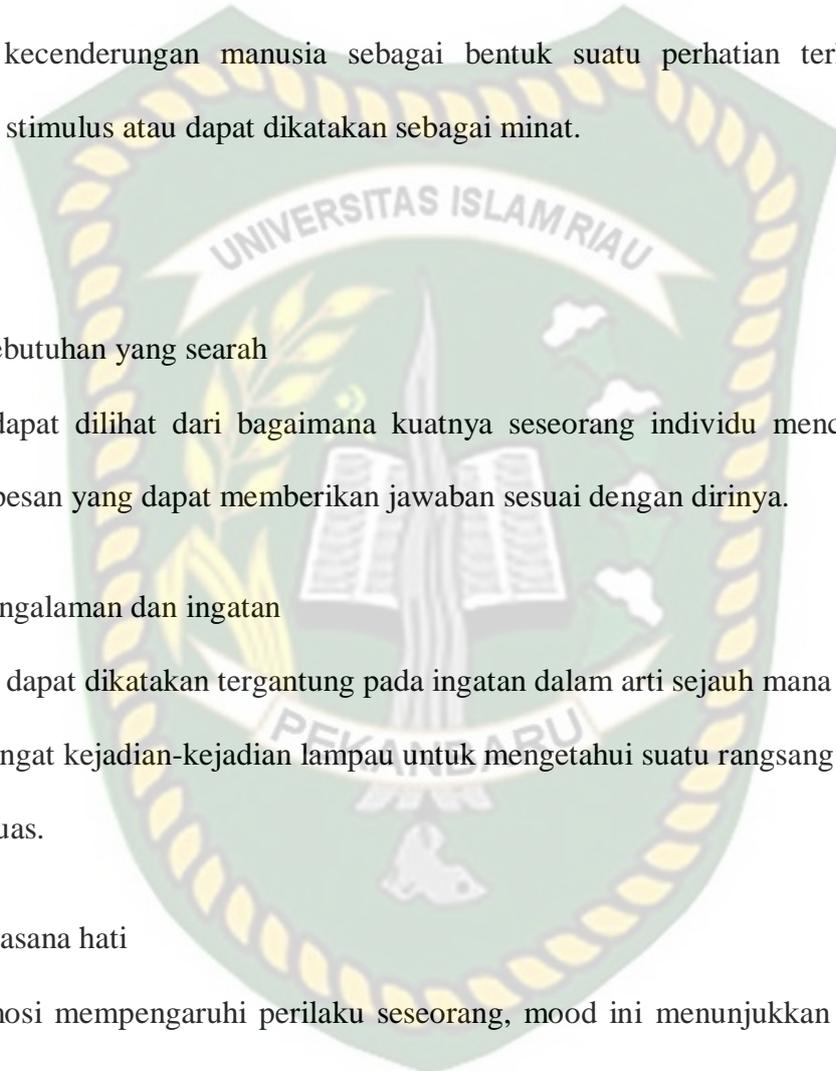
Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

f. Suasana hati

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

b) Faktor Eksternal

Merupakan faktor terluar yang mempengaruhi persepsi. Faktor-faktor itu diantaranya adalah karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlihat di



dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya, beberapa diantaranya yaitu :

1. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

2. Warna dari obyek-obyek

Obyek-obyek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

3. Keunikan dan kekontrasan stimulus

Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

4. Intensitas dan kekuatan dari stimulus

Stimulus dari luar memberi makna yang lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

5. *Motion* atau gerakan

Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

e. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Hamka (2002:101-106), proses terjadinya persepsi ada beberapa tahap,yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, yaitu proses ditangkapnya suatu stimulus (objek) oleh panca indera.
- b. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses diteruskannya stimulus atau objek yang telah diterima alat indera melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak.
- c. Tahap ketiga merupakan proses yang dikenal dengan nama proses psikologis, yaitu proses dalam otak, sehingga individu mengerti,menyadari, menafsirkan dan menilai objek tersebut.
- d. Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan, gambaran atau kesan.

f. Teori Persepsi

Secara umum, persepsi adalah proses internal kita memilih mengevaluasi dan mengorganisasikan stimuli dan lingkungan kita. Definisi persepsi lainnya yaitu persepsi sebagai proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis

informasi menurut Brian Fellows dalam Dedi Mulyana (2008:180) Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis sebuah informasi.

Ketika para ahli fisika meneliti fenomena alam, atau ketika insinyur menguji mesin, persepsi mereka boleh jadi mendekati akurat. Namun ketika mereka berkomunikasi dengan manusia lainnya, baik dengan sesama ilmuwan atau bahkan dengan pasangan hidup mereka, persepsi mereka mungkin kurang atau bahkan belum mewakili seperti apa yang mereka inginkan karena jawaban itu masih berdasarkan motif, perasaan, nilai, dan kepentingan dan tujuan yang berlainan.

Asumsi-asumsi mengenai teori persepsi ini adalah :

- Pola-pola perilaku berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas yang telah dipelajari
- Oleh karena perbedaan biologis dan pengalaman yang berbeda, tidak ada individu yang mempersepsi realitas yang persis sama.

3. Anak

a. Definisi Anak

Anak ialah sebutan bagi orang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih berada di dalam kandungan ibunya, pengertian ini juga yang terdapat pada Undang-undang No.23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak yang berarti segala

kepentingan akan pengupayaan perlindungan terhadap anak sudah dimulai sejak anak tersebut berada didalam kandungan hingga berusia 18 tahun (Damayanti,2008).

Menurut definisi yang dikutip dari Haditono (dalam Damayanti, 1992),anak adalah mahluk yang membutuhkan pemeliharaan, kasih sayang dan tempat bagi perkembangannya.

Dari perspektif Augustinus (dalam Suryabrata, 1987), yang dipandang sebagai peletak dasar permulaan psikologi anak, mengatakan bahwa anak Tentunya takkan bisa disamakan dengan orang dewasa, anak justru cenderung untuk melakukan suatu penyimpangan dari hukum dan juga ketertiban yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengertian terhadap realita kehidupan, anak-anak lebih mudah belajar dengan contoh-contoh yang diterimanya dari aturan-aturan yang bersifat memaksa.

b. Karakteristik perkembangan anak

Menurut Damayanti (2008), berikut ini adalah karakteristik anak sesuai tingkat perkembangan yang dimulai dari :

1. Usia bayi (0-1 tahun)

Pada masa ini bayi belum dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya dengan kata-kata. Oleh karena itu,komunikasi dengan bayi lebih banyak menggunakan jenis komunikasi non verbal. Pada saat lapar, haus, basah dan perasaan tidak nyaman lainnya, bayi hanya bisa mengekspresikan perasaannya dengan menangis. Walaupun

demikian, sebenarnya bayi dapat berespon terhadap tingkah laku orang dewasa yang berkomunikasi dengannya secara non verbal, misalnya memberikan sentuhan, dekapan, dan menggendong dan berbicara lemah lembut. Ada beberapa respon non verbal yang biasa ditunjukkan bayi misalnya menggerakkan badan, tangan dan kaki. Hal ini terutama terjadi pada bayi kurang dari enam bulan sebagai cara menarik perhatian orang. Oleh karena itu, perhatian saat berkomunikasi dengannya. Jangan langsung menggendong atau bahkan sampai memangkunya karena bayi akan merasa takut. Lakukan komunikasi terlebih dahulu dengan ibunya. Tunjukkan bahwa kita ingin membina hubungan yang baik dengan ibunya.

2. Usia pra sekolah (2-5 tahun)

Karakteristik anak di masa ini terutama pada anak dibawah 3 tahun yaitu perasaannya sangat egosentris. Selain itu, anak juga mempunyai perasaan takut kepada perasaan ketidaktahuan sehingga anak perlu diberi tahu tentang apa yang akan terjadi padanya. Misalnya, pada saat akan diukur suhu, anak akan merasa melihat alat yang akan ditempelkan ke tubuhnya. Oleh karena itu jelaskan bagaimana akan merasakannya. Beri kesempatan padanya untuk memegang thermometer sampai ia yakin bahwa alat tersebut tidak berbahaya untuknya. Dari hal bahasa, anak belum mampu berbicara fasih. Hal ini disebabkan karena anak belum mampu berkata-kata 900-1200 kata.

3. Usia sekolah (6-12 tahun)

Anak pada usia ini sudah sangat peka terhadap stimulus yang dirasakan yang mengancam keutuhan tubuhnya. Oleh karena itu, apabila berkomunikasi dan berinteraksi sosial dengan anak diusia ini harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti anak dan berikan contoh yang jelas sesuai dengan kemampuan kognitifnya. Anak usia sekolah sudah lebih mampu berkomunikasi dengan orang dewasa. Perbendaharaan katanya sudah banyak, sekitar 3000 kata dikuasi dan anak sudah mampu berpikir secara konkret.

4. Usia remaja (13-18 Tahun)

Fase remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari akhir masa anak-anak menuju masa dewasa. Dengan demikian, pola pikir dan tingkah laku anak merupakan peralihan dari anak-anak menuju orang dewasa. Anak harus diberi kesempatan untuk belajar memecahkan masalah secara positif. Apabila anak merasa cemas atau stress, jelaskan bahwa ia dapat mengajak bicara teman sebaya atau orang dewasa yang ia percaya.

Berdasarkan kriteria usia yang dilihat dari tahap perkembangan yang dikutip dalam (Damayanti :2008) ini, peneliti akan mengambil anak-anak yang menggunakan Tiktok pada usia 6-12 tahun yang dapat dikategorikan anak-anak pada usia sekolah.

4. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Menurut Antony Mayfield (2008) media sosial merupakan media yang penggunaannya mudah berpartisipasi,berbagai serta menciptakan peran,khususnya seperti blog,jejaring sosial,wiki/ensiklopedia online,forum-forum maya,termasuk juga *virtual worlds* (dengan *avatar*/karakter 3D). Pendapat lainnya dalam Andreas Kaplan dan Michael Haenlien (2010:53) juga berpendapat bahwa media sosial “Merupakan suatu kelompok aplikasi yang memiliki dasar internet yang membangun itu di atas dasarideologi serta juga teknologi Web 2.0 serta juga yang hal tersebut memungkinkan penciptaan dan juga pertukaran *user generated content*”. Menurut Henderi,Muhammad Yusup,dan Yuliana Isma Graba (2007:3) media sosial atau jejaring sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan tiap-tiap individu untuk membangun profil publik maupun juga semi publik dalam sistem terbatasi,daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan berguna juga untuk melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem yang saling terhubung satu dan lainnya.

b. Karakteristik Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi.
Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Puntodi (2011:34) ada beberapa jenis media sosial saat ini yaitu :

a) *Bookmarking*

Bookmarking menawarkan peluang untuk membagikan link yang menjadi minat. Hal itu memiliki tujuan supaya setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

b) *Content Sharing*

Melalui situs jenis ini, tersebut orang membuat berbagai media dan publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Youtube dan Flickr adalah situs content sharing yang seringkali dikunjungi oleh banyak orang.

c) *Wiki*

Sebagai situs yang mempunyai beragam karakteristik yang berbeda seperti situs knowledge sharing, wikitravel yang mempunyai fokus terhadap informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.

d) *Flickr*

Situs milik Yahoo ini adalah situs khusus dalam berbagi *image sharing* dengan kontributor yang ahli pada masing bidang fotografi diseluruh dunia. Flickr membuat daftar daftar foto dalam katalog yang masing-masing produk dapat dipasarkan.

e) *Social Media*

Kegiatan yang memakai fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjadil suatu hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking itu antara lain LinkedIn, facebook dan MySpace.

f) *Creating Opinion*

Media sosial ini menawarkan sarana untuk berbagi pendapat dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui creating opinion, seluruh orang dapat menjadi penulis, jurnalis dan juga komentator.

Dalam penelitian ini,peneliti mengambil aplikasi media sosial berbasis berbagi konten atau *content sharing* sebagai media sosial yang menjadi patokan peneliti untuk mengambil hasil penelitian yaitu berupa persepsi orangtua terhadap anak- anak sebagai pengguna media sosial tersebut.

5. TikTok

a. Definisi TikTok

TikTok adalah jejaring sosial media dalam bentuk video. Di mana dalam durasi 15 detik kamu dapat membuat video dengan *filter-filter* yang *spesial* serta menggunakan lagu yang tengah tenar, ataupun hanya menonton konten-konten menarik yang tersedia disana. Selain itu, kita juga bisa membagikan video yang dibuat ke aplikasi lain seperti Twitter hingga Instagram.

TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dalam *platform* video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance. Dulunya aplikasi ini memiliki nama *Douyin* yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, *Douyin* pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu TikTok.

Namun dalam perjalanannya menguasai dunia, ternyata muncul aplikasi serupa dan *happening* di Amerika Serikat. Aplikasi tersebut dikenal dengan nama Musical.ly. Menggunakan Musical.ly, kamu bisa merekam video selama 15 detik dengan konsep *lipsync*. (Review.Bukalapak.com, 13/02/2020)

b. Macam-macam konten yang beredar di TikTok

Baru baru ini, TikTok Indonesia membeberkan beberapa kategori video TikTok yang sering muncul di FYP/*for your page* (salah satu fitur semacam beranda untuk melihat video yang jumlah *viewers* dan *like* dengan jumlah banyak).

Berikut 5 kategori konten TikTok yang paling banyak digemar para *content creator*, berikut beberapa macam kontennya (www.era.id ,15/12/20)

a. Komedi

Orang Indonesia memang terkenal sebagai bangsa yang humoris, dan itu terlihat dari munculnya berbagai jenis konten komedi yang ada di TikTok -mulai dari sketsa, parodi, sampai stand-up comedy. Misalnya, Inul Darasista yang membuat konten lucu bersama sang suami.

b. *Education*

Konsep video edukasi yang memberikan pembelajaran Bahasa Korea sejarah, kesehatan bahkan berita terikini, dan lain-lainnya juga sangat diminati tahun ini. Selebriti kenamaan seperti Rizky Febian dan Vidi Aldiano menjadi tiga di antaranya yang cukup populer.

c. *Beauty*

Menjadi tren sepanjang tahun 2020 ini, #passthebrushchallenge menjadi viral dan diikuti oleh banyak orang. Selain challenge, ada pun *content creator* yang membuat tutorial *makeup* cepat dengan menggunakan video TikTok.

d. *Talent*

Berbagai duet yang menjadi konten TikTok tahun 2020 membuat beberapa lagu lawas seperti Kopi Dangdut menjadi booming kembali. Lagu Lathi dari Weird Genius menjadi *Top Music Tracks* disusul Ampun Bang Jago. TikTok berhasil menumbuhkan kreativitas netizen. Kreator atau para pembuat konten super kreatif yang berkarya di TikTok dan langsung mencuri perhatian seperti @cheryantoinette, @dhiarcom dan

@idgitaf. Ketiga akun ini menjadi yang paling memikat para pengguna TikTok karena sukses memanfaatkan banyak fitur yang ada di TikTok.

e. *Food*

Di masa pandemi, konten kuliner terutama memasak memang banyak digemari karena banyak orang memilih memasak sendiri di rumah karena banyak restoran maupun tempat makan yang tutup sementara.

c. Dampak Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok

Sebagai aplikasi video yang juga mengasah kemampuan hingga mengusir kebosanan pada masa pandemi Covid-19 (*Coronavirus Disease*),TikTok tentunya memiliki dampak positif dan juga negatifnya sebagaimana berikut ini

- a. Sebagai salah satu aplikasi yang dapat memperlihatkan apa apa saja hal baru yang akan *viral* melalui video dan bersosialisasi melalui kolom komentar dan sling ikut/mengikuti (sfollow) sesama akun pengguna
- b. Sebagai Media Edukasi,informasi tentang berbagai hal-hal yang jarang orang ketahui selama ini seperti sejarah,kesehatan,bahkan informasi-informasi seputar kuliner sekita,dan lain-lain
- c. Pada 2019,Bytedance merilis aplikasi serupa namun lebih hemat penggunaan kuota brnama TikTok Lite,seperti namanya tentu ada juga Fitur yang ada di TikTok Biasa Namun tidk ada di TikTok Lite seperti Duet(Memungkinkan pengguna agar biasa membuat video baru untuk mengimbangi video yang ia duetkan bersamaan),akan tetapi pada TikTok Lite ini tersedianya fitur yang memungkinkan para pengguna

mendapatkan sejumlah uang dengan mengundang teman sesama pengguna dan saling menonton video.

- d. Aplikasi ini juga berfungsi sebagai wadah untuk mengekspresikan kreativitas khususnya dalam pembuatan video, aplikasi Tik Tok sendiri merupakan platform untuk membuat video dengan efek spesial dan unik dengan mudah. Tik Tok juga menyuguhkan berbagai macam musik untuk latar video, sehingga penggunanya dapat menciptakan video yang lebih menarik.
- e. Aplikasi tiktok ini juga berbasis video dan musik, dan dapat melatih diri remaja atau anak anak untuk mengasah skill editing video, untuk konten-konten yang lebih bermanfaat

Setelah mengkaji beberapa poin positif dari TikTok sendiri, tentunya juga aplikasi ini terdapat banyak dampak negatif untuk remaja dan juga anak-anak sudah banyak artikel yang membahas tentang dampak negatif dari tiktok sendiri sampai kominfo harus memblokir aplikasi tiktok di indonesia, salah satunya segi negatif dari TikTok sendiri adalah :

- a. Secara tidak langsung, tiktok menjadi penyebab generasi remaja untuk suka bergoyang ria, Apabila anda termasuk seseorang yang sering aktif di Instagram, pastinya anda akan menjumpai beberapa netizen dengan berbagai video yang dibuat dengan menggunakan aplikasi tiktok ini. Ada yang biasa saja, dan ada yang luar biasa keterlaluan. Bahkan ada beberapa remaja dan anak-anak bergoyang ria yang tidak wajar.

- b. Membuat video yang tidak sewajarnya, bahkan tidak hanya remaja saja mereka melibatkan anak-anak kecil dalam pembuatan video TikTok dan tak segan menampilkan gaya bernyanyi, menari dan berlagak layaknya orang dewasa tanpa memikirkan akan maknanya baik positif ataupun negatif.
- c. Apabila ini dianggap sebagai media hiburan, maka *Youtube* lebih baik. Memang benar adanya bahwa tujuan aplikasi ini diperuntukkan sebagai media hiburan, akan tetapi hiburan yang berlebihan juga tidaklah benar. Kita mungkin sudah akrab dengan berbagai berita *viral* yang mengheboh alias miris melibatkan aplikasi ini. Sebenarnya kita dapat mengasah kemampuan menjadi *video creator* langsung dengan aplikasi-aplikasi yang lebih memadai.
- d. Terdapat banyak video yang tidak pantas menjadi contoh yang tidak baik bagi perilaku remaja dan anak jaman sekarang. Mungkin kita juga sudah sama-sama tahu banyaknya video dengan aksi-aksi yang tidak pantas dilakukan penggunanya yang meleceh kepada penistaan agama seperti
- e. membuat video menari-nari bersama saat melaksanakan sholat. Ironisnya banyak akun yang mengunggah video sejenis tanpa mereka bisa menyadari bahwa video yang mereka tiru itu bukanlah hal yang pantas untuk ditiru yang dapat membuat kenakalan anak jaman sekarang semakin beragam. Dalam hal ini diperlukan peran keluarga dan peran orang tua dalam mendidik anak-anaknya dengan memberikan pengarahan pada anak yang ketergantungan akan penggunaan aplikasi ini..

- f. Aplikasi TikTok ini Menjadikan manusia terlalu kreatif demi video yang lucu dan menarik sehingga tidak mampu .menilai mana yang pantas dan mana yang tidak. Banyak remaja yang memang kreatif dalam membuat video agar bisa mendapat banyak respon dari orang lain,Tetapi mereka menjadi seperti tidak berpikir dahulu sebelum merekam apa yang mereka lakukan,berpikir seakan-akan menjadi terkenal pada fitur FYP(*for you page*/beranda,semacam fitur dimana video-video yang muncul adalah yang banyak ditontok dan disukai) daripada memikirkan bagaimana image diri mereka akan tercemar.

(www.Kompasiana.com,Fenny Aprilia,18/07/2018)

B. Definisi Operasional

1) Komunikasi Interpersonal

Salah satu jenis komunikasi yang memerlukan 2 orang atau lebih untuk bertukar pesan satu sama lainnya yang biasanya tanpa adanya perantara media atau komunikasi langsung agar pesan cepat tersampaikan melalui kata,gerak tubuh atau isyarat lainnya.

2) Persepsi

Proses dimana seseorang mampu membaca suatu keadaan,serta memaknainya berdasarkan sudut pandangnya (Perspektif) masing-masing,oleh karena itu,tiap orang dari latar belakang yang berbeda tentunya memiliki persepsi berbeda pula.

3) Anak

Seseorang yang masih tergolong dalam usia yang muda yaitu berkisar pada umur 1-17 tepatnya sebelum memasuki usia remaja (18 Tahun). Anak masih harus dalam bimbingan orangtuanya atau siapapun yang mengasuhnya karena masih dalam tahap untuk belajar untuk melakukan sesuatu sedari dasarnya.

4) Media Sosial

Yaitu suatu wadah dimana orang-orang dapat bertemu secara *virtual* (Maya) serta bersosialisasi, berbagi informasi baik satu sama lain atau satu ke banyak orang, dalam media sosial, informasi yang disebar akan cepat mendapat *feedback* dari pengguna lainnya nerneda dengan media massa yang tak dapat secara langsung mendapat *feedback*. dan si pengirim cenderung mudah diketahui

5) TikTok

Merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berbasis video *lip-synchronisation* atau yang disingkat *lip-synch* (sinkronasi gerak bibir dengan musik atau suara rekaman) penerus dari Dubsmash dan Musical.ly, yang pada awalnya hanya sebagai aplikasi untuk bernagi video seru & menghibur seperti *lip-synch*, namun sekarang berbagai macam konten dapat ditemukan disana.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1	Liu, An Nisaa Al Mu'min, Ilyas	Persepsi mahasiswa dalam implementasi pembelajaran online berbasis zoom cloud meeting program studi pendidikan fisika universitas flores ,2020	Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif	Penelitian ini memiliki hasil yaitu Persepsi Mahasiswa dalam Pembelajaran Online berbasis Zoom Cloud Meeting, diperoleh 12,30 % sangat setuju dengan pembelajaran online berbasis Zoom Cloud Meetings, 46,93% setuju dengan pembelajaran online berbasis zoom cloud meetings, 25,28% ragu dengan pembelajaran online berbasis zoom cloud meetings, 7,40 % tidak setuju dengan pembelajaran online berbasis zoom cloud meetings dan 3,17 % sangat tidak setuju dengan pembelajaran online berbasis zoom cloud meetings.
2	Demmy Deriyanto, Fathul Qorib	Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok,2018	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tungadewi dalam penggunaan aplikasi Tik Tok yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dalam membentuk sebuah persepsi. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi dalam aplikasi Tik Tok terbagi menjadi dua yaitu persepsi positif dimana Tik Tok memberikan manfaat dalam hal hiburan, pertemanan,

Dokumen ini adalah Arsip

Milik :

Dokumen ini adalah Arsip Milik :				<p>informasi serta popularitas bagi pengguna. Sedangkan yang berikutnya adalah persepsi negatif dimana Tik Tok tidak memberikan manfaat bagi penggunanya seperti masih adanya konten-konten yang bersifat negatif muncul di aplikasi Tik Tok. Terdapat dua faktor yang memengaruhi persepsi yaitu internal dimana perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan, perhatian, proses belajar dan motivasi berperan dalam terbentuknya persepsi. Kemudian faktor kedua yaitu eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan, intensitas yang dapat memengaruhi persepsi seseorang dalam menggunakan aplikasi media sosial.</p>
3	Muhammad Zaini, Sunarto	Persepsi Orangtua Terhadap Hadirnya Era Teknologi Digital di Kalangan Anak Usia Dini, 2019	Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan <i>smartphone</i> dan mengetahui penyebab tingginya tingkat penggunaan <i>smartphone</i> pada anak usia TK 4-6 tahun. Hadirnya era teknologi digital di kalangan anak usia pra sekolah menjadi tantangan yang besar dan perhatian yang lebih bagi orangtua, guru, maupun pemerintah dalam membimbing mereka. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir setiap anak usia dini saat ini sudah mengenal teknologi digital, terdapat 42 dari 45</p>

			<p>anak usia TK 4-6 tahun sudah memainkan smartphone dan tablet. Faktor utama yang menjadi penyebab tingginya tingkat penggunaan gadget pada anak-anak melainkan karena orangtua yang meminjamkan smartphone dan tablet pribadi mereka kepada anak. Adapun beberapa alasan orangtua mengizinkan anak mereka memainkan smartphone dan tablet pada anak usia TK 4-6 tahun, antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>smartphone</i> dan tablet yaitu sarana pengenalan teknologi informasi dan komunikasi. 2) <i>smartphone</i> dan tablet sebagai media edukasi untuk menambah wawasan anak; dan 3) <i>smartphone</i> dan tablet sebagai sarana hiburan agar anak tidak cerewet dan rewel. <p>Alasan yang dikemukakan orangtua tentu bertujuan guna yang baik bagi anak mereka, tetapi tanpa pengendalian yang bijak seperti: pemilihan aplikasi edukatif, konten positif, lagu anak-anak, cerita anak, video anak-anak, game edukasi, batasan waktu, pengawasan, dan porsi lainnya yang layak untuk anak usia TK akan memberikan dampak buruk bagi tumbuh kembang anak.</p>
--	--	--	--

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

d. Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu, peneliti berikutnya membuat perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, lalu dirumuskanlah persamaan dan perbedaan diantaranya yaitu:

a. Persamaan

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai persepsi orangtua, mahasiswa mengenai media sosial ataupun penggunaan *smartphone*.

b. Perbedaan

Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah lokasi dan juga tempat penelitian serta media sosial apa yang akan diambil persepsi nya (selain TikTok) Perbedaan lainnya yaitu peneliti membahas tentang persepsi orangtua terhadap anak-anak pengguna media sosial TikTok sementara penelitian lainnya membahas tentang persepsi terhadap penggunaan Facebook, ZOOM, dan juga Google Meet penelitian lainnya mengkaji persepsi para orangtua terhadap penggunaan *smartphone* oleh anak-anak dimasa Covid-19. Hanya ada satu peneliti serupa tentang persepsi terhadap aplikasi media sosial TikTok, namun penelitian tersebut ditujukan untuk mendapatkan persepsi positif dan negatif para mahasiswa di Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, demi mendapatkan hasilnya yang akurat, peneliti mengambil pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, Sugiyono (2017:11). Teknik dalam menentukan informan dalam penelitian ini yaitu dengan *purposive sampling* serta menggunakan *In-depth Interview* (Wawancara Mendalam) untuk menemukan jawaban akurat atas masalah yang penulis teliti ini. Menurut Moleong (2005:186) wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, sehingga menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik dibalik fenomena secara mendalam terinci, dan tuntas.

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek penelitian

Menurut Moleong (2000:90) informan/subjek adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian secara faktual. Oleh karena itu dalam menentukan subjek/informan dapat dilakukan dengan menentukan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi objek, yang dipilih adalah informan yang mengetahui dengan jelas dan sesuai dengan tujuan dari permasalahan. Penelitian ini berfokus dalam menjadikan anak-anak para pengguna media sosial TikTok sebagai subjek penelitian, anak-anak di RT 002 RW 003 Kecamatan Senapelan Kelurahan Kampung Baru.

Anak –anak ini nantinya juga akan peneliti ambil data-data yang mendukung. Anak-anak yang dijadikan sebagai objek penelitian kali ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Anak-anak pengguna TikTok yang berusia 6-15 tahun.
- b) Telah menggunakan TikTok sudah cukup lama contoh :sejak awal bermulanya pandemi Covid-19.
- c) Terbilang aktif dalam menggunakan aplikasi TikTok dilihat dari banyaknya unggahan si pengguna.
- d) Sering membuka aplikasi TikTok untuk melihat video-video unduhan terbaru hanya untuk mengusir rasa jenuh.

2. Objek penelitian

Menurut Iwan Satibi (2011:74) Objek penelitian secara umum akan memetakan atau menggambarkan wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara komperhensif, yang meliputi karakteristik wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi,tugas pokok dan fungsi lain-lain sesuai dengan pemetaan wilayah penelitian yang dimaksud. Objek penelitian nya yang peneliti ambil yaitu adalah para orang di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan yang berjumlah 15 orangtua yang nantinya akan diambil 10 orangtua yang anak-anak mereka merupakan pengguna media sosial TikTok yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Para orangtua yang anak-anak mereka menggunakan aplikasi TikTok
- b) Berdomisi di sekitar daerah penelitian yang telah peneliti tetapkan
- c) Memiliki akun TikTok nya sendiri ataupun tidak
- d) Sudah mengetahui bahwa anaknya bermain TikTok

C. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di RT 002 RW 003 di Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan yang sebelumnya sudah mendapatkan izin dari para orangtua yang anak-anak mereka bermain TikTok untuk mereka kemudian dijadikan sebagai narasumber dalam penelitian ini. Waktu penelitian disajikan pada tabel 3.1 berikut ini:

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU																KET
		AGUS-DES				JAN				MAR-JUN				JUN-SEP				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan penyusunan UP	X	X	X	X	X	X	X	X									
2	Seminar UP																	
3	Riset											X	X					
4	Penelitian lapangan					X	X											
5	Pengolahan dan analisis data													X				
6	Konsultasi bimbingan skripsi														X			
7	Ujian skripsi															X		
8	Revisi dan pengesahan skripsi pengandaan serta penyerahan															X	X	
9	Skripsi																X	

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

D. Sumber Data

a. Primer

Sumber data utama (Primer) dalam penelitian yang disusun kali ini adalah wawancara mendalam tentang narasumber yaitu orang tua yang anak-anak mereka menggunakan tiktok dengan rata-rata umur 6-12 Tahun.

b. Sekunder

Data-data sekunder akan peneliti dapatkan dari percakapan di obrolan *whatsapp* yang kemudian akan peneliti rangkum menjadi bentuk paragraf narasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah (2011:103) teknik pengumpulan data yaitu suatu prosedur sistematis dalam memperoleh data yang diperlukan. Dari pengertian tersebut di atas dapat diketahui bahwa teknik pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah memberi arah dan mempengaruhi penentuan teknik pengumpulan data.

Adapun data-data yang akan peneliti kumpulkan dalam penelitian kali ini dari beberapa cara seperti :

1. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan pengamatan serta pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek yang akan diteliti. Sedangkan, menurut Sugiyono (2014:145) observasi yaitu suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari beragam proses biologis dan psikologis.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) yaitu wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat ditarik kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, dimana peneliti akan menjajakan beberapa pertanyaan kepada para orangtua yang anak-anak mereka merupakan pengguna aplikasi TikTok.

3. Dokumentasi

Dokumentasi juga akan peneliti sertakan dalam penelitian ini yang berupa foto, video serta audio dari penuturan langsung narasumber dari wawancara yang peneliti rekam melalui telepon genggam peneliti. Dokumentasi yaitu adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang merupakan hasil dari laporan dan juga keterangan yang bisa menjadi data pendukung penelitian. Sugiyono (2015: 329)

F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data atas penelitian ini adalah peneliti akan memaksimalkan waktu penelitian dan mengumpulkan sumber data hingga dapat mewakili apa saja kriteria sumber yang telah penulis tentukan. Misalnya seperti: orangtua yang anak mereka menggunakan media sosial Tiktok, persepsi beragam yang didapatkan dari mereka.

1. Teknik Triangulasi

Menurut Sugiyono (2012:327) menyatakan bahwa teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data data dan sumber yang telah ada. Bila penelitian melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data,yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

a. Triangulasi Sumber/Data

Teknik triangulasi data akan dilakukan agar dapat menyinkronkan hasil penelitian dengan sumber-sumber lain yang terkait. Sugiyono (2012:327) menyatakan teknik triangulasi data menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama seperti penelitian terdahulu,sumber tertulis yang terkait dengan hasil penelitian,maupun penuturan tidak langsung dari narasumber lewat obrolan melalui aplikasi pesan instan *whatsapp* dikarenakan terkendala situasi pandemi Covid-19 saat ini.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari data,menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,catatan lapangan,dan dokumentasi,dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono (2010:335).Teknik analisis data bisa menggunakan berbagai cara dalam

penelitian ini (Wawancara mendalam, Rekaman suara narasumber,Sebaran kuisiner google form,serta data-data tertulis lainnya dari jurnal-jurnal,dan juga pada skripsi terdahulu)



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ISI

A. Profil Perusahaan *Bytedance*,Ltd

1. Sejarah singkat *Bytedance*



Gambar 4.1 Logo perusahaan *Bytedance*.Ltd

Berdasarkan informasi yang peneliti kutip dalam (www.ByteDance.com). ByteDance Ltd. (Hanzi: 字节跳动; Pinyin: Zìjié Tiàodòng) adalah perusahaan teknologi internet Cina yang berkantor pusat di Beijing. Perusahaan ini didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012.

ByteDance mengakuisisi *start-up* media sosial Musical.ly dan dikombinasikan dengan Douyin menjadi satu kedalam satu aplikasi dengan nama TikTok.

ByteDance memiliki lebih dari 800 juta pengguna aktif harian (lebih dari 1 miliar pengguna terakumulasi) di semua platform kontennya per November 2018. ByteDance telah mengumpulkan perhatian publik atas tuduhan bahwa ia bekerja sama dengan Partai Komunis China untuk menyensor dan mengawasi konten yang berkaitan dengan kamp pendidikan ulang Xinjiang

2. Tentang Pendiri



Gambar 4.2 Zhang Yiming, Sang Pendiri perusahaan *ByteDance*.Ltd

Zhang Yiming lahir 10 April 1983 di Longyan, Fujian adalah seorang pengusaha internet miliarder Tiongkok. Ia mendirikan ByteDance pada 2012 dan mengembangkan agregator berita Toutiao dan platform berbagi video TikTok (Douyin/抖音), sebelumnya dikenal sebagai Musical.ly. Menurut Bloomberg Billionaires Index, kekayaan pribadi Zhang diperkirakan mencapai \$44,5 miliar.[1][2] Pada 20 Mei 2021, Zhang Yiming mengumumkan bahwa dia akan mengundurkan diri sebagai CEO ByteDance pada akhir tahun dan beralih ke peran baru di dalam perusahaan. ia mendaftar di Universitas Nankai di Tianjin pada tahun 2001, di mana ia mengambil jurusan mikroelektronika sebelum beralih ke rekayasa perangkat lunak, kemudian selesai pada tahun 2005. hingga Ia bertemu istrinya di tempat ia menempuh pendidikan tinggi itu.

Diawal karirnya tahun 2008, Zhang memutuskan untuk meninggalkan Kuxun untuk bekerja kepada perusahaan yang didirikan oleh Bill Gates yaitu Microsoft, namun, ia merasa dibatasi oleh aturan perusahaan dimana kala itu ia bekerja,ia kemudian dengans segera meninggalkan Microsoft untuk bergabung dengan startup Fanfou, yang akhirnya gagal. Pada tahun 2009, ketika Kuxun akan diakuisisi oleh Expedia, Zhang mengambil alih bisnis pencarian real estat Kuxun dan memulai 99fang.com sebagai perusahaan pertamanya

3. Lokasi Perusahaan *Bytedance.Ltd*



Gambar 4.3 Gedung perusahaan *ByteDance.Ltd*

Bytedance sebagai kantor perusahaan swasta yang bekerja dalam bidang teknologi berkantor pusat di Beijing,China. Sementara itu, perusahaan ini telah melebarkan sayapnya juga ke negara negara lainnya seperti Singapura,Malaysia,dan juga Indonesia tepatnya di Jakarta Selatan,bahkan kabarnya perusahaan *Bytedance.Ltd* ini akan diundang oleh Frankfurt,Jerman untuk dirikan kantor cabangnya disana.

4. Produk-produk dari *Bytendanc.Ltd*

a) Neihan Duanzi

Pada bulan Maret 2012, ByteDance meluncurkan aplikasi pertamanya yang disebut Neihan Duanzi (内涵段子). Aplikasi pertama keluaran Bytedance.Ltd ini memungkinkan pengguna nya untuk mengedarkan lelucon, meme, dan video lucu. Pada puncaknya, Neihan Duanzi memiliki lebih dari 200 juta pengguna pada tahun 2017.

Pada tanggal 10 April 2018, ByteDance secara permanen menyaksikan Neihan Duanzi, sebagai Administrasi Radio dan Televisi Nasional menuduh Neihan Duanzi sebagai wadah penyalahgunaan untuk penyebaran konten-konten "vulgar" dan "tidak patut" dan "memicu sentimen kuat kebencian di antara pengguna internet".Menanggapi penutupan Neihan Duanzi, pendiri Zhang Yiming mengeluarkan surat yang menyatakan bahwa aplikasi itu "tidak sepadan dengan nilai-nilai inti sosialis" dan berjanji bahwa ByteDance akan "memperdalam kerja sama" dengan pihak berwenang untuk mempromosikan kebijakan mereka.

b) Toutiao

Versi awal dari apikasi ini diluncurkan pada Agustus 2012, 5 bulan setelah Zhang mendirikan perusahaan induknya yaitu Bytedance.Ltd. Toutiao mencapai 1 juta unduhan pada empat bulan setelah peluncurannya.

Pada Januari 2014, perusahaan menciptakan platform "Toutiaohao" (头条号) untuk menarik lebih banyak pencipta PGC (konten yang dibuat secara profesional) dan UGC (konten yang dibuat pengguna); dan kemudian pada tahun itu, ditambahkan

kemampuan video. Toutiao menggunakan distribusi berbasis minat dan desentralisasi untuk membantu long-tail pembuat konten menemukan pemirsa. Contoh yang sering dikutip adalah “Zhuguan Baba”, seorang petani babi muda di Cina Utara yang pos-posnya tentang cara memelihara babi menarik jutaan pembaca di Toutiao.

Pada bulan Februari 2016, proyek peringatan orang hilang dimulai pada platform Toutiao. Pada 2017, peringatan membantu menemukan 3.573 orang hilang. Pada bulan Agustus 2019, Bytedance meluncurkan Toutiao Search sebagai bagian dari portal Toutiao - sebuah agregator berita.

c) TikTok

TikTok (juga dikenal sebagai Douyin (Hanzi: 抖音) adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok^[4] yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri.

Masa pandemi membuat banyak orang-orang semakin kreatif dan memunculkan hal-hal baru salah satunya membuat video TikTok tentang pembelajaran. Bukan lagi menulis di kertas atau pengiriman tugas dalam bentuk *file word*, guru ataupun dosen menjadikan video TikTok tidak hanya disuguhkan untuk para penonton semata, tetapi juga dijadikan sebagai wadah untuk pengumpulan tugas peserta didik dalam bentuk video singkat TikTok.

d) Xigua Video

Pada bulan Maret 2016, ByteDance meluncurkan Toutiao Video, yang kemudian diganti namanya menjadi Xigua Video (juga dikenal sebagai Watermelon Video). Xigua Video adalah *platform* video bentuk pendek yang menyelenggarakan berbagai klip video yang rata-rata berdurasi 2-5 menit. *Platform* ini telah diperluas ke bentuk video panjang.

5. Profil Aplikasi TikTok

a. Asal Mula Aplikasi

Seperti yang telah kita tahu bahwasanya TikTok adalah aplikasi yang berasal dari China dengan induk perusahaan bernama ByteDance. Tik Tok sendiri merupakan aplikasi sosial media yang membagikan khusus video pendek yang kreatif. Tetapi, video di dalam Tik Tok bukan hanya sekedar video. Tik Tok juga memiliki beberapa pilihan musik dan filter guna meningkatkan nilai kreatif sebuah video. Sehingga tidak heran, meskipun hanya berdurasi 15 detik, video TikTok bisa mengandung banyak hal menarik.

Meskipun terhitung sudah hampir 5 tahun perilisannya yaitu tahun 2016, popularitas Tik Tok baru mulai meledak di tahun 2019. Tidak pula hanya tercatat di India saja, aplikasi Tik Tok yang mendunia ini tercatat juga sebagai salah satu aplikasi ini juga diblokir di Amerika Serikat. Kabar terbaru mengatakan bahwa mereka akan membuka blokir aplikasi ini hanya jika TikTok mau diakuisisi oleh Microsoft. Di Indonesia sendiri, banyak orang yang tidak menyetujui keberadaan aplikasi Tik Tok.

Penyebabnya sebenarnya sederhana. Pada awalnya, sejalan dengan aplikasi Musical.ly, pengguna TikTok mayoritasnya mengunggah video menari yang bisadianggap kurang mendidik oleh masyarakat (Sampai sekarang juga masih banyak yang seperti ini). Seperti yang kita tahu,sekarang sudah banyak orang yang membuat video tutorial, video keilmuan, dan berbagai macam video kreatif lain, masyarakat sulit untuk menerimanya,namun stigma TikTok di Indonesia adalah aplikasi untuk anak alay masih melekat.

TikTok,aplikasi berbasis media sosial berbagi konten berupa video buatan China ini memanglah sudah mendulang kesuksesan besar. Selain video-video yang mendidik untuk merubah pandangan negatif tentang aplikasi ini, banyak juga jasa-jasa *endorsement* yang juga menggunakan aplikasi ini untuk memperkenalkan produknya agar bisa dipasarkan lebih luas lagi,maka tidak heran jika TikTok mulai membuka program bernama Tik Tok Ads dengan tujuan agar lebih memudahkan lagi untuk para jasa *endorsement* untuk para pengguna dapat memasarkan produknya langsung melalui pihak TikTok itu sendiri.

2. Misi TikTok

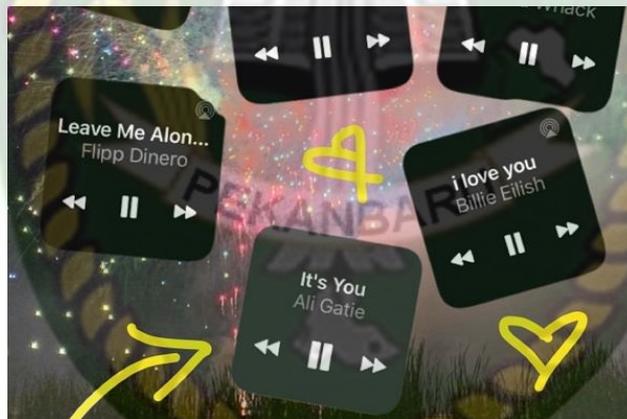
Misi TikTok seperti apa yang dapat peneliti kutip di laman resminya (www.tiktok.com/about) cukup singkat dan padat yaitu :“Untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita”

Fitur-Fitur Dalam Aplikasi TikTok

Berdasarkan dari yang peneliti kutip menurut (www.tricket.com) inilah beberapa fitur dari aplikasi TikTok yang terbaru, sebagai berikut :

1) Penambahan Musik pada Video yang ingin diunggah

Sesuai dengan penjelasan di atas, Tik Tok merupakan salah satu *platform* video musik. artinya salah satu fitur utama yang terdapat pada aplikasi Tik Tok adalah fitur penambahan musik. Pengguna aplikasi ini dapat menambahkan musik sesuka hati sesuai dengan konten yang ingin dibuat.



Gambar 4.4 Fitur Musik di TikTok

Selain itu, para pengguna tidak perlu merasa khawatir untuk memakai musik tersebut secara bebas, karena semua musik yang telah tersedia di aplikasi ini tentunya sudah mendapat izin sebelumnya dari pemiliknya, sehingga tidak akan dikenakan *copyright* (Hak cipta)

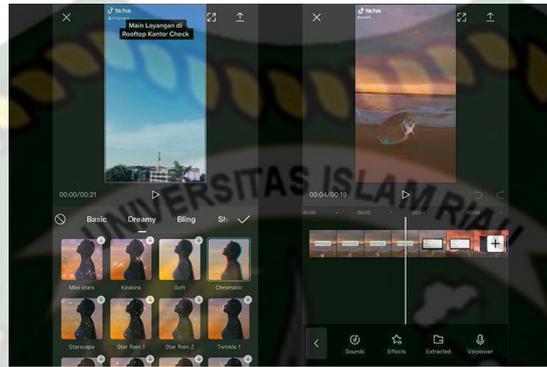
2) Filter pada video



Gambar 4.5 Fitur Filter pada TikTok

Fitur ke-2 yang juga dapat digunakan oleh seluruh pengguna Tik Tok adalah fitur filter yang ada pada saat pengambilan video. Pengguna bisa menambahkan fitur filter ini pada video untuk mengubah *tune* warna pada video, dan juga fitur ini menyediakan efek gambar yang unik pada wajah pengguna, ataupun mengubah latar, dan masih banyak lagi.

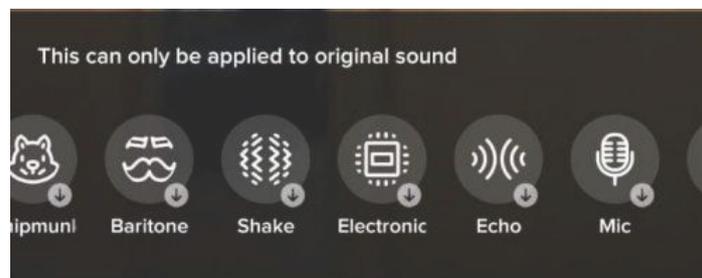
3) Stiker dan efek video



Gambar 4.6 Fitur efek pada TikTok

TikTok menyediakan hingga 5 kategori efek yang bisa diterapkan oleh pengguna dalam video nya, diantaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split dan juga waktu. Dalam efek stiker, para pengguna TikTok dapat menemukan beragam pilihan seperti, *hot, classic, selfie, hair, funny, interactive, heart, vlog, animal dan glasses*, agar video yang disajikan lebih kreatif dan tidak monoton dan pada akhirnya membuat para penonton bosan.

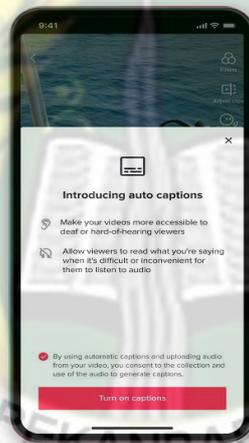
4) Fitur *Voice Changer*



Gambar 4.7 Fitur *Voice Changer*

Pada fitur ini pengguna dapat mengubah suara mereka dalam video yang mereka buat dengan menggunakan fitur *Voice Changer* ini. Dengan beragam efek suara yang berbeda, pengguna kini dapat menambahkan keseruan dan kreativitas ke dalam video mereka dengan mudah.

5) Fitur *auto caption*

Gambar 4.8 Fitur *Auto Caption*

Fitur ini memungkinkan kreator konten Tik Tok menyertakan *subtitle* / teks bergerak yang dibuat secara otomatis dalam aplikasi. Tujuan disediakan fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat. Penggunaannya pun terbilang cukup mudah, pengguna hanya perlu mengklik fitur "*Caption*" pada halaman penyuntingan video sebelum diunggah, setelah itu, kata-kata yang diucapkan oleh kreator di dalam konten tersebut akan terbentuk secara otomatis dalam bentuk kalimat oleh aplikasi.

Setelah itu, pengguna juga dapat melihat dan menyunting *subtitle* yang telah dibuat agar tidak terdapat kesalahan dalam teks.

6) Fitur *Live*/Siaran Langsung



Gambar 4.9 Fitur *Live*/Siaran Langsung oleh TikTok

Baru-baru ini menyusul Instagram dan Facebook, TikTok juga memiliki fitur live yang dapat oleh digunakan oleh penggunanya. Sayangnya, tidak seperti *platform* media sosial lainnya, tidak semua pengguna TikTok diizinkan untuk memulai video siaran langsung pada platform ini, pasalnya hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 *followers* yang bisa melakukan *live* di Tik Tok

3. Profil Informan

1. Identitas diri Informan/Orangtua

No	Nama	Umur	TTL	Pekerjaan
1	Ratnawati	51	Bangkinang,21 April 1972	Ibu Rumah Tangga
2	Asmiyanti (Mimi)	50	Pekanbaru,10 Juni 1971	Ibu Rumah Tangga
3	M. Razali	45	Pekanbaru,20 Maret 1969	Tukang Cukur/Usaha <i>Liquid Pomade</i>
4	Ermon Kasbiati	52	Selat Panjang,5 Februari 1973	Usaha Kerajinan Rotan
5	Anggia Resti	35	Padang,20 September 1985	Agen perwakilan RS Mahkota/ <i>Regency Malaysia</i>
6	Nabillah Suwandi	36	Pekanbaru 12 Maret 1985	Pemilik Salon Nabilasalon/ <i>Make Up Artist(MUA)</i>
7	Sehat Ginting	50	Binjai,23 Februari 1971	Ibu Rumah Tangga
8	Zerfilidya	54	Pekanbaru,1 November 1968	Ibu Rumah Tangga
9	Betty Grace	49	Pekanbaru,12 Maret 1972	Ibu Rumah Tangga
10	Kartiria	39	Payakumbuh,25 Desember 1985	Dosen

Tabel 4.2 Identitas Orangtua

2. Identitas Diri Anak Pengguna Aplikasi TikTok

No	Nama	Id/Username TikTok	Umur	Menggunakan Sejak
1	Intan Khoirunnisa	@Intnkhrsa05	12 Tahun	2 Tahun
2	Willy Angganata	@Willy1985	9 Tahun	1 Tahun
3	Hania Humaira	@Bgbagas47	8 Tahun	9 Bulan
4	Nova Widya	@novadwya	10 Tahun	1 Tahun
5	Aisyah Dea Inara	@Deddybrekz @Anggia150510	6 Tahun	1 Tahun
6	Fadhillah Rizka Tiana	@dhaylart	10 Tahun	2 tahun
7	Feby Yola	@Feby_yolaa25	12 Tahun	1 tahun
8	Stepani Ginting	@Stephhxxx_	12 Tahun	1 Tahun
9	Syaira rahma khairani	@anakpakyanto7	11 Tahun	2 tahun
10	Fairus Hanna Shafira	@fayfairuss	12 Tahun	1 Tahun

Tabel 4.2 Identitas Anak

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 3 bulan di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru ,baik dengan cara melakukan wawancara yang mendalam (*Depth Interview*) atau mengumpulkan hasil wawancara tertulis melalui Google Form terhadap 10 orang informan. Data juga diperoleh dengan cara melihat langsung ke Rt 002 RW 003 Kampung Baru yang tepatnya berada di jalan Kapur,Gang Vinus dan Gang Mulya tentang melihat ke mereka yang terbiasa membuka dan bermain aplikasi TikTok terutama saat pertama kali peneliti mewawancarai salah satu orangtua terdapat gerombolan anak-anak yang bermamamai-ramai hanya ingin melihat video di aplikasi TikTok salah satu temannya yang memegang *smartphone*. Pada penelitian ini, peneliti memilih beberapa kriteria diantaranya untuk orangtuanya dan anak-anaknya sebagai berikut:

- Untuk Orangtua
 - 1) Para orangtua yang anak-anak mereka menggunakan aplikasi TikTok
 - 2) Berdomisi di sekitar daerah penelitian yang telah peneliti tetapkan
 - 3) Sudah mengetahui bahwa anaknya bermain TikTok
- Untuk Anak
 1. Anak-anak pengguna TikTok yang berusia 6-12 tahun.
 2. Telah menggunakan TikTok sudah cukup lama contoh :sejak awal bermulanya pandemi Covid-19.
 3. Terbilang aktif dalam menggunakan aplikasi TikTok dilihat dari banyaknya unggahan si pengguna.

4. Sering membuka aplikasi TikTok untuk melihat video-video unduhan terbaru hanya untuk mengusir rasa jenuh.

1. Persepsi Orangtua terhadap Anak Pengguna Aplikasi TikTok

Persepsi merupakan penuturan atau ungkapan seseorang terhadap suatu hal yang ia amati terlebih dahulu (menurut sudut pandangnya) atau yang disebut perspektif, tiap orang akan memiliki persepsi berbeda karena sudut pandang mereka yang berbeda pula. Dikutip pula dalam Walgito (2010:53) bahwasanya persepsi itu merupakan suatu proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui panca indera atau juga disebut proses sensoris. Proses ini tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan yaitu merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi.

Berdasarkan judul besar penelitian yang peneliti ambil saat ini yaitu **“Persepsi Orangtua Terhadap Anak Pengguna Media Sosial TikTok”**. Peneliti telah mengumpulkan sejumlah persepsi-persepsi para orangtua yang peneliti ambil di RT 002 RT 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan, dan bisa dikatakan peneliti telah mendapatkan persepsi yang cukup beragam dari mulai positif bahkan negatif serta yang mendominasi adalah dari mereka yang berpersepsi negatif tentang anak-anak mereka yang menggunakan TikTok.

Penelitian ini telah peneliti teliti selama 5 bulan dari mulai Januari (Prasurvey) dan baru peneliti lanjutkan di bulan Mei-Juli untuk survey, untuk beberapa narasumber

yang peneliti wawancara,peneliti yang mendatangi rumah para narasumber,namun,tidak sedikit juga dari mereka yang menolak untuk didatangi dengan alasan covid dan jarang ada waktu untuk ditemui yang akhirnya menuculkan inisiatif peneliti untuk mengambil hasil wawancara tertulis melalui kuisioner Google Form yang berbentuk *essay* (penjabaran panjang).

Beragam jawaban telah peneliti kumpulkan pada penelitian kali ini yang mengenai persepsi orangtua terhadap anak pengguna TikTok ini,mulai dari yang menganggap penggunaan TikTok oleh anak-anak itu tidak baik,dapat melalaikan kewajiban yang seharusnya anaknya kerjakan,bahkan hingga anaknya mementingkan membuat konten di TikTok daripada makan dan membuat tugas sekolahnya. Berikut kumpulan persepsi para narasumber, yang telah peneliti kumpulkan dan akan dijabarkan dari yang positif dan negatif nya

Berikut poin-poin persepsi yang telah berhasil peneliti kumpulkan dari informan,poin poin berikut ini sesuai dengan ini persepsi yang mereka tuturkan. Pertama-tama peneliti akan menjabarkan persepsi positif berdasarkan penuturan dari narasumber sebagai berikut

a) Positif

1) TikTok sebagai Sumber Informasi dan Penambahan Wawasan

Menurut penuturan Ibu Asmiyanti (Mimi) :

“Anak-anak yang menjadi pengguna TikTok terutama anak saya, ya boleh aja pakai TikTok ini asal tidak menimbulkan yang namanya kecanduan

karena dalam penggunaan saya juga membatasi anak saya pakai smartphone dalam sehari itu hanya 1-2 jam paling lama, dan untuk konten negatif di dalamnya,selama ini yang saya lihat juga anak saya lebih banyak bertambah wawasan dan ilmu nya semenjak mengenal dan menggunakan TikTok. (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 18 Januari 2021)

Para pengguna TikTok yang terpapar beragam konten dari TikTok memang tidak serta merta mendapatkan konten negatif seperti tari-tarian,ujaran kebencian ataupun yang lainnya namun juga bisa mendapatkan informasi yang bahkan belum mereka dapatkan sebelumnya,sebagai pengalaman peneliti selama menggunakan TikTok,konten-konten positif juga bisa diakses dengan mudah di aplikasi TikTok ini,sebagai contoh beberapa akun yang memberikan informasi penambah ilmu dan wawasan seperti konten berikut ini :



Gambar 4.10 konten dari seorang Dokter Umum yang bernama Dr. Farhan dan memiliki *username* @farhanzubedi yang berisi pengetahuan tentang dunia kesetahan dengan gaya yang unik,bahasa yang mudah dipahami semua orang, serta menghibur.



Gambar 4.11 @kameradsejarah merupakan akun TikTok yang berisi seputar sejarah dalam negeri dan luar negeri, mudah dipahami dengan cerita dan dilengkapi dengan gambar



Gambar 4.12 Memiliki username yang sesuai dengan namanya, @geraldvincent, akun TikTok ini berisi seputar informasi yang beragam dari sumber yang terpercaya, serta kata-kata yang mudah dipahami semua usia dan khalayak

2. TikTok sebagai Wadah Mengasah Kekreatifitasan

Menurut penuturan Ibu Kartiria, ia memiliki persepsi tentang anaknya yang menggunakan TikTok dan TikTok itu sendiri :

“Iya, kadang dia juga buat namanya juga anak anak, tapi syaira jadinya lebih kreatif, ya walau kadang menari sendiri tapi juga dia bisa mempraktekan beberapa eksperimen yg ada di aplikasi TikTok itu seperti membuat squisy (sabun, shampo, lotion jadi korban)” (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 14 Juli 2021)

Berdasarkan penuturan dari Ibu kartiria tersebut, peneliti setuju karena dalam beberapa kali melihat-lihat *FYP (For Your Page)* pada TikTok, peneliti beberapa kali menemukan orang-orang yang mengasah kemampuannya dan mencoba hal baru sembari mengajak yang lainnya juga untuk mencoba, dan tah hanya membuat slime seperti apa yang anak ibu Ria (panggilan ibu kartiria), namun juga banyak yang lainnya seperti mencoba resep makanan baru, mengasah skill dalam melukis berdasarkan permintaan pada komentarkontennya dan lain-lainnya.

Berikut konten-konten pengasah kemampuan yang telah peneliti dapatkan di TikTok :



Gambar 4.13 Salah Satu konten TikTok yang diikuti anak Ibu Ria (Syaira) yaitu membuat *slime* ,akun yang memiliki *username* @jessicaputeri ini sering membagikan kontennya secara acak,tidak melalui soal eksperimen.



Gambar 4.14 Konten yang berisi pengujian kreatifitas dengan membuat cemilan yang berbentuk *slime* namun dalam bentuk goreng,akun yang memiliki *username* @fajaramsetiabudi ini selalu membagikan konten-konten masakan dari makanan ringan hingga berat.



Gambar 4.15 Melakukan tantangan berdasarkan permintaan pengikut (*Followers*) TikTok adalah salah satu cara untuk menarik perhatian para pengguna TikTok, seperti yang dilakukan akun @ireneswnd dengan mencoba tantangan atau *challenge* melukis dengan lampu serba merah dalam ruangan.

2. TikTok Sebagai Sarana Pembentuk Rasa Percaya Diri

Menurut Kak Anggia Resti :

“Ngga,ngga ada masalah apa-apa kok (ia membiarkan anaknya menggunakan TikTok),iya kan,selagi sekolahnya masih daring juga ya fine fine aja,karena ia menggunakan TikTok walau dia aktif buat konten joget-joget ,dia juga setelah sering membuat video di TikTok jadi kelihatan lebih percaya diri,terlebih lagi saya juga turut mengawasinya dengn menggunakan akun saya sendiri juga” (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 9 Juni 2021)

Menurut apa yang peneliti dapatkan dari persepsi yang dituturkan oleh Kak Anggia dan dengan anak-anak yang membuat konten di TikTok,walau hanya menirukan gerakan-gerakan yang sama dengan orang lain,itu juga sudah dapat membentuk apa yang disebut percaya diri terhadap mereka yang membuatnya,artinya dengan mereka

membuat konten di TikTok, mereka siap menampilkan apa yang mereka ingin tampilkan ke khalayak ramai, apalagi jika mereka menggunakan Hashtag yang sedang ramai dikunjungi, semakin meningkat jumlah penonton video konten mereka, maka semakin tinggi rasa percaya diri mereka untuk terus membuat konten-konten pada akun TikToksnya.



Gambar 4.16 Salah satu Unggahan konten anak dari narasumber, Kak Anggia yang memiliki *username* @aisyah, Aisyah tergolong sering mengunggah kontennya dalam sehari, terkadang di akun ibunya dan juga terkadang ayahnya

b) Negatif

Kali ini, walau terdapat beberapa yang memberikan persepsi positif atas hal ini, namun persepsi negatiflah yang mendominasi jawaban para narasumber, seperti:

1) TikTok sebagai penyaji hiburan sering kali membuat anak lalai akan kewajiban mereka yang seharusnya

Hal ini berdasarkan penuturan dari Bapak M.Razali (Ali)

“Menurut saya hal semacam itu (Anak-anak bermain TikTok) adalah hal yang mubazir padahal mereka (para anak-anak) termasuk rara (panggilan untuk anaknya) masih bisa melakukan hal-hal yang positif yang sesuai usia mereka, tapi ini ngga, malah sibuk aja habisi waktu yang katanya lihat hiburan di TikTok tapi bisa-bisa sampai sampai ngga tau waktu dan lalai dengan tugas sekolah, memang bapak membebaskan dia juga buat main TikTok terlebih lagi dia udah pakai HP sendiri yang bapak kira bisa untuk diawasi, tapi ternyata ngga, rara masih aja sibuk sama TikToknya nah belum lagi dia itu buat konten joget aja terus” (Wawancara ini dilakukan tanggal 18 Januari 2021)

Menurut peneliti, memang tak dapat dipungkiri bahwasanya terdapat beraneka ragam konten yang terdapat di aplikasi TikTok, namun keberagaman yang menjadikan TikTok juga sebagai media hiburan bagi para pengguna justru terkadang sampai membuat kita bisa lupa akan waktu dan ujung-ujungnya hal-hal yang seharusnya menjadi kewajiban, dapat terlewat begitu saja. Peneliti yang sudah menggunakan TikTok lebih dari setahun ini juga merasakan hal serupa, terlebih lagi dikarenakan rasa bosan yang muncul karena pandemi Covid-19 yang mengharuskan kita untuk tidak kemana-mana, tentulah mencari hiburan yang ada di sekitar, dan pada smartphone terdapat aplikasi TikTok yang menjadi “pengusir” rasa bosan dikala waktu senggang kita.

Berikut beberapa penyaji konten hiburan yang muncul di *FYP*(*For Your Page*) :



Gambar 4.17 Akun @JifJafmin membagikan konten seputar karakter film atau *game* bagaimana mereka dipandangan anak-anak dengan membuat parodi nya.



Gambar 4.18 @Khabanelame hadir dengan konten-konten yang hampir keseluruhannya menyindir para pembuat konten yang mempersulit tugas-tugas yang seharusnya cukup sederhana untuk dilakukan.

2) TikTok sebagai pencetak generasi yang gemar melakukan tarian tidak senonoh

Persepsi yang satu ini beberapa kali peneliti temukan pada saat wawancara, namun hanya satu yang mewakili saja yang peneliti akan bahas disini, yaitu:

Menurut Penuturan dari Ibu Zerlifidya

“Anak saya jadinya gak jelas karena buka aplikasi TikTok terus, sering joget-joget lah katanya menirukan tarian yang lagi ramai di TikTok tanpa tahu gerakan itu mengarah ke hal-hal yang ga sepatutnyab ditirukan anak seumuran febby ini, lebih baiknya ya anak-anak seumuran febby itu nggak usah main TikTok terus, banyak mudhoratnya juga itu, ya walau dia kelihatannya lebih percaya diri setelah sering membuat video di TikTok, namun saya rasa lebih baik melakukan aktivitas lain yang bisa mengasah skill/kemampuan daripada hanya sekedar membuat konten di TikTok” (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 1 Juli 2021)

Demikian pula penuturan ibu Ratnawati yang mengemukakan hampir sama dengan ibu Zerfilidya, ia mengatakan:

“ Kalau menurut ibu, (anak-anak yang bermain TikTok) itu tidak baik karena mengganggu lingkungan sekitarnya, Kadang juga gerakan-gerakan pada konten TikTok yang anak ibu tonton itu, selain ia mencoba menirukan joget yang lalu-lalang di fyp mereka, itu juga dibawa-bawa dalam sehari-hari mereka, belum lagi, terkadang ia menjadi malas untuk sekolah” (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 20 Februari 2021)

Jujur pada saat ini, meski sudah banyak konten TikTok yang menghasilkan hal baik dan menambah wawasan, namun pandangan orang-orang awam yang hanya melihatnya sekilas masih saja sama. Mereka melihat aplikasi TikTok sebagai aplikasi media sosial tempatnya pencipta generasi yang tidak baik, suka melakukan hal hal yang

tak senonoh seperti melakukan tarian yang sedang viral yang melintas di FYP (*For Your Page*) mereka, Ketika tarian yang mereka lihat unik dan wajib untuk mencobanya, mereka berbondong-bondong membuat konten yang sejenis tanpa mereka pahami makna dari gerakan itu akan mengarah kemana.

Berikut beberapa *screenshot* (tangkap layar) yang peneliti ambil secara acak tentang beberapa tarian yang sempat viral beberapa waktu lalu :



Gambar 4.19 Konten dari salah satu akun yang memiliki username @vibi sedang memperagakan tarian *Bumpy Ride*



Gambar 4.20 Akun dengan username @lene sedang memperagakan tarian yang viral beberapa waktu lalu yaitu *Heartbreak Anniversary*

3. Tiktok Sebagai Media Sosial Yang Memberikan Efek Candu Dan Memberikan Dampak Serius Terhadap Kesehatan

Persepsi ini datang dari Ibu Nabillah Suwandi, ia mengatakan bahwa :

“Sebenarnya menggunakan aplikasi TikTok tidaklah buruk bagi saya selagi penggunaannya menggunakan dengan baik akan berdampak baik olehnya dan juga sebaliknya, namun dalam realita nya, dhila itu bisa sampai berjam-jam main TikToknya dan kalau ngga main dalam sehari itu dia nggak bisa, entah apa kontennya yang dia akses saya juga kurang tahu, belum lagi, dia ini kan pakai kaca mata, jadi ada satu waktu dimana dia ngeluh mata nya perih dan ketika tes mata, minus pada mata nya bertambah, ”karena main smarphone”katanya, dan setahu saya dia main smartphone jikalau tidak belajar ya akses TikTok” (Wawancara ini dilakukan tanggal 30 Juni 2021)

Sebenarnya, efek samping pada kesehatan anak Ibu Nabillah ini secara garis besar merupakan efek penggunaan *smartphone* secara berlebihan, hanya saja, anaknya yang menggunakan *smartphone* hanya untuk belajar online dan mencari hiburan di TikTok, lantas aplikasi TikTok ini bagi anak Ibu Nabillah juga bisa disebut sebagai penyebab dari efek samping dari durasi akses TikTok yang berlebihan oleh anak Ibu Nabillah ini.

4. Tiktok Sebagai Penyebab Kecenderungan Orang-Orang Melakukan Sesuatu Berdasarkan Yang Sedang *Trend/Viral* Pada *For Your Page* Mereka

Ini merupakan persepsi dari Ibu Betty Grace, orangtua dari Fairus Hanna, ia mengatakan :

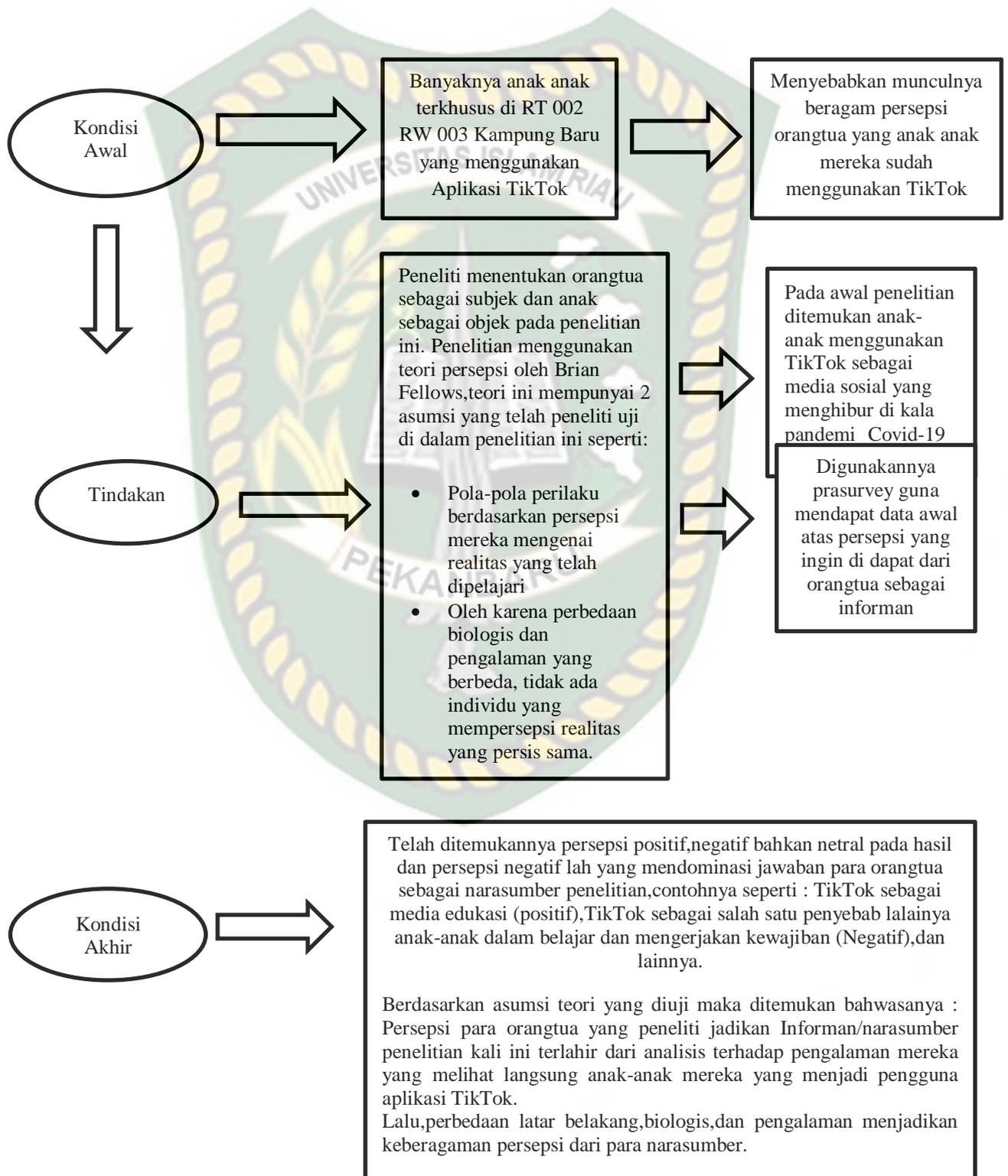
“Ya, kadang lucu sih kalau udah lihat hasil kontennya kalau udah jadi, tapi proses pembuatannya cukup memakan waktu dan bikin saya sempat sebel karena anak ibu jadinya lebih ngejadiin aplikasi itu prioritasnya sehari-hari, sampai dia suka ikut-ikutan ramai dengan melihat apa konten yang sedang viral, dia langsung tiruin, entah itu tarian atau challenge/tantangan, dan sampai buat sesuatu yang kreatif berdasarkan pemikiran dia sendiri itu ngga bisa, ada baiknya buat anak-anak sekarang ini jangan melakukan sesuatu yang hanya terpaku pada trend, lakukan saja apa yang ingin kamu lakukan walaupun orang-orang tidak menyukai itu. Asal kamu suka dan kamu bahagia dengan hal itu, lanjutkan” (Wawancara ini dilakukan pada tanggal 4 Juli 2021)

Hal ini juga senada dengan penuturan ibu Sehat Ginting :

“ Pani itu (Panggilan Stephani) semenjak memakai TikTok, memang sering belanja dan mengikuti trend di TikTok, seperti gaya berpakaian yang viral, bahkan sampai ke hal-hal yang jadi bahan konsumsi seperti makanan, kaya apa itu yang baru itu, Sosis itu terus ada Yogurt juga, ya pada awalnya saya berpikiran itu bagus karna ada pembaruan semenjak pandemi ini dalam dirinya. Sebelumnya ya dia ngga ngapa-ngapain selain belajar online. Lama kelamaan saya lihat semakin dia bermain TikTok, dia jadi semakin boros dan ngga bisa nentuin pilihan bagaimana berpakaian atau gaya konten yang akan dia buat selain lihat apa apa saja yang sedang trend di aplikasi itu, itu yang buat saya aneh, karena jatuhnya anak saya ngga bisa secara inisiatif ngelakuin atau coba memilih apa yang bagus buat dia” (Wawancara ini dilakukan tanggal 30 Juni 2021)

Peneliti setuju dengan persepsi yang disampaikan oleh Ibu Betty Grace dan ibu Sehat Ginting ini karena anak-anak zaman sekarang terlalu terpaku dengan apa yang orang lakukan pada konten media sosial mereka, dibandingkan harus melakukan hal yang berbeda berdasarkan pemikiran mereka sendiri dan menjadikan kesan “Ikut-ikutan” saja terhadap hal itu tanpa mengetahui pasti maknanya, oleh karena itulah, banyak dijumpai para pembuat konten terkadang melakukan hal yang sama sampai pada ujungnya hal itu terkesan basi karena sudah banyak yang berbuat demikian.

Berikut model dari hasil penelitian kali ini yang berjudul “ **Persepsi Orangtua Terhadap Anak Pengguna Media Sosial *TikTok***” sebagai berikut:



C. Pembahasan Penelitian

Hasilnya yang peneliti dapatkan dari beberapa kumpulan persepsi pada saat wawancara telah didapati beragam persepsi dari positif, negatif dan bahkan netral, namun persepsi negatif lah yang mendominasi penuturan jawaban para narasumber di penelitian mengenai persepsi orangtua terhadap anak pengguna TikTok ini, mulai dari yang menganggap penggunaan TikTok oleh anak-anak itu tidak baik karena meskipun berisi hiburan namun dapat membuat lalai akan kewajiban lupa waktu, anak yang mementingkan membuat konten di TikTok daripada makan dan membuat tugas sekolahnya, kecanduan penggunaan hingga menyebabkan efek samping pada kesehatan, hingga anak-anak zaman sekarang yang tidak dapat berpikir sendiri untuk hal yang mereka lakukan karena terlalu terpacu dengan konten yang sedang *trend* di TikTok.

Hasil penelitian peneliti kali ini yaitu yang terkhusus pada persepsi orangtua anak pengguna TikTok ini memiliki keterkaitan dengan teori persepsi sosial yang peneliti ambil berdasarkan Brian Fellows dalam Deddy Mulyana (2008:180) yang menyatakan bahwasanya persepsi ialah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisa informasi. Teori ini juga memiliki asumsi dari teorinya sebagai berikut:

Terlihat dari penjabaran persepsi oleh narasumber itu merupakan hasil dari analisis dan pengalaman para orangtua yang melihat langsung anak-anak mereka bermain TikTok dari berbagai sudut pandang (perspektif) yang berbeda maka terlahirlah suatu persepsi yang mewakilkan analisis terhadap pengalaman para narasumber.

Perbedaan biologis, latar belakang dan pengalaman para pembentuk persepsi dapat membuat persepsi yang menjadi semakin beragam, dilihat dari hasil penelitian ini bahwasanya tidak semua orangtua yang memiliki persepsi positif maupun negatif pada anak mereka yang menggunakan TikTok, namun ada juga yang memiliki persepsi netral/tidak memihak satu sisi karena menganggap anak mereka yang menggunakan TikTok belum memperlihatkan kecenderungan yang negatif maupun positif dari TikTok ini, atau bahkan ada juga narasumber yang menggunakan TikTok bersamaan dengan anaknya, jadi, mereka tak terlalu mempermasalahkan sisi manapun dari aplikasi ini.

Suatu persepsi dapat menentukan pola perilaku ataupun tindakan yang dapat para informan lakukan yaitu dapat ditunjukkan dengan perilaku yang dilakukan para narasumber ketika memiliki suatu persepsi tentang anak-anak mereka yang menggunakan TikTok, baik itu positif ataupun negatif, agar anak-anak mereka melihat sisi lain dari TikTok dan bukan hanya sekedar taran-tarian tidak senonoh, namun juga belajar dari nya, mereka selalu mengawasi konten-konten yang aman diakses oleh anak mereka bahkan memberi batas penggunaan *smartphone* pada anak mereka, dan apabila terlihat perilaku kecanduan, maka para orangtua tidak segan untuk mengambil *smartphone* itu dari mereka, hingga tidak membelikan paket kuota internet.

Penelitian yang peneliti lakukan saat ini yaitu yang mengenai persepsi, tentunya memiliki keterkaitan dengan bidang yang peneliti ambil yaitu komunikasi. Tepatnya persepsi merupakan turunan daripada komunikasi interpersonal atau yang biasa disebut juga dengan antar pribadi. Dalam kita menentukan suatu persepsi, tentunya dalam proses terbentuknya itu perlu adanya yang dinamakan komunikasi interpersonal atau setiap

individu melakukan komunikasi dua arah secara langsung sebagai salah satu bentuk analisa lapangan mengenai seperti apa yang ia pikirkan tentang seseorang itu hingga terbentuknya suatu persepsi.

Dalam hal ini, para orangtua yang menjadi informan penelitian saat ini tentunya sudah melakukan komunikasi interpersonal dengan anak mereka mengenai anak-anak mereka yang menjadi pengguna aplikasi TikTok, seperti halnya “untuk apa mereka menggunakan aplikasi itu?” dan juga komunikasi untuk mempelajari dampak apa yang terjadi apa anak mereka etika menggunakan aplikasi TikTok ini, disertai dengan memperhatikan konten-konten apa saja yang mereka akses selama menggunakan aplikasi TikTok, sehingga dapat terbentuknya persepsi di kalangan orangtua yang anak anak meka menggunakan aplikasi TikTok.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai persepsi orangtua terhadap anak pengguna media sosial TikTok di RT 002 RW 003 Kecamatan Senapelan Kelurahan Kampung Baru, Pekanbaru. Maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Anak-anak narasumber menggunakan TikTok tidak hanya untuk mencari hiburan dengan menonton video yang tersaji disana namun juga bertindak sebagai pembuat konten namun, ada dampak yang banyak dikeluhkan para orangtua seperti anak-anak mereka cenderung sering membuat konten tarian yang dianggap tidak baik dan bahkan hingga melalaikan apa saja yang diwajibkan bagi mereka
2. Persepsi para orangtua yang peneliti jadikan narasumber penelitian kali ini terlahir dari analisis terhadap pengalaman mereka yang melihat langsung anak-anak mereka yang menjadi pengguna aplikasi TikTok.
3. Perbedaan latar belakang, biologis, dan pengalaman menjadikan keberagaman persepsi dari para narasumber.
4. Persepsi orangtua terhadap anak pengguna aplikasi media sosial berbagi video yaitu TikTok dan telah didapati beragam persepsi dari positif, negatif dan bahkan netral, namun persepsi negatif lah yang mendominasi penuturan jawaban para

narasumber pada penelitian mengenai persepsi orangtua terhadap anak pengguna TikTok ini, mulai dari persepsi positif yang mengatakan bahwa anak mereka mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan wawasan yang meningkat setelah menggunakan TikTok, ada juga yang mengatakan negatif dan juga positifnya namun ia tidak memihak karena menurutnya baik-baik saja (netral) dan ada juga persepsi orangtua yang menganggap penggunaan TikTok oleh anak-anak itu tidak baik, dapat melalaikan kewajiban yang seharusnya anaknya kerjakan, bahkan hingga anaknya mementingkan membuat konten di TikTok daripada makan dan membuat tugas sekolahnya.

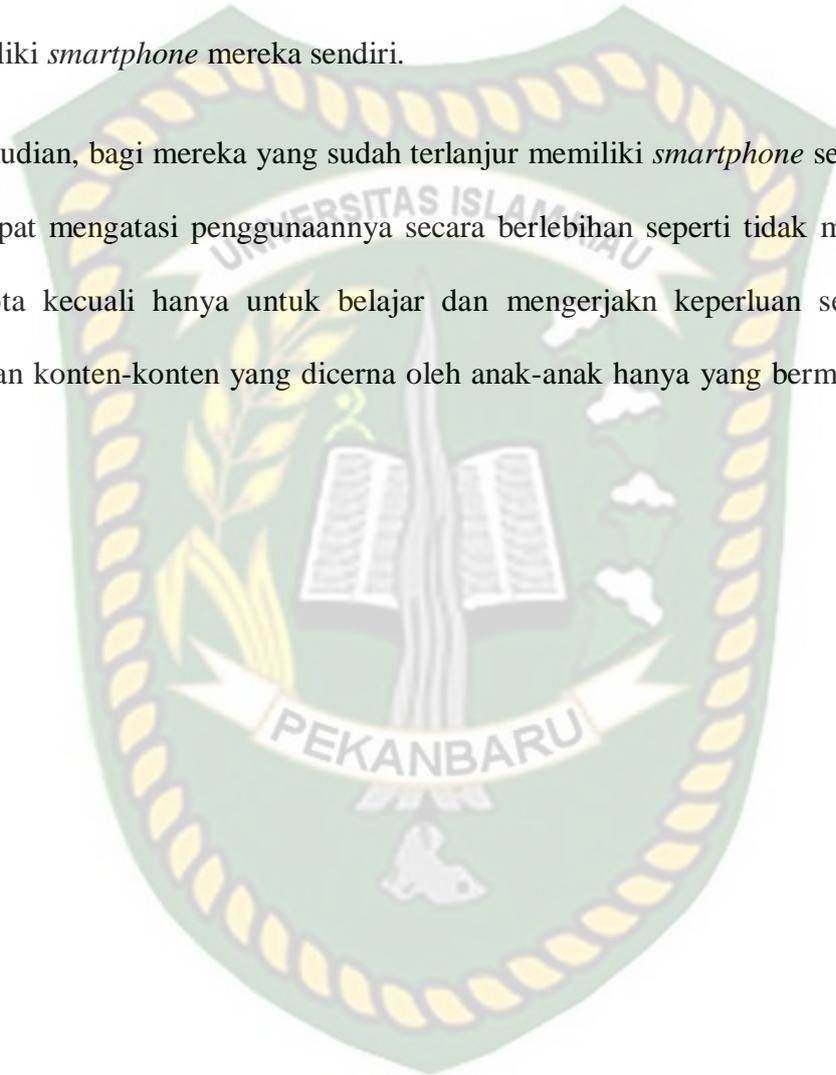
5. Persepsi mereka juga dapat menentukan perilaku apa yang akan mereka lakukan ketika melihat anak mereka yang menggunakan TikTok, contohnya apabila penggunaannya belum berlebihan hanya diberikan batas waktu penggunaan *smartphone* mereka saja sebagai tindakan preventif, namun untuk yang sudah berlebihan hingga lalai dan lupa waktu, mereka biasanya mengambil paksa *smartphone* itu dari anak-anak mereka bahkan hingga tidak membelikan kuota internet.

B. Saran

Sebenarnya penggunaan TikTok oleh anak-anak itu tidaklah buruk, namun diperlukannya kontrol para orangtua mengawasi apa-apa saja konten yang diakses anak mereka di TikTok dan juga durasi penggunaan mereka yang harusnya juga dapat ditekan

seminimal mungkin agar dapat mencegah kecanduan penggunaan, bisa saja dengan mengambil *smartphone* mereka, tidak memberikan mereka *smartphone* sendiri karena rentang usia sekolah (6-12 tahun) terhitung sebagai usia anak-anak belumlah pantas untuk memiliki *smartphone* mereka sendiri.

Kemudian, bagi mereka yang sudah terlanjur memiliki *smartphone* sendiri, untuk orangtua dapat mengatasi penggunaannya secara berlebihan seperti tidak memberikan mereka kuota kecuali hanya untuk belajar dan mengerjakan keperluan sekolah dan memfokuskan konten-konten yang dicerna oleh anak-anak hanya yang bermanfaat bagi mereka saja.



Daftar Pustaka

Buku

- Komariah,Aan, Djam'an Satori, 2011, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Kaplan,Andreas,Michael HaenLein, 2010.*User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons
- Anthony,Mayfield. 2008. *What is Social Media?* .London . iCrossing
- Arni, Muhammad. 2005 . *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bimo, Walgito. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi
- Damayanti. 2008. *Tumbuh kembang dan terapi bermain pada anak*. Jakarta: EGC.
- Iwan Satibi. 2011. *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung : Ceplas
- Jalaludin, Rakhmat. 2007. *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip 2004 . *Marketing Management*, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Lexy J. Moleong. 2005 . *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. 1995. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara

Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mustari, M. 2011. *Nilai Karakter Refleksi untuk Pendidikan Karakter*. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo

Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial; Perspektif, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nuryanto, Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta Timur: PT Balai Pustaka

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta (ID) : PT Elex Komputindo.

Rakhmat, Jalaluddin, 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Rahmatullah, P. 2014. *Pneumonitis Dan Penyakit Paru Lingkungan*. In S. Setiati, I. Alwi, A. W. Sudoyo, B. Setiyohadi, A. F. Syam, dan K. S. Marcellus , Ilmu Penyakit Dalam Jilid II Edisi VI (pp. 1075-1723). Jakarta: Interna Publishing.

Robbins, Stephen P dan Coulter, Mary, 2005, *Manajemen*, Edisi Ketujuh, Jilid 2, Terjemahan Sarwiji dan Hermaya , Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono . 2012 . *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA

_____ . 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA

_____ . 2017 . *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA

Supratiknya. 1995. *Tinjauan Psikologi Komunikasi Antar Pribadi*. Yogyakarta: Kanisius (Anggota IKAPI).

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Ghalia Indonesia

Suryabrata, Sumadi. 1987. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta:Rajawali.

Titik Triwulan Tutik, 2006, *Pokok-pokok Hukum Tata Negara*, Prestasi Pustaka Publisher,Jakarta

Widoyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Jurnal

Aprilian, D. , Elita, Y, & Afriyati, V. (2020). *Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu.*

Consilia : Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling, 2(3), 220–228

Deriyanto, Demmy Qorib, Fathul (2018). *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok .JISIP:7 (2),77*

Hasan, Wahyu N., 2016. *Inilah Dampak Negatif dari Maraknya Layanan Video Streaming.* Jakarta: Arena 4G LTE

Hamka, M. (2002). *Pengaruh Persepsi Kerja dan Pengawasan Kerja Terhadap Motivasi Berprestasi.* Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi. Surakarta: UMS.

Liu, An Nisaa Al Mu'minIlyas.(2020). *Persepsi mahasiswa dalam implementasi pembelajaran online berbasis zoom cloud meeting program studi pendidikan fisika universitas flores.* OPYIKA:Jurnal Pendidikan Fisika,4 (2),85-90

Zaini, Muhammad Soenarto, Soenarto (2019). *Persepsi Orangtua Terhadap Hadirnya Era Teknologi Digital di Kalangan Anak Usia Dini . Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini : 3 (1),254*

Internet

<https://www.statista.com/chart/16939/tiktok-app-downloads/>

<https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-september-2020-by-downloads>

<https://internasional.kompas.com/read/2019/04/16/16412461/berniat-bikin-video-tiktok-remaja-di-india-tewas-tertembak-teman>

<https://hits.suara.com/read/2021/01/31/105125/viral-video-bocah-ikut-lomba-joget-tiktok-warganet-miris-banget?page=all>

<https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5252061/viral-di-tiktok-anak-anak-gen-z-tak-tahu-peribahasa-berakit-rakit-ke-hulu>

<https://era.id/teknologi/46827/sering-masuk-fyp-5-kategori-konten-tiktok-yang-paling-digilai-tiktokers>

https://inet.detik.com/cyberlife/d-5593524/gojek-tiktok-bagi-ilmu-pemasaran-buat-umkm-lewat-media-sosial?_ga=2.13342839.1913193338.1623258785-956894822.1612127218

<https://news.detik.com/berita/d-5581426/dirjen-dukcapil-terima-pengaduan-dan-keluhan-lewat-tiktok>

<https://review.bukalapak.com/techno/apa-itu-cara-pakai-tiktok-111058>

<https://www.kompasiana.com/fenyapriilia3947/5b4ee4306ddcae02aa20ad58/dampak-negatif-dan-positif-dari-fenomena-tik-tok-saat-ini-bagi-remaja>

<https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>

Dokumen Lainnya

Undang-Undang nomor 4 tahun 1974 tentang Kesejahteraan Anak

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau