

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan review penelitian yang sejenis dengan maksud sebagai acuan dan referensi dari penelitian yang sudah ada sehingga peneliti dapat melakukan penelitian lebih rinci dan mendapatkan sudut pandang yang berbeda saat melakukan penelitian. Melakukan review penelitian sejenis juga dilakukan peneliti untuk membuat perbandingan dari penelitian sejenis yang sudah ada sehingga peneliti bisa menemukan penelitian dengan masalah yang berbeda dari penelitian yang sudah ada.

Review merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai review penelitian sejenis:

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul penelitian	Pembahasan Penelitian
Farah Husna 2022, Universitas Pasundan Bandung	Fenomena Penggunaan Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa Bandung	Penelitian ini membahas tentang bagaimana seberapabesar Penggunaan Tiktok shop Dikalangan mahasiswa Bandung

Puspita 2021, Universitas Diponegoro	Fenomena Tiktok Sebagai Media Ekspresi Tubuh Perempuan Di Indonesia	Penelitian ini membahas tentang bagaimana Tiktok sebagai ajang untuk mengekspresikan tubuh perempuan di Indonesia
Rizka Putriani Dewi 2022, Universitas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Fenomena Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Ekspresi Diri Pemuda Daerah Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung	Penelitian ini membahas tentang bagaimana Aplikasi TikTok sebagai wadah untuk menuangkan segala ekspresi diri dan kreatifitas yang mereka miliki di Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung
Willy Santoso 2021, Univesitas Pasundan Bandung	Fenomena Influencer TikTok Mahasiswa Fisip Unpas Dalam Membangun Konten Promosi	Penelitian ini berfokus pada pengguna yang membangun atau membuat konten promosi

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa (*Mass Communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (Surat Kabar, Majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat. Pesan – pesanya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan yang disampaikan media massa (Mulyana, 2005, h. 75).

Dalam buku pengantar ilmu komunikasi karya Cangara dijelaskan definisi dari komunikasi massa adalah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesan dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui alat- alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film (Cangara, 2006, h. 36).

Dalam buku komunikasi dan hubungan masyarakat karya A.W. Widjaja komunikasi massa adalah “Komunikasi yang dirujukan kepada massa” (Wijaya, 1986, h. 93). Dalam buku ilmu komunikasi teori dan praktek karangan Effendi komunikasi massa memiliki pengertian “Komunikasi yang menggunakan media massa.” (Effendy, 1984, h. 20).

Dapat disimpulkan bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi massa harus ditekankan karena

banyak media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan dan lain lain. Massa dalam komunikasi lebih menunjukkan pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Massa disini menunjukkan pada khalayak, penonton, pemirsa atau pembaca.

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi yang lain. Mengutip dari karya Cangara dalam buku pengantar ilmu komunikasi, yang menjelaskan beberapa ciri dari komunikasi massa yaitu: (Cangara, 2006, h. 36)

1. Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesan yang lebih formal terencana dan lebih rumit.
2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.
3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relative banyak untuk mengelolanya.

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri ciri yang juga dijelaskan oleh Effendi di buku ilmu pengantar ilmu komunikasi teori dan praktek yaitu: (Effendy, 1984, h. 35)

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonya tentang pesan yang ia sampaikan
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan Lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi oleh karena itu komunikatornya melembaga.
3. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditunjukkan kepada umum dan mengenai kepetingan umum.
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan kesempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan- pesan yang disebarkan.
5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya, dan lain – lain.

Dari ciri diatas, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi massa mempunyai efek yang ditimbulkan, akan tetapi efeknya dapat dengan langsung ataupun tertunda. Asumsi yang timbul dari penjelasan diatas memungkinkan bahwa efek yang ditimbulkan tertunda akibat dari komunikasi massa yang bersifat satu arah

atau *one way*, walaupun ada efek yang ditimbulkan sudah tentu efek tersebut akan tertunda.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Ardianto et.al (2004, h. 19-20) adalah:

a) Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebaran informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

b) Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

c) Fungsi Memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya.

d) Fungsi Proses Pengembangan Mental

Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, dengan komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya.

e) Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerima pesan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan di antara komunikator dan komunikan.

f) Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Manipulasi di sini bukanlah diartikan sesuatu yang negative. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk memengaruhi setiap orang berusaha untuk saling memngaruhi dunia dan orang-orang yang berada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan.

2.2.4 Internet

Internet merupakan salah satu jaringan yang digunakan untuk menghubungkan seseorang dengan orang lain tanpa harus bertatap muka maupun berada di tempat yang sama. Kehadiran internet merupakan salah satu bentuk dari kecanggihan dan perkembangan teknologi, dengan adanya internet dapat memudahkan manusia untuk melakukan segala bentuk kegiatan sehari-hari. Dengan hidupnya internet yang sangat berdampak bagi manusia, saat ini internet telah memberikan kehidupan yang baru yang dapat juga dikatakan sebagai dunia maya dimana kita bisa bertemu dengan orang lain bahkan menjalankan kegiatan dengan orang dalam waktu, dan ruang berbeda.

Seiring dengan berjalannya teknologi maka akan semakin canggih pula internet yang bisa dinikmati oleh remaja, bahkan sudah tidak dapat dipungkiri bahwa bagi Sebagian remaja yang merasa bahwa internet lebih banyak memberikan pengetahuan yang baru karena luasnya jaringan yang bisa diakses dalam mencari hal yang dicari seperti pendidikan, maupun sekedar informasi yang dibutuhkan oleh orang orang. Para remaja tidak segan untuk mencari info terbaru melalui internet karena internet selalu menyediakan hal yang remaja butuhkan

2.2.5 Media Sosial dan Media Baru

Dalam media sosial, pengguna dapat membuat profil pribadi atau halaman bisnis dan memposting berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, dan video. Pengguna juga dapat mengomentari, menyukai, dan berbagi konten orang lain. Media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan rekan bisnis, serta membangun hubungan dengan orang-orang baru yang memiliki minat dan tujuan yang sama.

Media Baru atau new media merupakan perubahan media lama (old media) yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian pros yang disebut dengan *mediamorphosis*. Dimana media baru sering disebut juga transformasi media konvensional ke media online atau media daring (media dalam jaringan) yang memudahkan kepada para pengguna dalam mencari informasi secara cepat, real time dan bersifat mobile, tidak bisa diperoleh di media konvensional. Pengguna dapat memanfaatkan teknologi internet untuk mengakses informasi dari manapun dan kapanpun secara cuma- Cuma (Fidler Roger, 2003).

Beberapa contoh media sosial yang populer diantaranya adalah Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, dan TikTok. Setiap platform memiliki karakteristik yang unik dan menarik bagi pengguna yang berbeda. Facebook, misalnya, adalah platform yang populer untuk terhubung dengan teman dan keluarga, sementara LinkedIn lebih fokus pada jaringan profesional dan membangun hubungan bisnis. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara visual, sedangkan Twitter menawarkan format pesan singkat yang pendek dan langsung.

Media sosial memiliki peran vital dalam kehidupan sosial dan bisnis di era digital saat ini. Pengguna dapat menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, ide, dan pengalaman mereka, serta mempromosikan bisnis dan merek mereka. Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk memperluas lingkaran sosial mereka, terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat dan tujuan yang sama, dan menemukan peluang baru.

Media sosial dapat mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Berikut adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian :

- 1) Menurut Mandiberg (Marini, 2019, h.28), media Sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
- 2) Menurut Shirky (Marini, 2019, h. 28), Media Sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk berbagi (*to share*), kerja sama (*to corporate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka konstitusional maupun organisasi.
- 3) Body menjelaskan Media Sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media sosial.
- 4) Menurut Van Dijk (Marini, 2019, h. 28), Media Sosial adalah Platform media yangh memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- 5) Menurut Meike dan Young, mengartokan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu (Marini, 2019, h. 28).

Dari berbagai definisi media sosial yang dimaksud dengan media sosial adalah media perantara yang bisa diakses oleh setiap orang untuk mengekspresikan

dirinya dan berkomunikasi antar individu maupun kelompok. Media Sosial juga Merupakan alat untuk berbagi informasi dan wawasan yang luas.

Media sosial juga sudah diugunakan dari kalangan anak anak, remaja, hingga dewasa. Media Sosial saat ini bisa sebagai pisau bermata dua bisa menjadi harapan dan bisa juga dikatakankan menjadi bahaya bagi mental para penggunanya. Media sosial pun berbagai macam seperti whatsapp, facebook, tiktok, Instagram, twitter, dll.

2.2.6 Pengertian Sosial Media

Masyarakat saat ini sudah sangat tidak asing dengan istilah media sosial, dimana masyarakat bisa melakukan proses komunikasi dengan media berbasis internet. Kemudahan untuk mengakses internet dan media sosial pada saat ini menjadikan pilihan utama untuk melakukan komunikasi dibandingkan dengan zaman dahulu dimana masyarakat merasakan sulitnya untuk melakukan komunikasi terlebih yang memiliki jarak antar komunikator dengan komunikan yang jauh

Dalam buku Nasrullah yang berjudul Media Sosial (2016) mengutip Van Dijk bahwa media sosial merupakan salah satu platform media untuk memberikan fokus kepada eksistensi para pengguna yang diberikan fasilitas dalam beraktivitas maupun untuk berkolaborasi. Sedangkan Boyd berpendapat yang dikutip Nasrullah dalam buku yang berjudul Media Sosial (2016) mengatakan bahwa media sosial merupakan kumpulan dari perangkat lunak yang dapat memungkinkan para pengguna baik dalam individu mapun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, maupun untuk berkolaborasi atau bermain.

Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 berpendapat media sosial lebih disebut juga sebagai jejaring sosial online dibanding dengan sebutan media massa online dikarenakan media sosial sendiri memiliki power untuk bersosialisasi satu sama lain yang mempengaruhi opini khalayak yang berkembang di masyarakat.

2.2.7 Karakteristik Sosial Media

1. Jaringan (Network)

Jaringan atau yang disebut dengan internet merupakan infrastruktur yang berfungsi untuk menghubungkan antara computer dengan alat perangkat lainnya, dengan terhubungnya antara komputer maka proses perpindahan data dapat terjadi dan antara computer tersebut dapat melakukan proses komunikasi.

2. Informasi (information)

Informasi ataupun pesan merupakan hal yang penting dan menjadi identitas penting dalam sosial media karena para penggunanya dapat mengirimkan informasi , memproduksi konten mendapatkan informasi maupun sekedar untuk berinteraksi satu sama lain.

3. Arsip (archive)

Para pengguna media sosial dapat menyimpan data maupun informasi yang dapat diakses kembali oleh pengguna kapanpun, dimanapun dan melalui perangkat apapun. Dengan arsip para pengguna tidak perlu merasa takut bahwa informasi yang dipunya maupun yang didapat akan hilang begitu saja setelah diterima oleh pengguna.

4. Interaksi (interaction)

Sosial media identic dengan kata interaksi, karena para pengguna dapat berinteraksi satu sama lain untuk bertukar informasi maupun untuk menambah teman dan menjalin reaksi. Karena ketika proses komunikasi dengan komunikan.

5. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Dalam media sosial ketika terjadi proses komunikasi dan interaksi antara para pengguna maka akan terciptanya sebuah lingkungan sosial dalam dunia maya. Lingkungan dunia maya tentunya berbeda dengan dunia nyata karena media sosial sendiri memiliki berbagai keunikan dan pola yang bermacam macam yang belum tentu dapat dijumpai di dalam dunia nyata.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Ketika pengguna menggunakan media sosial sebagai pemilik akun maka pengguna dapat melakukan kegiatan apapun dalam berbentuk konten tulisan, foto, video maupun yang lainnya. Media sosial memberikan kebebasan para pengguna untuk mengunggah hal yang diinginkan sebagai bentuk partisipasi dalam penggunaan media sosial tersebut.

7. Penyebaran (*share*)

Dalam media sosial para pengguna dapat secara aktif untuk menyebarkan informasi yang tersedia maupun dikembangkan dengan pengguna sendiri dengan cara memberikan komentar berupa opini maupun fakta dan data yang baru.

2.2.8 Fungsi Media Sosial

Penggunaan media sosial yang saat ini marak digunakan oleh remaja tentunya memberikan berbagai fungsi bagi kehidupan dan kegiatan sehari-hari. Media sosial juga dijadikan kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dalam berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Berikut adapun fungsi media sosial, yaitu :

1. Media sosial menunjang demokratis dari pengetahuan dan informasi bagi penggunanya. Mentransformasi manusia sebagai pengguna isi pesan menjadi pengolah pesan itu sendiri. Dimana pengguna ketika mendapatkan informasi dapat merubah pikiran, bersikap dan bertindak sesuai yang diinginkan pengguna, dengan kata lain pengguna dapat mengolah pesan yang diterima menjadi pesan baru yang dikirimkan kepada pengguna lain.
2. Media sosial didesain sedemikian rupa untuk dijadikan wadah untuk memperluas antar pengguna dengan menggunakan internet. Dalam media sosial tidak memungkinkan bahwa pengguna akan bertemu dengan pengguna lain yang menyebabkan akan adanya interaksi dengan pengguna tersebut dengan maksud tujuan untuk menambah teman yang baru maupun untuk menjalin relasi yang baru.
3. Media sosial dapat mentransformasi proses komunikasi searah dari media siaran satu institusi media ke banyak khalayak menjadi proses komunikasi dialogis diantara banyak audience. Tidak seperti media massa yang lain dimana komunikasi yang jangkauannya luas seperti tv, radio dan koran menjadikan khalayak yang pasif karena banyaknya komunikasi, tetapi media sosial

menjadikan komunikan yang aktif dalam memberikan feedback saat melakukan proses komunikasi massa.

Puntoadi (2011) berpendapat bahwa media sosial memiliki yaitu unggul dalam membentuk *personal branding* penggunaanya karena pengguna tersebut dan khalayak yang dapat menentukan bagaimana cita diri seorang pengguna tersebut terbangun. Terdapat macam macam media sosial dijadikan media dalam pengguna berkomunikasi, melakukan diskusi, bahkan dapat membentuk popularitas dalam media sosial tersebut.

2.2.9 Jenis Jenis Media Sosial

Kaplan dan Haenlin (2010) mengemukakan dalam artikel Hotizon Bisnis terdapat beberapa jenis media sosial yang di klasifikasikan berdasarkan kegunaanya, yaitu :

1. Proyek kolaborasi

Dalam hal ini para pengguna sebagai pengunjung situs web dapat melakukan perubahan, penambahan maupun mengoreksi konten setelah mendapat akses dan perijinan pemilik konten maupun pemilik web. Contoh dari jenis ini Wikipedia, dimana pengunjung dapat mengoreksi konten dan informasi yang telah diunggah di Wikipedia bahkan dapat melakukan translate ke dalam Bahasa yang lain.

2. Blog dan microblog

Jenis media sosial ini dapat dapat memberikan kebebasan pada penggunanya untuk mengunggah yang pengguna inginkan, seperti menyebarkan informasi, mencurahkan isi hati, mengekspresikan diri, maupun melakukan kritikan atau

opini pada akun pengguna. Contoh dari jenis media sosial ini adalah blogspot, twitter. Dalam twitter para pengguna tidak diberi batasan terhadap konten yang diunggah sehingga pengguna mendapat hak kebebasan dalam membuat konten maupun sekedar meluapkan isi hati.

3. Konten

Jenis media sosial ini berfokus pada pembuatan konten yang spesifik dapat berupa foto, video, ebook, dan yang lainnya. Dengan jenis media sosial yang memiliki spesifik tertentu ini maka pengguna dapat dengan spesifik mencapai tujuan dari penggunaan media sosial maupun dengan sekedar menikmati konten yang tersedia maupun dengan mengunggah konten yang di miliki contoh dari media sosial ini adalah youtube, tumblr, pinterest. Dalam contoh youtube, fokus dari unggahan konten ini adalah video adalah dimana setiap pengguna dapat melakukan unggahan video apapun yang diinginkan dan pengguna yang menggunakan media sosial youtube memiliki tujuan untuk melihat konten berupa video yang diinginkan.

4. Situs jejaring sosial

Jenis sosial media ini tidak hanya dapat melakukan unggahan konten tetapi juga dapat memberikan akun pengguna dengan identitas diri sebagai identitas dirinya dalam media sosial, dan juga dapat terhubung dengan pengguna lain untuk melakukan interaksi antar pengguna. Pengguna dapat melakukan unggahan konten yang disukai maupun konten pribadi maupun sekedar untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain untuk menciptakan relasi baru contoh jenis media sosial ini adalah facebook.

5. Virtual game world

Virtual game world merupakan dunia untuk para penggunanya bermain game dengan mereplikasi lingkungan 3D dan pengguna dapat menyesuaikan keinginan pengguna untuk menggunakan karakter tertentu dan dapat berinteraksi dengan pengguna lain. Contoh dari jenis ini media sosial ini adalah apex legend mobile, pubg mobile. Dimana dalam apex legend mobile para pengguna diberi berbagai macam karakter dengan keunikan masing masing sebelum terjun kedalam permainan, pengguna juga dapat berteman dan bermain bersama pengguna lain sehingga dibutuhkan komunikasi dan kerja sama untuk mencapai kemenangan

6. Virtual sosial world

Tidak berbeda jauh dengan virtual game world dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain menggunakan karakter 3D tertentu, yang membedakan adalah dalam virtual sosial world jangkauan yang dapat dilakukan pengguna sangat luas dan bebas dimana pengguna dapat melakukan yang diinginkan layaknya kegiatan dalam kehidupan nyata tetapi dalam dunia virtual. Contoh dalam jenis media sosial ini adalah zepeto, roblox, the sims. Dalam zepeto maupun the sims para pengguna dapat menciptakan karakter sesuai keinginan dan berperan sebagai karakter tersebut dalam dunia virtual, dalam dunia virtual zepeto para pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain maupun dengan teman untuk bermain Bersama. Disediakan pula berbagai fitur untuk bermain bersama dalam dunia virtual zepeto seperti dunia taman, dunia

mall, dunia konser sehingga pengguna dapat melakukan kegiatan apapun layaknya kehidupan nyata.

Sedangkan Kotler dan Keller berpendapat bahwa media sosial terbagi menjadi 3 platform utama sebagai berikut :

1. Komunitas online dan forum

Terdapat berbagai jenis komunitas online dan forum yang tersedia untuk penggunaannya untuk berinteraksi satu sama lain dan untuk berdiskusi mengenai sesuatu baik individu maupun berkelompok tanpa dikenai bunga komersil maupun afiliasi perusahaan.

2. Blogs

Pengguna dapat dengan bebas membuat blogs dan mengunggah konten baik berupa blog pribadi baik untuk teman dan keluarga namun juga untuk disebar luaskan kepada khalayak umum sehingga khalayak dapat mengakses dan melihat konten yang diunggah di blog milik pengguna

3. Sosial network

Jaringan sosial atau network ini dapat dikatakan salah satu jenis yang paling digunakan masyarakat hingga saat ini dimana pengguna dapat mengunggah konten sekaligus menciptakan relasi baru dengan orang lain dengan interaksi dalam media sosial tersebut.

Selain itu Puntoadi (2011) berpendapat bahwa media sosial dibagi menjadi beberapa macam sebagai berikut :

1. **Bookmarking**

Bookmarking dapat digunakan penggunanya untuk sharing berbagai link dan tag yang disukainya kepada khalayak dengan maksud agar khalayak lain dapat melihat kesukaan dari pengguna tersebut dan dapat menikmati dan berbagi pula link maupun tag yang disukainya.

2. **Content *sharing***

Content sharing atau yang diartikan sebagai berbagai konten merupakan salah satu platform dimana pengguna dapat berbagi konten unggahan untuk dilihat dan dinikmati oleh pengguna lain sebagai *viewers*, para *viewers* pun dapat memberikan berbagai feedback dengan komentar, menyukai dan berbagi kepada pengguna lain.

3. **Wiki**

Wiki merupakan salah satu situs dengan berbagai karakteristik berbeda sesuai dengan kebutuhannya seperti contohnya Wikipedia dimana situs ini berfokus pada pengetahuan dan Pendidikan, kemudian Wikitravel yang berfokus pada informasi sebuah tempat dan perjalanan.

4. **Flickr**

Flickr merupakan salah satu situs milik Yahoo yang difokuskan untuk berbagi konten gambar dengan kontributor dari para ahli dalam bidang fotografi yang ada di seluruh dunia. Flickr juga dijadikan untuk membuat katalog foto yang bersifat komersil .

5. Sosial network

Jaringan sosial merupakan media sosial yang menunjang para penggunanya untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain dan menjalin hubungan yang baru maupun mempererat hubungan dengan teman dan keluarga.

6. Creating opinion

Media sosial ini memberikan wadah untuk para pengguna berbagi opini dan pendapat mengenai suatu informasi dengan pengguna lain di seluruh dunia. Dengan creating opinion pengguna dapat menulis opini, melihat dan berkomentar mengenai informasi yang diunggah oleh pengguna lain.

2.2.10 Aplikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia aplikasi adalah penerapan dari rancangan system untuk mengelola data yang menggunakan aturan atau ketentuan Bahasa pemrograman tertentu. Secara historis, aplikasi adalah *software* yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan. Aplikasi adalah *software* yang dibeli perusahaan dari tempat pembuatannya. Aplikasi akan menggunakan *System Operation* (OS), computer dan aplikasi lainnya yang dapat mendukung aplikasi memiliki 2 tipe yang dimana 2 tipe tersebut adalah aplikasi *online* dan *non-online*, aplikasi online membutuhkan internet agar dapat mengoperasikan atau menjalankan aplikasi, namun aplikasi *non-online* tidak perlu menggunakan internet akan dapat mengoperasikan suatu aplikasi. Ada pun pengertian aplikasi menurut Jogiyanto adalah penggunaan dalam suatu komputer, intruksi atau pernyataan yang disusun sedemikian rupa sehingga computer dapat memproses *input* dan *output* (H.M., 1999, h. 12).

2.2.11 Klasifikasi Aplikasi

Aplikasi dapat digolongkan meliputi beberapa kelas-kelas antara lain :

- a) Perangkat Lunak (*enterprise*)
- b) Perangkat Lunak Infrastruktur
- c) Perangkat Lunak Informasi Kerja
- d) Perangkat Lunak Media dan Hiburan
- e) Perangkat Lunak Pendidikan
- f) Perangkat Lunak Pengembangan Media
- g) Perangkat Lunak Rekayasa Produk

Pada pengertian umumnya, aplikasi adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan.

2.2.12 Aplikasi TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video music dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Para pengguna didorong untuk berimajinasi sebebaskan bebaskan dan meluapkan ekspresi mereka dengan bebas. Dirancang untuk generasi kekinian, melalui TikTok kamu dapat membuat video pendek yang unik dengan cepat dan mudah untuk dibagikan dengan teman dan seluruh dunia. Di TikTok kita bisa melihat video yang sedang trending atau viral yang cocok untuk kita melihat informasi hiburan dan banyak lainnya. Kami berusaha untuk memberdayakan lebih banyak pembuat kreatif dan berkualitas untuk menjadi bagian dari revolusi konten (Wibowo, 2020, h. 566)

a) Pengenalan Wajah

Mengambil gambar dengan kecepatan tinggi dan fitur pengenalan yang sempurna sesuai untuk semua ekspresi imut, keren, kocak, dan lucu

b) Kualitas tajam yang nyata

Dipanggang dengan mudah, tampilan yang mulus, dan lancar digunakan. Setiap detail video ditampilkan dalam resolusi yang bagus.

c) Studio dalam genggam

Kolaborasi yang sempurna antara kecerdasan buatan dan jepretan gambar menyempurnakan keunggulan produk melalui sinkronisasi musik, efek, special, dan teknologi canggih.

d) Daftar musik kekinian yang sangat lengkap

Kreativitas dan imajinasi kita membawa ke tingkat yang lebih tinggi dan memasuki dunia baru yang tak terbatas.

Pada tahun 2018, aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang cukup viral di Indonesia, pada tanggal 7 Mei 2018 di Playstore dan sudah diunduh 100.000.000+ kali, dengan ukuran download terbesar 61,22MB dan pembelian dalam aplikasi sudah mencapai Rp.15.000,00- Rp.1.526.116.00 per item.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok Menurut Mulyana, (Dalam, Marini, 2019 : 38) penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap, dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, nilai kebutuhan, minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti informasi yang diperoleh, latar belakang keluarga, pengetahuan, dan kebutuhan sekitar,

intensitas, ukuran, keberlawananan, hal hal dan familiar atau ketidaksaingan suatu objek.

1) Faktor internal

Faktor internal yakni faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya (Abu, 2009, h. 101).

Menurut W. Wund (dalam, Marini, 2019, h. 39) perasaan tidak dapat dilihat atau di alami oleh individu sebagai perasaan senang ataupun tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Jadi W. Wundt penggunaan aplikasi TikTok ini tidak hanya bisa dilihat melalui perasaannya saja melainkan di lihat dengan tingkah lakunya juga.

Dalam aplikasi TikTok, cara setiap orang menyampaikannya perasaannya berbeda- beda. Jika pembuat perasaannya sedang senang maka tingkahnya dalam pembuatan konten juga sesuai dengan perasaannya, begitupun sebaliknya. Karena tingkah laku pada saat pembuatan TikTok membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya.

Menurut Gerungan (Dalam, Marini, 2019, h. 40) Menyatakan bahwa prasangka merupakan sikap perasaan orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan rasa tau kebudayaan yang berbeda dengan golongan yang

berprasangka itu. Jadi menurut Gerungan prasangka juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan aplikasi TikTok. Jadi media sosial TikTok bisa menjadi tempat untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, tidak hanya menjadi tempat hiburan semata, tidak hanya itu aplikasi TikTok juga bisa menjadi ruang untuk berkreatifitas untuk murid, jika dilihat dari sisi negatifnya penggunaan aplikasi TikTok bisa membuat setiap orang melupakan kewajiban dan lupa dengan segala hal.

2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai konten, contohnya video terjadinya kecelakaan lalu lintas atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan pada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah elemen yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok.

2.2.13 Sejarah TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang diciptakan di Tiongkok dengan nama Douyin yang berasal dari induk perusahaan bernama ByteDance pada bulan September tahun 2016. Pencipta aplikasi TikTok ini bernama Zhang Yiming yang merupakan lulusan dari salah satu universitas di kota Tianjin, China yaitu Universitas Nankai

dengan jurusan software engineer yang kemudian mendirikan perusahaan tekno yaitu ByteDance yang merupakan naungan aplikasi TikTok itu sendiri.

Dilansir dari web portal kumparan.com tujuan dari dibuatnya aplikasi TikTok ini sendiri untuk menciptakan kreativitas serta momen berharga dari seluruh dunia melalui ponsel, oleh karena itu tampilan dari unggahan video yang ditampilkan dalam aplikasi TikTok berdominan vertical atau menyesuaikan dengan hasil dari perekaman lewat handphone.

Berdasarkan riset pasar, TikTok sendiri memiliki fokus pada video yang berdurasi pendek yaitu sekitar 15 detik agar pengguna tidak memakan waktu yang lama untuk menonton 1 video sehingga dapat menciptakan rasa untuk menonton video yang lain yang disukai para pengguna untuk waktu yang lama.

Dalam kurun waktu satu tahun dari terbentuknya aplikasi ini, Douyin telah memiliki 100 juta pengguna dengan 1milyar tayangan video setiap harinya yang akhirnya Douyin menjadi merajalela ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia yang kemudian mengubah namanya menjadi TikTok agar lebih mudah dikenali.

Kemunculan TikTok di khalayak Indonesia tidak membuahkan hal manis pada awalnya karena Kemenkominfo Indonesia melakukan pemblokiran aplikasi ini pada tahun 2018 setelah melakukan riset selama 1 bulan dan mendapatkan ribuan laporan mengenai aplikasi ini, Pemblokiran aplikasi ini karena dianggap memiliki banyak konten negatif untuk masyarakat terutama anak-anak karena banyaknya konten yang dianggap tidak mendidik dan konten yang tidak bermanfaat seperti berjoget-joget sehingga stigma buruk terdapat pada benak masyarakat bahwa creator pengguna TikTok adalah orang alay, yang pada seminggu setelahnya pemblokiran

ini dilepas dengan bersyarat untuk menghapus konten yang negatif dan menerapkan batasan usia untuk keamanan aplikasi.

Boomingnya TikTok di Indonesia dimulai ketika terjadinya pandemic covid 19 yang melanda hingga seluruh penjuru dunia yang menyebabkan setiap masyarakat melaksanakan lockdown demi mencegah penyebaran virus covid 19, dengan adanya pandemic Sebagian masyarakat mulai mencari hiburan baru yaitu dengan menggunakan TikTok untuk mengunggah konten yang disukai maupun sekedar menikmati konten yang disajikan oleh orang lain.

TikTok juga tidak habisnya membuat berbagai fitur yang sedang viral dan digemari masyarakat sehingga para pengguna tidak merasa bosan untuk mengunggah berbagai konten untuk diposting, yang membuat aplikasi TikTok dapat menyaingi berbagai platform media sosial yang lain seperti Instagram, Facebook dan Twitter.

2.2.14 Fitur TikTok

1. Pengikut (*followers*)

Setiap akun pengguna dapat diikuti dan saling mengikuti pengguna lain sebagai bentuk interaksi dan akan menampilkan video dari pengguna yang diikuti secara langsung di fyp pengguna. Dengan fitur followers pun dapat memberikan pengguna mendapatkan *views* dan *likes* dengan lebih mudah dan lebih banyak.

2. Kolom yang disukai

Ketika pengguna memberikan *likes* pada suatu video maka video tersebut akan otomatis masuk kedalam kolom video yang disukai, pengguna juga dapat

meninjau kembali video video yang sudah di *likes* saat dirinya membuka aplikasi TikTok. Dalam kolom video yang disukai ini pun dapat diperlihatkan kepada khalayak jika menyalakan di pengaturan dan bisa juga dijadikan privasi sehingga khalayak tidak mengetahui video apa saja yang sudah disukai oleh pengguna tersebut.

3. *Direct messages*

Dengan fitur ini pengguna yang sudah saling mengikuti satu sama lain dapat melakukan interaksi dalam obrolan pribadi sehingga pengguna memiliki privasi ketika akan mengobrol dengan pengguna lain. Selain berkirim pesan dengan pengguna lain, didalam Dm pun pengguna bisa mengirimkan video yang ada di beranda kita kepada pengguna lain.

4. Unggah video dan foto

Para pengguna dapat mengunggah video yang diinginkan dengan pilihan durasi 15 detik hingga 5 menit baik direkam secara langsung melalui aplikasi TikTok maupun dengan upload file yang sudah ada di handphone pengguna. Namun baru baru ini TikTok memberikan fitur baru yaitu unggah foto dimana pengguna bisa mengunggah beberapa foto dalam 1 postingan disertai lagu yang ada, dapat dikatakan seperti slideshow dan menggunakan lagu kemudian diunggah pada aplikasi TikTok.

5. Penambahan musik

Setiap konten yang diunggah di aplikasi TikTok, setiap pengguna dapat menambahkan lagu yang diinginkan untuk membuat video lebih menarik perhatian khalayak, ketika akan menambahkan lagu untuk video yang akan

diunggah pula akan diberikan rekomendasi lagu lagu yang sedang trending digunakan pengguna TikTok sehingga kita bisa pula menggunakan lagu yang sedang tren agar mendapatkan lebih banyak interaksi dari pengguna lain.

6. Filter pada video

Ketika akan mengunggah video dan merasa bahwa videonya tersebut kurang menarik di dalam aplikasi TikTok disediakan filter sebelum mengunggah video dengan mengubah warna rona video sesuai keinginan agar lebih cantik dan indah ketika akan diposting.

7. Filter stiker dan efek video

Di TikTok terdapat fitur dimana pengguna bisa menggunakan efek untuk membuat video lebih menarik seperti efek visual, efek stiker, efek split, efek transisi maupun efek waktu sedangkan dalam efek stiker pengguna diberikan berbagai efek ketika merekam video di dalam aplikasi langsung seperti efek untuk mempercantik. Bisa juga dengan memberikan animasi maupun stiker seperti *greenscreen*, aksesoris, interaktif, dan yang lainnya dengan tujuan agar video dibuat lebih menarik perhatian khalayak.

8. Filter *voice changer*

Filter ini digunakan untuk merubah suara dari video yang kita buat untuk memberikan kreativitas dan kelucuan video tersebut. Terdapat berbagai pengguna suara seperti robot, megaphone, tupai, menggema dan masih banyak lagi

9. Filter *beautify*

Dalam filter ini, pengguna dapat mempercantik menggunakan filter yang ada di aplikasi seperti filter muka dan makeup. Dalam filter untuk muka, diberikan filter untuk mengecilkan bentuk muka, meniruskan pipi dan yang lainnya. Sedangkan filter makeup memberikan filter seolah olah kita sudah berdandanseperti menggunakan lipstick, alis, blush on dan yang lainnya.

10. Filter *auto caption*

Fitur ini merupakan fitur yang baru dikeluarkan TikTok dimana pengguna yang mengunggah video dapat mendapatkan subtitle secara otomatis oleh aplikasi sesuai dengan kata kata yang diucapkan dalam video tersebut. Dalam hal ini penggunaan *auto captions* dapat mempermudah khalayak yang menonton dengan gangguan pendengaran maupun kurang mengerti dengan kata kata yang diucapkan menjadi lebih lancar dan dapat menikmati video yang ditonton

11. Filter menghapus komentar

Fitur ini diciptakan agar menghindari dari komenan komenan yang negatif dan merugikan pengguna sehingga pengguna dapat lebih nyaman untuk menggunakan aplikasi TikTok. Pengguna dapat menghapus komentar secara manual maupun sekaligus hingga 100 komentar dengan mengetuk ikon pensil di sudut kiri. Selain menghapus, pengguna juga dapat memblokir pengguna lain yang dianggap merugikan. Pengguna juga dapat menonaktifkan komentar maupun membatasi balasan komentar demi kenyamanan pengguna

12. Fitur duet, stich, dan reply

Dalam fitur ini kreator dapat melakukan duet terhadap video pengguna lain sehingga tampilan video akan memunculkan 2 video sebagai video asli dengan video duet yang akan dilakukan oleh kreator tersebut,

Dengan fitur stich kreator dapat mengutip dari video pengguna lain kemudian dilanjutkan dengan video yang akan creator unggah seperti postingan biasa

Dalam fitur reply para creator dapat melakukan balasan sebuah komentar dengan video sehingga komentar yang dibalas pun akan muncul dalam video yang dibuat oleh kreator, pengguna lain pun dapat melihat komentar tersebut berasal dari video mana dengan mengetuk dua kali komentar yang ada di video maupun mengetuk satu kali komentar yang ada di caption video kreator.

13. Fitur hastag

Penggunaan hastag dalam caption video dilakukan untuk menyaring dan menonjolkan maksud dari video tersebut sehingga pengguna dapat mengerti begitu pula ketika pengguna lain ingin mencari video yang serupa dapat mengetuk hastag dan kemudian beragam video yang menggunakan hastag tersebut dimunculkan

14. Fitur live

Ketika kreator sudah memiliki pengikut sebanyak 1000 followers maka kreator dapat melakukan live streaming dengan tujuan untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain. Dalam live streaming di TikTok memiliki berbagai kegiatan seperti bercerita, bernyanyi, bermain game, sekedar menghibur penonton maupun melakukan promosi jualan. Ketika pengguna sedang menonton live streaming pun pengguna dapat mencari berbagai live

yang lain dengan cara scroll dari live yang sedang ditonton, sama seperti ketika pengguna melakukan scroll video di fyp pengguna.

2.2.15 Eksistensi Diri

Eksistensi diri berasal dari penggabungan dua kata yaitu eksistensi dan diri. Eksistensi merupakan kata nomina yang berarti “Hal yang berada” (KBBI Daring, n.d.). Maka dari situ didapatkan arti dari eksistensi diri adalah keberadaan diri sendiri yang dibuktikan dengan adanya pengakuan atau anggapan dari orang lain mengenai keberadaan diri sendiri. Pada era teknologi saat ini eksistensi diri sendiri memiliki ikatan kuat dengan penggunaan media sosial.

Eksistensi adalah kata yang berasal dari Bahasa latin yaitu *extere* yang memiliki arti, muncul, ada, timbul dan berada. Hal ini kemudian melahirkan empat penjelasan baru tentang eksistensi, antara lain :

- 1) Eksistensi adalah apa yang ada
- 2) Eksistensi adalah apa yang dimiliki
- 3) Eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dengan penekanan bahwa sesuatu itu ada

Faktor faktor yang mengaruhi eksistensi diri Menurut Abidin (Dalam, Fitriwati, 2018, hal. 3) mengemukakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi eksistensi diri, yaitu :

- a) Kematian (Ketiadaan)

Kematian merupakan akhir dari eksistensi manusia. Tetapi kematian dapat juga membuat seseorang menjadi diri yang autentik apabila ia dapat menerima kematian sebagai suatu fakta yang tidak terpisahkan dari eksistensinya.

b) Kecemasan

Kecemasan disini berhubungan dengan kebebasan, karena kebebasan tersebut menjadi cemas karena selalu dihadapkan pada berbagai kemungkinan. Kecemasan tersebut disebabkan karena adanya kesadaran manusia akan kebebasan dimana semua risikonya menuntut pertanggung jawaban.

c) Kehendak Bebas

Manusia setiap waktunya dihadapkan pada kondisi untuk memilih satu atau beberapa kemungkinan yang ada. Manusia bisa sepenuhnya untuk memilih apa yang ia inginkan, dengan demikian manusia dikatakan makhluk yang bebas

Ciri-ciri Individu yang memiliki eksistensi diri menurut smith (dalam, Fitriawati, 2018, hal. 3) terdapat Sembilan ciri ciri individu yang memiliki eksistensi diri yaitu:

- 1) Kesadaran diri, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri
- 2) Kepercayaan diri, yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa
- 3) Harga diri, yaitu bagaimana individu memfokuskan pada orang lain yang dilayani atau individu yang mampu bekerja
- 4) Kesadaran akan peran, yaitu kesadaran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya sendiri untuk segera terselesaikan.
- 5) Kesadaran akan kekuatan misi pribadi, yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam kehidupannya.

- 6) Daya tarik pribadi, yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik individu sehingga mempengaruhi penilaian orang lain.
- 7) Keasadaran akan keunikan diri, yaitu tidak membandingkan diri dengan orang lain
- 8) Konsistensi terhadap kehidupan, yaitu tidak terombang ambing dengan ide.
- 9) Ketenangan dan kedamaian, tetap berkepala dingin meskipun banyak masalah

Pernyataan Eksistensi Diri manusia berkomunikasi untuk menunjukkan eksistensi. apabila manusia berdiam diri, manusia disekitarnya pun akan menganggap/ memperlakukannya seolah olah tidak ada. Penelitian juga menunjukkan jika seorang anggota diskusi tidak berbicara sama sekali atau pasif, maka manusia disekitarnya akan menganggap bahwa si pendiam itu tidak ada sama sekali. Mereka tidak meminta pendapat dan komentar dan mereka hanya akan beri sedikit atensi. Dan orang disekitarnya pun berharap agar manusia pendiam tersebut tidak berbicara. Dengan bersikap pasif, si pendiam gagal menggunakan pembicaraan untuk menyatakan eksistensi dirinya (Daryanto, 2010, hal. 130).

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Fenomena

Fenomena berasal dari salah satu kata dalam bahasa Yunani yakni kata “*Phainomenon*” yang berarti adalah “apa yang kamu lihat.” Namun, fenomena dapat diartikan sebagai fakta sosial dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan lantaran adanya bentuk-bentuk perubahan sosial yang diakibatkan oleh tindakan masyarakat itu sendiri. Fenomena berarti :” suatu yang luar biasa”, Fenomena

adalah rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin tertentu.

Definisi fenomena dalam kamus sosiologi dan kependudukan dapat diartikan sebagai sebuah unsur dasar atas variabel yang dalam kaca mata sosiologi dianggap stabil. **Aria Gautama (2011, h. 12)** mengungkapkan bahwasannya ilmu yang mempelajari terkait dengan sebuah fenomena adalah fenomenologi yang dapat diartikan sebagai sebuah cara pendekatan ilmiah yang mempersoalkan adanya sebab timbulnya gejala atau kejadian semata-mata tanpa mencoba menerangkannya. Dengan demikian dari pengertian-pengertian di atas dapat peneliti simpulkan bahwasannya fenomena merupakan suatu peristiwa yang bersifat tidak lazim yang terjadi di masyarakat yang tentunya dapat dilihat, dapat dirasakan dan dapat diamati oleh manusia sehingga menjadi menarik untuk dikaji maupun diteliti keadaannya secara ilmiah.

Dalam pendekatan sastra, fenomenologi menggunakan pengalaman intuitif atas fenomena, sesuatu yang hadir dalam refleksi fenomenologis, sebagai titik awal dan usaha sebagai mendapatkan fitur-hakekat dari pengalaman dan hakekat dari apa yang kita alami. G.W.F. Hegel dan Edmund Husserl yaitu dua tokoh penting dalam pengembangan pendekatan filosofis ini.

2.3.2 Fenomenologis

Istilah fenomenologi secara etimologis berasal dari kata *fenomenadan logos*. Fenomena berasal dari kata kerja Yunani "*Phainesthai*" yang berarti menampak, dan terbentuk dari akar kata fantasi, fantom, dan fosfor yang artinya sinar atau cahaya. Dari kata itu terbentuk kata kerja, tampak, terlihat karena bercahaya. Dalam

bahasa kita berarti cahaya. Fenomenologi adalah ilmu tentang esensi-esensi kesadaran dan esensi ideal dari obyek-obyek sebagai korelasi dengan kesadaran. Fenomenologi juga merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia. Fenomenologi ada untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori/prasangka, dan tidak dogmatis. Dalam memahami fenomenologi, terdapat beberapa konsep dasar yang perlu dipahami, antara lain konsep fenomena, epoche, konstitusi, kesadaran, dan reduksi.

Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berfikir, yang mempelajari fenomena manusia (*human phenomena*) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakkannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena yang tampak itu, adalah objek yang pernah dengan makna transedental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat kebenaran, maka harus menerobos memenuhi fenomena yang tampak itu (Kuswarno, 2013, h. 2).

Menurut Schutz, mengemukakan orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang sesuatu yang diamati seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman sekaligus. Schutz meletakkan manusia dalam pengalaman subjektif dalam bertindak dan mengambil sikap dalam kehidupan sehari-hari.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Menurut Husserl dengan fenomenologi kita dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, di mana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya (Kuswarno, 2013, h. 10).

2.3.3 Fenomenologi Alfred Schutz

Menurutnya Schutz tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan kehidupan sehari-hari dan pengalaman. Tindakan manusia dan segala peristiwa yang telah terjadi adalah sebuah realitas yang bermakna, artinya manusia dapat memberikan makna dari setiap fenomena yang ada. Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu: proses pemahaman kegiatan, pemberian makna terhadapnya, sehingga akan terefleksikan dalam tingkah laku.

Dalam memahami metodologi fenomenologi dalam penelitian ini, peneliti mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Bagi Schutz tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan tindakan.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Schutz mengkaji fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubjektif dan pada dasarnya studi mengenai intersubjektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti :

- a) Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
- b) Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
- c) Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
- d) Bagaimana hubungan timbal balik itu terjadi?

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

- a) Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda- benda yang diketahui oleh semua orang

- b) Ilmu pengetahuan yang intersubjektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial
- c) Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sifat distribusi secara sosial

Ada beberapa tipikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubektivitas, antara lain:

- a) Tipikasi Pengalaman
Semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum
- b) Tipikasi benda-benda
Merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu.
- c) Tipikasi dalam kehidupan
Yang dimaksud sosiolog sebagai system role status, role expectation dan institutionalization itu dialami atau meleka pada diri individu dalam kehidupan sosial

Schutz mengidentifikasikan empat relitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *unwelt*, *mitwelt*, *forgewelt*, dan *vorwelt*

- a) *Unwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan di dalam kehidupan sehari-hari

- b) *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian
- c) *Forgewlt*, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang
- d) *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Untuk mempelajari interaksi sosial anatara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

- a) *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut
- b) *The inside* (orang dalam), yaitu seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa atau pendapat orang lain, dengan otorisa berbagi system yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai benar atau sah, setidaknya Sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam diri saya
- c) *The analyst* (analisis), yaitu seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan system relevansi
- d) *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial, yaitu:

- 1) Pertama, perhatian terhadap actor
- 2) Kedua, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*)
- 3) Ketiga, memusatkan perhatian kepada masalah mikro
- 4) Keempat, Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari – hari.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bukanlah untuk menguji teori akan tetapi hanya dijadikan panduan agar penelitian ini lebih terarah dan lebih focus kepada masalah yang diteliti, yaitu mengenai fenomena aplikasi tiktok sebagai ajang eksistensi di kalangan SMPN 4 Cianjur.

Berdasarkan etimologi, istilah fenomenologi berasal dari dua kata Bahasa Yunani, yaitu *phenomenon* dan *logos*. Merupakan sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan oleh Littke John bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidup dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas suatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan

makna atas sesuatu yang di alami manusia. Engan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubjektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Natanason menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai focus memahami tindak sosial. Ada tiga prinsip dasar fenomenologi yang disimpulkan oleh Stanley Deetz yaitu :

1. Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri.
2. Makna benda terdiri dari kekuatan benda dalam kehidupan seseorang, bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita.
3. Bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

Teori fenomenologi menurut Alfred Scutz fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (act) atas inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana car acara yang sama sehingga kita bias melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Schutz memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial. Sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan kata beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, bertindak dalam kenyataan yang sama.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengungkapkan teori diatas bahwa fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas sosial, tentang studi fenomenologi mengenai Fenomena aplikasi tiktok sebagai ajang eksistensi diri dikalangan SMPN 4 cianjur. Dari penjelasan diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.4 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan peneliti, 2023