

## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Literatur**

Pada dasarnya, sebuah penelitian berasal dari gabungan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai pedoman acuan maupun referensi guna mempermudah jalannya sebuah penelitian. Adapun beberapa penelitian sejenis yang ditemukan oleh penulis dalam bentuk jurnal maupun skripsi, diantaranya:

1. Hasil Penelitian Reza Putri, Ari S dan Imaddudin (2022)

Penelitian yang dilaksanakan oleh Reza Putri, Ari S dan Imaddudin berjudul “Analisis Isi Konten Edukasi FunFact Pada Akun Tiktok @buiramira”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan dan menganalisis tujuh konten edukasi funfact per tanggal 13 Agustus 2020 – 16 September 2021 terkait pembelajaran yang menyenangkan mengenai skripsi.

2. Hasil Penelitian Chotijah Fanaqi, Ismira R Febrina, Resty Mustika Pratiwi, Gymnastiar Gymnastiar (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Chotijah Fanaqi, Ismira R Febrina, Resty Mustika Pratiwi, Gymnastiar Gymnastiar berjudul “Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Edukasi di Masa Pandemi COVID-19”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan media social TikTok yang meningkat di masa covid 19. Penggunaan media social TikTok disamping tidak terlepas dari tujuan

para penggunanya sebagai media hiburan di masa pandemic covid 19, juga memiliki tujuan spesifik seperti sebagai media edukasi yang membantu penggunanya mendapatkan informasi seputar Pendidikan, pengajaran, tips dan trik, dan lain sebagainya.

3. Hasil Penelitian Rahmah Zaimah (2021)

Penelitian ini berjudul “Analisis Isi Pesan Akun Tiktok @Dr.Ziee Sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wanita”, dimana dalam melaksanakan penelitiannya Rahmah Zaimah menekankan fokus permasalahan pada konten edukasi kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pesan edukasi dari isi video Dr. Zie beserta penjelasan lengkap baik lisan maupun tulisan. Dari istilah medis hingga kandungan produk perawatan kulit dijelaskan oleh Dr. Zie beserta penjelasan umumnya di setiap videonya agar penonton dapat memahami pesan konten dengan mudah.

4. Hasil Penelitian Luluk M, Indah Nur dan M. Nurul (2021)

Penelitian ini berjudul “Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Yogyakarta”, dimana tulisan ini membahas mengenai jumlah pengguna media sosial TikTok di Indonesia saat ini melebihi dari 30 juta. Pengguna terdiri dari berbagai kalangan, tidak terkecuali kalangan mahasiswa Islam. Dari beragam akun yang bertebaran, beberapa di antaranya adalah akun TikTok yang fokus dengan kajian keislaman. Intensitas penggunaan media sosial TikTok yang kaya dengan fitur-fitur di dalamnya ini tentu memiliki bermacam dampak terhadap perilaku islami mahasiswa.

5. Hasil Penelitian Haryunikmah (2022)

Penelitian ini berjudul “Analisis Konten Kreatif Tema Hijrah di Tiktok Shift”, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Dunia dari zaman ke zaman mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari semakin maju dan canggihnya teknologi, sehingga memberikan dampak bagi kehidupan manusia yang mau tidak mau harus bergerak mengikuti perkembangannya agar tidak mengalami ketinggalan. begitu pula ustad Hanan Attaki yang harus mengikuti perkembangan zaman agar pengikutnya mudah untuk mendengarkan isi dari ceramah yang ia sampaikan.

6. Hasil Penelitian Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018)

Penelitian ini berjudul Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Penelitian ini telah menjelaskan bahwa, persepsi mahasiswa terhadap layanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura meliputi aspek tenaga pelayanan, aspek sarana dan infrastruktur, kondisi sosial perpustakaan lingkungan (interaksi pengunjung dengan staf perpustakaan dan antar perpustakaan pengunjung) serta keamanan dan kenyamanan lingkungan “baik”.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun Penelitian	Jenis Karya Ilmiah	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Analisis Isi Konten Edukasi FunFact Pada Akun Tiktok @buiramira	Reza Putri, Ari S dan Imaddudin (2022)	Jurnal Ilmiah	Kualitatif	Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan dan menganalisis tujuh konten edukasi funfact per tanggal 13 Agustus 2020 – 16 September 2021 terkait pembelajaran yang menyenangkan mengenai skripsi. Konten tersebut terbagi menjadi dua tema, yaitu tema proses pengerjaan skripsi dan tema pelaksanaan sidang skripsi dan terbagi menjadi dua kategori, yaitu kategori tips dan diskusi.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti akan berfokus pada persepsi mahasiswa terkait keseluruhan konten edukasi buiramira terhadap kecepatan dan tingkat pemahaman tugas akhir skripsi.
2.	Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Edukasi di Masa Pandemi COVID-19	Chotijah Fanaqi, Ismira R Febrina, Resty Mustika Pratiwi, Gymnastiar (2022)	Jurnal Ilmiah	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya penggunaan media social TikTok disamping tidak terlepas dari tujuan para penggunanya sebagai media hiburan di masa pandemic covid 19, juga memiliki tujuan spesifik seperti sebagai media edukasi yang membantu penggunanya mendapatkan informasi seputar Pendidikan, pengajaran, tips dan trik, dan lain sebagainya.	Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti tidak membahas pemanfaatan media social tiktok secara umum, melainkan akan berfokus pada konten buiramira yang mengupas mengenai tugas akhir skripsi.

3.	Analisis Isi Pesan Akun Tiktok @Dr.Ziee Sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wanita	Rahmah Zaimah (2021)	Skripsi	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pesan edukasi dari isi video Dr. Zie beserta penjelasan lengkap baik lisan maupun tulisan. Dari istilah medis hingga kandungan produk perawatan kulit dijelaskan oleh Dr. Zie beserta penjelasan umumnya di setiap videonya agar penonton dapat memahami pesan konten dengan mudah.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada objek penelitian dimana peneliti akan berfokus pada konten edukasi mengenai tugas akhir pada akun buiramira.
4.	Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Yogyakarta	Luluk M, Indah Nur dan M. Nurul (2021)	Jurnal Ilmiah	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan jumlah pengguna media sosial TikTok di Indonesia saat ini melebihi dari 30 juta. Pengguna terdiri dari berbagai kalangan, tidak terkecuali kalangan mahasiswa Islam. Dari beragam akun yang bertebaran, beberapa di antaranya adalah akun TikTok yang fokus dengan kajian keislaman. Intensitas penggunaan media sosial TikTok yang kaya dengan fitur-fitur di dalamnya ini tentu memiliki bermacam dampak terhadap perilaku islami mahasiswa.	Perbedaan dalam penelitian ini akan membahas mengenai persepsi dan dampak dari konten buiramira secara khusus dan menilai seberapa jauh peningkatan pemahaman mahasiswa setelah melihat konten buiramira
5.	Haryunikmah (2022)	Analisis Konten Kreatif Tema	Skripsi	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Dunia dari zaman ke zaman mengalami perkembangan yang	Tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya, perbedaan dalam penelitian ini akan lebih

		Hijrah di Tiktok Shift			sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari semakin maju dan canggihnya teknologi, sehingga memberikan dampak bagi kehidupan manusia yang mau tidak mau harus bergerak mengikuti perkembangannya agar tidak mengalami ketinggalan. begitu pula ustad Hanan Attaki yang harus mengikuti perkembangan zaman agar pengikutnya mudah untuk mendengarkan isi dari ceramah	berfokus pada persepsi dan dampak dari konten buiramira secara khusus dan menilai seberapa jauh peningkatan pengetahuan yang diperoleh mahasiswa setelah mengikuti konten buiramira
6.	Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018)	Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura.	Jurnal Ilmiah	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Penelitian ini telah menjelaskan bahwa, persepsi mahasiswa terhadap layanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura meliputi aspek tenaga pelayanan, aspek sarana dan infrastruktur, kondisi sosial perpustakaan lingkungan (interaksi pengunjung dengan staf perpustakaan dan antar perpustakaan pengunjung) serta keamanan dan kenyamanan lingkungan “baik”.	Persamaan penelitian ini terdapat pada teori yang akan digunakan peneliti sedangkan perbedaan dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pembahasan pada satu creator tiktok sehingga hasil penelitian akan menggambarkan persepsi mahasiswa terkait tugas akhir secara akurat.

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Komunikasi

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial yang memiliki ciri khas ketergantungan pada makhluk lainnya sehingga tidak dapat hidup sendirian. Berdasarkan pernyataan tersebut, setiap individu akan saling bertemu dan berinteraksi sebagai upaya penyesuaian fungsi sosial dan kebutuhan yang diawali dengan tindakan komunikasi. Dalam hal ini, tingkat keterampilan seseorang dalam berkomunikasi dapat diketahui melalui pengetahuannya terkait sifat alami dari manusia serta cara pandangnya dalam menjalani kehidupan, alam semesta dan studi mengenai faktor yang mampu mempengaruhi manusia (Suherman, A. 2020, hlm 76). Komunikasi atau *communication* berasal dari Bahasa Latin “*communis*” yang berarti “sama”, hal ini merujuk pada sebuah pikiran, makna atau pesan yang sama dalam komunikasi. Komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi baik berupa pesan, ide maupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lainnya agar dapat saling terhubung.

Dalam Effendy (2019, hlm 54) Wilbur Schramm menyatakan bahwa komunikasi dinyatakan akan berhasil jika ditemukan kesamaan dalam pemaknaan pesan yang disampaikan komunikator sehingga cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*) yang dimana dijadikan sebagai panduan pengalaman dan pengertian komunikan, karena jika antara komunikator dan komunikan memiliki *reference* dan *experience* yang selaras maka komunikasi akan berjalan dengan baik. Dalam proses komunikasi terdapat beberapa komponen yang terlibat (dalam Nida, F. L. K, 2014, hlm 80), seperti:

- 1) Komunikator (*sender*) sebagai pihak yang menyampaikan pesan yang dimana prosesnya disebut encoding.
- 2) Pesan (*message*) merupakan isi dan maksud yang akan disampaikan terdiri dari seperangkan verbal dan nonverbal.
- 3) Saluran (*channel*) merupakan alat atau media yang digunakan dalam penyampaian pesan.
- 4) Komunika (*receiver*) sebagai pihak penerima pesan yang menafsirkan pesan agar dapat dipahami atau disebut decoding.
- 5) Efek (*feedback*) sebagai sebuah reaksi, tanggapan atau tindakan terhadap pesan yang telah disampaikan.

Ketika dalam proses komunikasi, komunikator harus mengakui terdapat keberagaman karakter, budaya, sosial maupun ekonomi. Maka dari itu, dalam penilaian kita tidak dapat menyamaratakan feedback setiap individu. Komunikasi juga tidak berlangsung secara cuma-cuma tanpa ada konteks maupun situasi tertentu. Konteks tersebut meliputi faktor diluar komunikator seperti aspek fisik, aspek psikologis, aspek sosial dan aspek waktu.

Seiring dengan perkembangan teknologi dari waktu ke waktu, maka konsep komunikasi juga turut berkembang. Komunikasi yang pada awalnya hanya bisa dilakukan secara langsung (*face to face*), kini dapat dilakukan secara tidak langsung melalui berbagai media teknologi. Terlebih dengan maraknya penggunaan internet, telah mengubah sifat interaksi manusia dari secara fisik dan psikis sekarang menjadi pertemuan secara tidak nyata dan virtual. Hal tersebut juga turut didukung dengan munculnya berbagai jejaring sosial yang menjadikan komunikasi lebih efektif dan praktis serta informasi pun dapat tersebar dengan cepat.



### 2.2.2 Media Baru (*New Media*)

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Nugroho, R. A. 2018). Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

Dalam hal ini, Flew mendefinisikan *new media* yang ditekankan pada format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Sistem penyebarannya melalui jaringan internet. Pada era sekarang ini jaringan internet sangat memudahkan orang dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. *New media* mencakup berbagai aspek, Pertama, sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, *new media* merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi (Kusuma, A. D. & Andayani, E. 2017). Sejalan dengan hal tersebut, adapun beberapa indikator media baru meliputi:

1. Konvergensi media: penggabungan media yang berbeda, seperti televisi, internet, dan telepon genggam, dalam suatu platform yang sama.

2. Interaktivitas: kemampuan untuk berinteraksi dengan konten media dan pengguna lain melalui media, seperti forum online, media sosial, dan permainan video.
3. Kustomisasi: kemampuan untuk menyesuaikan konten media dan preferensi pengguna, seperti layanan streaming musik yang merekomendasikan lagu berdasarkan selera pendengar.
4. Mobilitas: kemampuan untuk mengakses media dari mana saja dan kapan saja melalui perangkat seluler.
5. Real-time: kemampuan untuk mengakses dan berbagi informasi secara cepat dan langsung, seperti dalam media sosial dan aplikasi pesan instan.
6. Multitasking: kemampuan untuk melakukan beberapa tugas sekaligus saat menggunakan media baru, seperti menonton televisi sambil browsing internet atau menggunakan media sosial.
7. Kontribusi pengguna: kemampuan untuk berpartisipasi dalam pembuatan dan berbagi konten media, seperti dalam blog, vlog, dan media sosial.
8. Algoritma dan kecerdasan buatan: penggunaan teknologi untuk memproses dan menganalisis data pengguna dan konten media untuk memberikan rekomendasi dan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi dan perilaku pengguna.

Media baru memiliki peran penting di masa sekarang karena teknologi yang terus berkembang memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dengan lebih cepat dan mudah. Media baru, seperti media sosial, website, aplikasi, dan platform digital lainnya, memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk

mengekspresikan pendapat, berbagi informasi, serta berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia (Widodo, A. 2016).

Selain itu, media baru juga memungkinkan adanya perubahan dalam cara kita menerima dan memproses informasi. Sebagai contoh, media baru memungkinkan adanya pembelajaran jarak jauh (*online learning*), serta memungkinkan kita untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile (Putri, E. D. & Arifianto, R. 2019). Selain itu, media baru juga memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi secara real-time, termasuk informasi tentang berita terbaru, cuaca, dan informasi lain yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, media baru memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat saat ini. Namun, kita juga harus berhati-hati dalam menggunakan media baru, karena media baru juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang salah dan merusak reputasi seseorang atau suatu organisasi.

### **2.2.3 Media Sosial**

Memasuki era globalisasi dimana terjadinya perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menjadikan timbulnya berbagai media social. Media sosial / social media atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Media sosial secara umum didefinisikan sebagai segala jenis media yang hanya bisa diakses melalui internet dan berisikan teks, foto, video, dan suara. Menurut Kaplan dan Michael (dalam Romli, K. 2017, hlm 29) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang merupakan platform dasar sosial media. Terdapat enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (wikipedia), blog dan

microblogs (twitter), komunitas konten (youtube), situs jaringan sosial (facebook, instagram), dan lain sebagainya.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Saputra, A. 2019, hlm 213) menyatakan bahwa media sosial merupakan seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar ideologi serta penggunaan teknologi web 2.0 yang dapat berfungsi untuk saling tukar menukar konten. Media sosial juga sering disebut sebagai situs jejaring sosial. Web 2.0 itu sendiri merupakan internet generasi kedua, di mana semua orang awam bisa memanfaatkan potensi internet untuk bersosialisai, berinteraksi, mendapatkan rekan kerja, membuat Website tanpa harus bisa programing, membuat mailing list, dan sebagainya.

Secara garis besar, *social media* (media sosial) dan jejaring sosial merupakan media yang mengacu pada sistem yaitu media untuk terkoneksi dengan banyak orang tanpa terhalangi waktu dan tempat (jarak) serta berfungsi untuk komunikasi, berbagi sesuatu dan mengungkapkan pendapat secara online, jejaring sosial ini adalah suatu media interaksi online yang mengacu pada situs website yang digunakan sebagai tempat berkumpulnya banyak orang tanpa pembatasan dan memiliki jalur ikatan seperti keluarga, teman, rekan bisnis dan lain sebagainya. Akan tetapi yang menjadi pembeda antara jejaring sosial dengan sosial media terletak pada medianya. Media sosial atau dalam bahasa Inggris disebut social media adalah suatu media interaksi online yang meliputi blog, forum, aplikasi chatting sampai dengan jejaring sosial (Watie, E. D. S 2016, hlm 71). Sedangkan jejaring sosial sendiri lebih mengacu pada situs atau website yang digunakan sebagai tempat berkumpulnya banyak orang tanpa pembatasan dan memiliki jalur

ikatan seperti keluarga, teman, rekan bisnis dan lain sebagainya. Contoh dari jejaring sosial antara lain Facebook, Twitter, Path, Tumblr, Pinterest, Instagram, dan lain sebagainya. Adapun karakteristik dari media social (Respati, W. 2014, hlm 42), diantaranya:

- a. Jangkauan (*reach*): daya jangkauan media sosial dari skala kecil hingga khalayak global.
- b. Aksesibilitas (*accessibility*): media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
- c. Penggunaan (*usability*): media sosial relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas (*immediacy*): media sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
- e. Tetap (*permanence*): media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

#### **2.2.4 Konten Media Sosial**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sehingga dapat digunakan untuk menampilkan berurut sedemikian rupa lewat penyampaian konten dilakukan melalui berbagai media sosial seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah dapat melalui telepon genggam (*handphone*). Sedangkan menurut Ikapi dalam kutipan yang ditulis Finy F. Basarah dan Gustina (dalam Putri, R., & Sulistyanto, A. 2022, hlm 58), juga menjelaskan pengertian konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui

media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Dengan begitu dapat diambil kesimpulan bahwa konten adalah bentuk sajian informasi yang di dalamnya dapat berupa hiduran, berita atau informasi lain yang disajikan secara orisinil melalui media konten dapat berupa artikel, video, audio maupun multimedia yang diunggah di internet sehingga dapat diakses secara mudah. Konten di media sosial memang ada yang bersifat positif maupun negatif, sangat disayangkan apabila banyak beberapa konten yang memuat nilai negatif ketimbang nilai positif. Di sini khususnya remaja diharapkan bisa merancang ide mengenai konten media sosial yang positif khususnya yang bersifat edukatif, meskipun karakteristik media siber dapat dilihat melalui media sosial yang memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis siber lainnya.

### **2.2.5 Aplikasi Tiktok**

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya (Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. 2021, hlm 608). Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Aplikasi tiktok merupakan aplikasi yang juga bisa melihat videovideo pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video

dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tiktok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (*focus*), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi (dalam Fanaqi, C., Febrina, I. R., Pratiwi, R. M., & Gymnastiar, G. 2022, hlm 912) 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. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi

terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi Tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah (dalam Rahmah, Z. Z. 2021) mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok.

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



## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Teori Persepsi Bimo Walgito**

Pada dasarnya, persepsi merupakan salah satu aspek kognitif manusia yang sangat penting. Hal ini memungkinkan seseorang untuk mengetahui dan memahami dunia sekelilingnya. Kehidupan seorang individu sejak dilahirkan tidak lepas dari interaksi dengan lingkungannya baik secara fisik maupun sosial. Dalam interaksi ini, seorang individu menerima rangsang atau stimulus dari luar dirinya. Rangsang atau stimulus ini dikenal dengan istilah persepsi. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indera, kemudian individu memiliki perhatian, diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi. Dengan persepsi, seorang individu menyadari dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada disekitarnya maupun tentang sesuatu hal yang ada dalam diri individu yang bersangkutan.

Proses pemaknaan terhadap stimulus yang bersifat psikologis sangat dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, dan lingkungan sosial secara umum. Persepsi dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman dan cara berpikir serta keadaan perasaan atau minat tiap-tiap individu sehingga persepsi seringkali dipandang bersifat subjektif. Oleh karena itu, bukan sesuatu hal yang mustahil apabila terjadi perbedaan antara individu yang satu dengan yang lain dalam mempersepsikan sebuah objek. Persepsi bukan hanya sekedar pengenalan atau pemahaman tetapi juga evaluasi dan bahkan persepsi juga bersifat menarik kesimpulan.

Dalam teori persepsi yang dikemukakan oleh Bimo Walgito (2004) dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Umum", ini memandang bahwa persepsi adalah

proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu tersebut. Di dalam proses persepsi, seorang individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif maupun negatif, senang maupun tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi, maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula. Menurut Bimo Walgito (2004, hlm 54-55), persepsi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

a. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu

Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pencecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu, baru saja atau sudah lama.

b. Pengertian atau pemahaman

Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong -golongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang

terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya.

c. Penilaian atau evaluasi

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

### **2.3.2 Aspek dan Faktor Terjadinya Persepsi**

Pada dasarnya, persepsi mengandung tiga aspek atau komponen, yaitu komponen afektif, komponen konatif dan komponen kognitif. Sikap seseorang pada suatu objek sikap merupakan manifestasi dari ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap objek sikap. Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dan konsisten satu dengan yang lainnya. Jadi, terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut. Bimo Walgito (1991:50) mengemukakan tiga aspek utama persepsi, yaitu:

a. Kognisi

Aspek ini menyangkut komponen pengetahuan, pandangan, pengharapan, cara berpikir/mendapatkan pengetahuan, dan pengalaman masa lalu, serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.

b. Afeksi

Aspek ini menyangkut komponen perasaan dan keadaan emosi individu terhadap objek tertentu serta segala sesuatu yang menyangkut evaluasi baik buruk berdasarkan faktor emosional seseorang.

c. Konasi atau psikomotor

Aspek ini menyangkut motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas individu sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau keadaan tertentu.

Selain aspek-aspek dalam penentuan persepsi di atas. Adapun beberapa factor yang mempengaruhi persepsi, diantaranya:

1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan suatu rangsangan yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2) Alat indera dan susunan syaraf

Alat indera merupakan suatu alat untuk menerima rangsangan/stimulus, disamping itu juga ada susunan syaraf yang berfungsi sebagai penerus stimulus ke otak. Sebagai alat untuk mengadakan respon maka diperlukan motoris sehingga dapat membentuk persepsi seseorang.

3) Perhatian

Dalam mencerna diperlukan adanya suatu perhatian. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang tertuju terhadap objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan berpengaruh terhadap individu dalam mempersepsikan suatu objek, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Perbedaan persepsi tersebut dapat disebabkan karena adanya perbedaan individu, perbedaan dalam kepribadian, perbedaan sikap

maupun perbedaan motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar dan pengetahuannya.

### **2.3.3 Proses Terjadinya Persepsi**

Pada dasarnya, proses terjadinya persepsi dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera manusia. Proses stimulus yang mengenai alat indera merupakan proses fisik. Proses stimulus yang diterima alat indera kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris menuju ke otak. Proses ini disebut proses fisiologis. Kemudian terjadilah otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar atau diraba. Proses yang terjadi pada kesadaran oleh individu disebut proses psikologis. Tahap akhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang stimulus yang diterimanya melalui alat indera.

Sejalan dengan hal tersebut, terdapat beberapa tahapan dalam proses terjadinya persepsi pada individu, yaitu obyek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Perlu diketahui bahwa antara objek dan stimulus itu berbeda, tetapi ada kalanya objek dan stimulus itu menjadi satu, misalnya hal tekanan. Benda sebagai objek langsung mengenai kulit, sehingga akan terasa tekanan tersebut. Sedangkan tahapan-tahapan dalam proses terjadinya persepsi adalah sebagai berikut :

- a. Proses fisik atau kealaman, maksudnya adalah tanggapan tersebut dimulai dengan obyek yang menimbulkan stimulus dan akhirnya stimulus itu mengenai alat indera atau reseptor.

- b. Proses fisiologis, yaitu stimulus yang diterima oleh alat indera kemudian dilanjutkan oleh syaraf sensorik ke otak.
- c. Proses psikologis, yaitu proses yang terjadi dalam otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu dapat menyadari apa yang dilihat dan didengar, atau diraba dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.

Selain itu, Bimo walgito juga menyatakan bahwa: proses terjadinya persepsi dimulai dari adanya objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera. Stimulus yang diterima alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk. objek sikap akan dipersepsi oleh individu dan hasil persepsi akan dicerminkan dalam sikap yang diambil oleh individu yang bersangkutan. Proses terbentuknya persepsi menurut Walgito (2010), didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

- a. Stimulus/Rangsangan dimana tahapan ini terjadi ketika individu dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya maka disitulah terjadi proses awal persepsi.
- b. Registrasi, pada tahapan ini seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftar/meregistrasi semua informasi yang terkirim tersebut dengan indra yang dimilikinya.

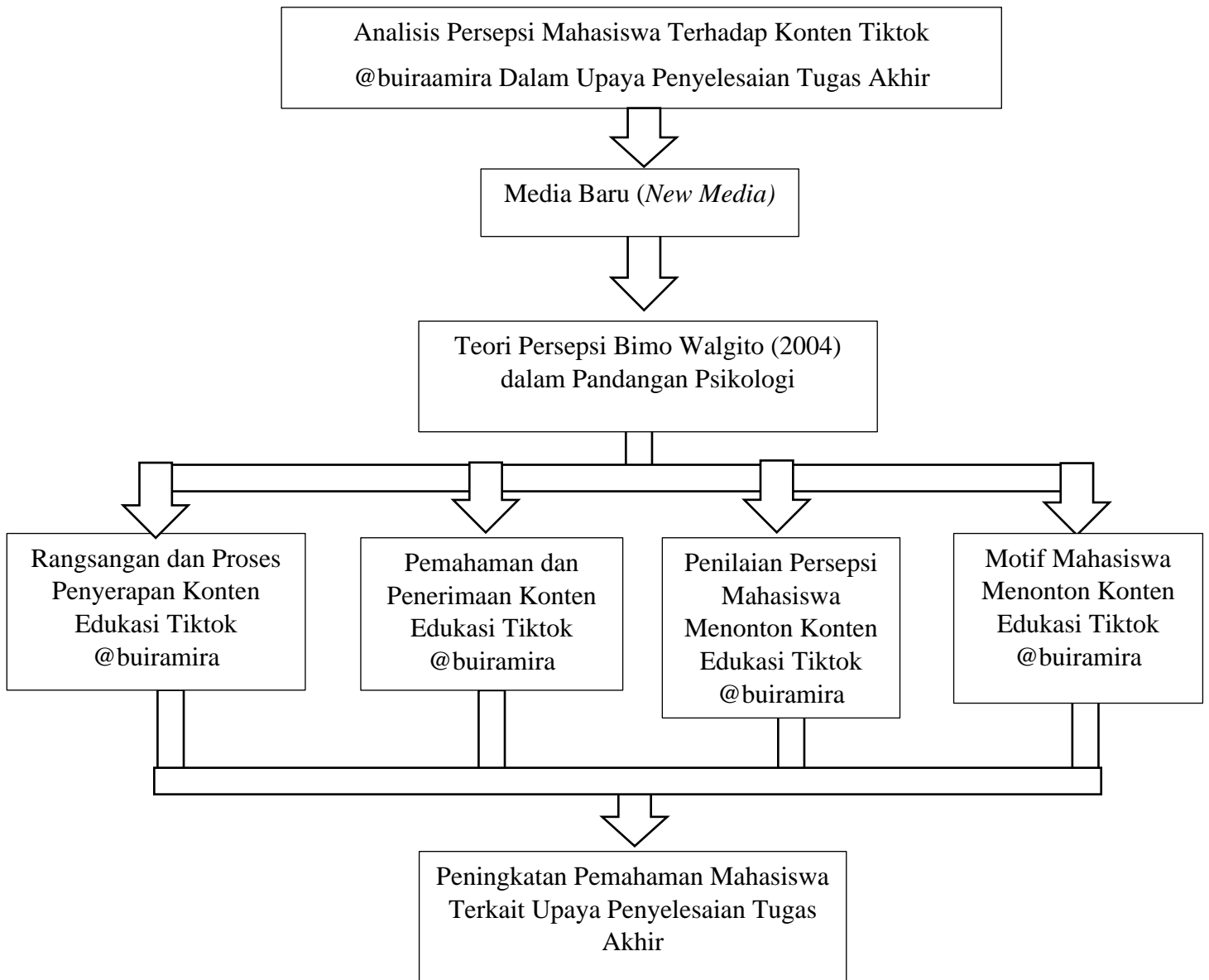
- c. Interpretasi, dimana terjadinya proses memberikan arti kepada stimulus yang telah diterima. Proses interpretasi bergantung pada motivasi, cara pendalaman, dan kepribadian seseorang.

## **2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu uraian dan visualisasi tentang hubungan atau kaitan antara konsep- konsep atau variabel- variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan (Notoatmodjo, 2012). Sehingga kerangka ini merupakan sebuah alur pemikiran terhadap suatu hubungan antar konsep satu dengan konsep lainnya untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2018, hlm 283) menyebutkan bahwasannya kerangka berfikir merupakan sebuah konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Maka dari itu, kerangka berfikir harus dapat menggambarkan hubungan sebab dan akibat dari suatu permasalahan yang diangkat dalam topik penelitian. Selain itu, kerangka pemikiran dapat berupa pemetaan yang turut dibuat untuk menggambarkan bagaimana alur pikir peneliti ketika melaksanakan penelitian.

Sejalan dengan hal tersebut, kerangka berfikir ini didasarkan oleh pemikiran secara teoritis maupun praktis sehingga dapat memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk mengangkat sebuah permasalahan dengan berlandaskan teori sebagai penguat dari penelitian yang dilakukan. Maka dari itu, permasalahan yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini yaitu menekankan pada bagaimana respon dan persepsi mahasiswa tingkat akhir dalam merespon konten edukasi pada tiktok buiraamira terhadap peningkatan pemahaman mengenai skripsi.

Permasalahan tersebut diangkat berdasarkan pada teori persepsi dimana peneliti akan mengambil berbagai pandangan mahasiswa terhadap konten buiraamira sebagai upaya penyelesaian tugas akhir. Adapun untuk keterangan lebih lanjut dapat di deskripsikan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Tabel 2.2** Kerangka Pemikiran

**Sumber:** Modifikasi Peneliti, 2023



