

BAB II

Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Media Sosial

1) Pengertian Media sosial

Media sosial merupakan sebuah media *online* atau daring, dengan para penggunanya dapat dengan mudah berbagi, ikut serta, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Kustiawan et al., 2022). Beberapa contoh dari platform sosial media yang populer antara lain Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan Tiktok. Platform media sosial tersebut memungkinkan pengguna untuk mengakses banyak informasi dan konten di seluruh dunia. Platform semua media sosial tersebut memiliki berbagai fitur dan kemudahan penggunaan yang juga interaktif. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari media sosial ini memiliki pilihan mengenai informasi apa yang akan dikonsumsi, sekaligus juga mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media. (Flew, 2002: 11-22).

Menurut Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016;13), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi,

bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Menurut Boyd (2009) media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seorang maupun kelompok atau komunitas untuk berkomunikasi, berkumpul, dan berbagi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan atau keunggulan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh *editor* sebagaimana yang terjadi di instansi media massa.

Young (2012) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal, dalam arti saling berbagi antara satu individu dengan yang lain (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dengan berbagai definisi yang disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah wadah atau media untuk seseorang atau kelompok dapat berinteraksi atau berkomunikasi dan berbagi informasi secara daring dengan berbagai pengguna lainnya. Dibandingkan dengan media massa, media sosial memiliki keunggulan dimana isi atau konten dari media tersebut dihasilkan oleh penggunanya langsung (*user-generated content*).

2) Ciri – ciri media sosial

Dalam penelitian Kustiawan (2022) media sosial memiliki beberapa ciri – ciri sebagai berikut :

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai orang contohnya Instagram, Tiktok, Facebook.
- 2) Pesan yang disampaikan cukup bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- 3) Pesan yang disampaikan pengguna cenderung lebih cepat di banding dengan media lainnya.
- 4) Penerimaan pesan yang menentukan interaksi.

Dengan demikian media sosial merupakan media dengan isi pesan yang dapat disampaikan dengan bebas, cepat, dan tidak hanya dapat disampaikan pada satu individu namun juga bisa kepada kelompok.

3) Jenis – jenis media sosial

Kaplan dan Haenlein menciptakan klasifikasi untuk macam – macam jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka yang diterbitkan di 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial, yaitu :

- 1) Proyek Kolaborasi (*Collaborative projects*)

Suatu jenis media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses oleh berbagai pengguna secara global. Media sosial ini mengizinkan penggunaanya untuk dapat mengubah, menambah, bahkan menghapus konten-konten yang ada pada media sosial ini. Contohnya adalah wikipedia.

- 2) Blog dan mikroblog (*Blogs and microblogs*)

Blog atau microblog sendiri merupakan sebuah website yang dapat menyampaikan baik itu sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari dari pengguna. Dalam media sosial ini pengguna dapat lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya adalah Twitter.

3) Virtual Sosial World

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dalam dunia virtual. Sama seperti virtual game world yang dapat berinteraksi dengan pengguna lain, namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya second life.

4) Situs jejaring sosial (*Social networking sites*)

Jenis media sosial atau aplikasi ini mengizinkan para penggunanya untuk dapat terhubung satu sama lain dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain di berbagai belahan dunia. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto, video dan lainnya. Contohnya adalah Facebook.

5) Virtual game world

Merupakan sebuah dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3 dimensi, dimana user bisa muncul dalam berbagai bentuk avatar yang diinginkan pengguna serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online.

6) Konten

Para pengguna dari media sosial ini dapat saling membagi konten-konten media, baik seperti video, gambar, dan lain-lain. Contohnya adalah Tiktok, Youtube, Instagram.

Pada intinya, dengan menggunakan sosial media pengguna dapat melakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, hingga saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual ataupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

2.1.2 Tiktok

1) Pengertian Tiktok

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk dapat membuat, membagikan, dan menonton suatu konten dalam bentuk video atau foto yang berisi suatu informasi, hiburan dan lain – lain. Aplikasi Tiktok ini sangat populer di berbagai kalangan usia terutama di usia remaja, dengan jumlah pengguna aktif hingga jutaan orang setiap harinya.

Menurut Aji Wisnu Nugroho (2018) TikTok adalah sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang menarik dan juga unik yang bisa digunakan para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat vidio pendek yang dapat menarik perhatian banyak pengguna lain yang melihatnya. Aplikasi ini merupakan sebuah jaringan sosial dan platform media sosial video musik dari Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016.

Aplikasi ini adalah aplikasi dengan fitur pembuatan video pendek yang disertai musik dengan durasi paling lama 10 menit. Aplikasi ini sangat disukai banyak orang dari kalangan dewasa, anak – anak hingga anak di bawah umur. Dengan berbagai fitur menarik seperti musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya memungkinkan pengguna Tiktok membuat video berdurasi pendek dari 15 detik hingga panjang hingga 10 menit. Aplikasi Tiktok ini banyak digemari oleh berbagai kalangan dari orang-orang biasa hingga *public figure*, namun tidak banyak orang mengetahui asal mula dari kehadiran Tiktok ini.

Meski diluncurkan pada tahun 2016 namun TikTok mulai diperkenalkan di Indonesia pada sekitar tahun 2018. Aplikasi ini pertama kali dikenal dengan nama Musical.ly sebelum akhirnya diakuisisi oleh perusahaan Tiongkok bernama ByteDance di tahun 2017 dan kemudian mengubah namanya menjadi TikTok. TikTok menjadi sangat populer di Indonesia dalam waktu singkat setelah dirilis. Anak muda Indonesia mulai menggunakan aplikasi ini secara aktif untuk berekspresi, berbagi kreativitas, dan terlibat dalam tren. Di platform ini, berbagai konten, termasuk video lucu, tutorial, dan lip-sync dari lagu populer, sering menjadi perhatian.

Namun, meski sekarang terlihat sebagai aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, seperti halnya platform media sosial lainnya, TikTok juga tidak luput dari berbagai kontroversi dan masalah, salah satunya terjadi pada tahun 2018 dimana tiktok pernah diblokir penggunaannya pada 2 Juli 2018. (Dwi Prakoso. 2020).

Selama sebulan, Kemenkominfo telah memantau aplikasi ini dan menemukan banyak laporan keluhan tentangnya sampai 3 Juli. Tercatat 2.853 laporan telah dikirim.

2) Tiktok di Indonesia

Pada awal peluncurannya di Indonesia terdapat respon pro dan kontra dari masyarakat. Banyak orang kurang setuju dengan kehadiran aplikasi tiktok ini bahkan hingga melaporkan langsung kepada kominfo karena isi dari konten tiktok pada saat itu banyak mengandung isi konten yang kurang pantas. Karena tidak adanya regulasi mengenai batasan umur penggunaan tiktok, banyak konten atau isi dari video tiktok yang tidak pantas diterima oleh pengguna dengan kalangan usia yang masih terhitung anak – anak. Salah satu contohnya adalah tarian atau joget yang kurang pantas seperti menunjukkan lekukan atau pakaian yang terbuka.

Banyak orang terutama pengguna di kalangan anak – anak yang menirukan isi konten yang kurang pantas seperti berjoget dengan pakaian terbuka, atau perilaku seperti berkata kasar dan sebagainya. Namun begitu isi konten dari tiktok ini tidak selalu buruk, terdapat banyak konten dengan isi yang mendidik, menghibur hingga memberi informasi sehingga menambah pengetahuan pengguna. Selain itu tiktok juga dapat menjadi media untuk mengasah kreatifitas dengan membuat isi konten yang dapat menarik banyak pengguna untuk menonton.

Banyak konten video yang dapat dibuat dengan mudah di aplikasi media sosial Tiktok ini. Pengguna tidak hanya dapat melihat dan menirukan, namun juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Pengguna dapat menuangkan berbagai

video yang kreatif berdasarkan ide-ide mereka. Pengguna tidak hanya dapat menghasilkan video-video menarik dengan joget, lipsync, dan fitur lainnya, tetapi mereka juga dapat mengikuti tantangan yang dibuat oleh pengguna lain. TikTok adalah salah satu aplikasi yang membuat pengguna terhibur. Banyak pengguna mengatakan bahwa aplikasi ini membuat pengguna terhibur. Pengguna dapat melihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda aplikasi.

Meskipun masih terdapat pro dan kontra pada aplikasi tiktok ini tapi hal tersebut tetap menjadikan tiktok sebagai salah satu aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak. Dengan banyaknya isi konten dan fitur pada aplikasi tiktok ini, membuat setiap pengguna memiliki maksud dan tujuan tertentu dalam penggunaan tiktok ini, seperti untuk hiburan, mencari informasi hingga mencari inspirasi atau ide.

3) Penggunaan Tiktok

Tiktok memiliki jumlah pengguna hingga jutaan setiap harinya, dengan pengguna di usia muda menjadi pengguna terbanyak. Frekuensi penggunaannya pun cukup tinggi terutama di kalangan generasi Z yakni 2 hingga 5 jam sehari. Banyak konten yang sering dikonsumsi oleh pengguna terutama di kalangan usia muda yaitu konten informasi hingga hiburan. Konten informasi seperti tips dan trik, edukasi dan pengetahuan, berita ringan, hingga tutorial. Konten hiburan seperti menyanyi, *acting*, tarian hingga komedi.

Menurut Deriyanto dan Qorib (2018:78) terdapat dua faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial tiktok ini yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor

Internal seperti perasaan, karakteristik dan sikap suatu individu, keinginan atau harapan, prasangka, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor-faktor eksternal seperti informasi yang diperoleh, latar belakang keluarga, pengetahuan dan kebutuhan lingkungan, intensitas, hal-hal yang baru dan familiar atau ketidak asingan objek.

1) Faktor internal

Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti perasaan, yaitu suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang terkait dengan suatu peristiwa dan bersifat subjektif. Perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi pengguna dalam penggunaan aplikasi TikTok. Jika seseorang tidak menyukai atau tidak senang menggunakannya, mereka tidak akan menggunakannya.

Faktor internal adalah faktor yang sangat memengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga disebut sebagai proses belajar tentang penggunaan media sosial secara keseluruhan, termasuk penggunaan aplikasi Tik Tok. Oleh karena itu, penggunaan media sosial seperti aplikasi Tik Tok tidak hanya dapat digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk belajar berinteraksi dengan orang baru dan meningkatkan kreatifitas setiap orang. Sisi negatif lainnya adalah penggunaan aplikasi tik tok ini dapat membuat orang menjadi malas dan lupa pekerjaan yang seharusnya mereka lakukan.

2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tik Tok orang-orang dapat memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu informasi kejadian akan dengan cepat tersampaikan kepada pengguna lainnya. Informasi menjadi salah satu identitas media sosial karena media sosial dapat menjadi salah satu sumber informasi dan pengguna dapat berinteraksi berdasarkan informasi tersebut. Jadi, informasi juga memengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Jika seseorang tidak tahu atau tidak mendapat informasi mengenai suatu hal di tiktok, maka mungkin tidak akan menggunakan tiktok.

Karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi sangat penting dalam penggunaan aplikasi TikTok. Media sosial yang merupakan bagian dari media informasi, dapat menambah wawasan atau pengetahuan seseorang terutama generasi muda di masa sekarang yang sering juga disebut Generasi Z. Dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial Tiktok di kalangan generasi Z, bisa saja membuat pengetahuan dari generasi tersebut bertambah, bahkan hingga akhirnya menimbulkan suatu tindakan atau perubahan perilaku tertentu.

2.1.3 Generasi Z

1) Pengertian Generasi Z

Generasi Z yang juga dapat disebut dengan Gen Z, iGen, Gen Zers, ataupun generasi pasca millennial merupakan sekelompok individu yang mengalami fenomena sosial dan sejarah penting di sekitar waktu yang sama di dalam hidup mereka dan menunjukkan

beberapa karakteristik dan perilaku yang sama (Lyons & Kuron, 2014). Dalam pengertian sosio-kognitif atau sosiologis, generasi adalah kelompok orang yang lahir pada waktu yang sama dan berbagi peristiwa unik yang dihasilkan oleh kondisi yang sama dalam periode waktu yang sama; Generasi Z adalah salah satu contohnya.

Barhate dan Dirani (2022) mendefinisikan Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada tahun 1995-2012. Namun Dalam buku *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation*, dikatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir pada pertengahan tahun 1990an sampai dengan akhir tahun 2000an (Gentina, 2020). Sementara itu Atika dkk. (2020) mendefinisikan generasi Z sebagai generasi kelahiran tahun 1996-2010.

Terlepas dari perbedaan tahun kelahiran, semua tokoh setuju bahwa mereka (Generasi Z) adalah generasi internet atau generasi yang menggunakan *gadget* (gawai) dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z lahir dan tumbuh dalam dunia digital dan teknologi. Mereka juga lahir di zaman di mana teknologi berkembang pesat, yang membuat mereka akrab dengan berbagai media sosial saat ini.

Generasi Z juga merupakan salah satu pengguna media sosial Tiktok tertinggi di dunia. Generasi ini dikenal dengan keterampilan digitalnya yang cukup tinggi, kreativitasnya, hingga hingga kecenderungan untuk menghabiskan banyak waktu dalam mengakses sosial media. Banyak generasi Z menggunakan Tiktok karena selain menawarkan pengalaman yang serba cepat, kreatif, dan interaktif aplikasi ini juga

menawarkan berbagai konten yang sesuai dengan minat dan gaya hidup mereka, seperti mengekspresikan diri, mengikuti tren, dan terhubung dengan pengguna lain.

2) Ciri – ciri Generasi Z

Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki ciri-ciri yang khas. Karakteristik generasi Z di suatu negara juga dapat berbeda dengan karakteristik generasi Z di negara lain. Kyrousi (2022) menyebutkan beberapa ciri khas yang ada pada generasi Z, yaitu:

- 1) Sangat paham mengenai teknologi dan memiliki tujuan yang tinggi.
- 2) Mayoritas generasi z sudah masuk ke dalam dunia kerja atau masih berada di jenjang perguruan tinggi.
- 3) Lebih berani mengambil resiko daripada generasi sebelumnya.
- 4) Kurang mandiri dan cenderung lebih membutuhkan dukungan.
- 5) Memiliki keinginan untuk terhubung secara sosial dengan menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk berkomunikasi secara digital.
- 6) Cenderung kurang dalam keterampilan sosial seperti mendengarkan dan berpartisipasi dalam percakapan dan menangani konflik atau pemecahan masalah.
- 7) Lebih suka bekerja sendiri, berbeda dengan generasi sebelumnya

Gentina (2020) dalam buku *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation* menyebutkan beberapa karakteristik yang khas dari generasi Z. Pertama, generasi Z adalah natives digital, yang berarti produk digital asli yang menguasai

teknologi dan tidak perlu mempelajarinya. Mereka dapat mengusulkan cara baru untuk bagaimana menggunakan teknologi secara efektif. Kedua, Generasi Z adalah generasi yang memiliki sebutan *multiple identity*, yang berarti mereka menghabiskan sebagian besar waktu mereka di internet, tetapi mereka juga memperluas kegiatan sosialnya secara offline. Ketiga, generasi z merupakan *worried generation* karena mereka banyak terpapar ujaran kebencian di media sosial. Keempat, generasi z adalah generasi yang kreatif dan melihat ke masa depan. Mereka juga dapat bekerja sama dan berbagi informasi, terutama melalui media sosial.

Secara umum karakteristik generasi Z di Indonesia tidak berbeda jauh dengan karakteristik generasi Z secara umum. Pertama, Generasi Z di Indonesia tidak banyak membaca media cetak, seperti abloid dan surat kabar. Sumber informasi utama mereka adalah televisi, radio dan internet. Kedua, karena kendala bahasa, Generasi Z di Indonesia tidak benar-benar berinteraksi dengan orang di seluruh dunia saat menggunakan media sosial. Ketiga, terdapat beberapa sumber kebahagiaan generasi z dan keluarga adalah sumber utama kebahagiaan Generasi Z atau generasi muda di Indonesia. Keempat, Generasi Z di Indonesia dapat berpotensi mengalami *loss history* terhadap kebudayaan dan nilai-nilai bangsa.

Berbeda dengan generasi sebelum – sebelumnya dimana informasi masih sulit dan lambat untuk didapatkan, generasi z cenderung lebih mudah mendapatkan informasi. Dengan adanya internet dan sosial media menjadikan generasi z dapat dengan mudah mendapat informasi secara luas dan juga cepat. Seperti telah disebutkan di atas dimana

sumber informasi dari generasi z salah satunya adalah internet. Dengan kemudahan dalam mengakses internet berarti juga memudahkan penggunanya dalam mengakses suatu informasi seperti informasi pada media sosial. Media sosial dapat menjadi suatu sumber informasi yang selain mudah diakses namun juga mempunyai caranya tersendiri dalam menyampaikan suatu informasi. Tidak jarang informasi yang diberikan dibungkus dengan konten yang menarik generasi z sehingga informasi dapat dengan mudah diterima dan mereka dapat dengan mudah pula mendapatkan suatu pengetahuan baru.

2.1.4 Pengetahuan

1) Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata ‘tahu’ yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti mengerti sesudah melihat (menyaksikan, mengalami, dan sebagainya), mengenal dan mengerti. nra (2011) mengartikan pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia, dan yang akan berkembang seiring dengan proses pengalaman. Sedangkan menurut Bloom, pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan hal ini terjadi sesudah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan dapat terjadi melalui panca indera manusia, seperti indera pengelihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan juga raba. Namun sebagian besar pengetahuan manusia berasal dari didapatkan melalui mata dan telinga. Dari pengalaman penelitian tertulis

bahwa suatu perilaku yang didasari oleh pengetahuan cenderung akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan (Suwanti dan Aprilin, 2017).

Pengetahuan merupakan hasil dari keingin tahuan manusia untuk mengetahui apa saja dengan alat dan metode tertentu. Pengetahuan juga memiliki berbagai macam jenis dan sifat. Ada yang langsung dan tidak langsung, yang bersifat tidak tetap (berubah – ubah), subjektif, khusus, dan ada juga yang bersifat tetap, objektif, dan umum. Jenis dan karakteristik pengetahuan tergantung pada sumbernya, serta metode dan sumber daya yang digunakan untuk memperolehnya. Pengetahuan juga memiliki jenis pengetahuan yang benar dan juga salah, namun tentu saja pengetahuan yang dikehendaki adalah pengetahuan yang benar (Suwanti dan Aprilin, 2017).

Pengetahuan berhubungan erat dengan pendidikan. Dengan harapan bahwa dengan suatu pendidikan yang tinggi maka seseorang tersebut memiliki pengetahuan yang semakin luas juga. Namun bukan berarti orang dengan pendidikan rendah juga berpengetahuan rendah. Pengetahuan seseorang tentang suatu objek memiliki dua aspek, yaitu aspek positif dan negatif; semakin banyak pengetahuan tentang aspek positif dalam objek tersebut, semakin kuat sikap positif seseorang terhadap objek tersebut.

Pengetahuan merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menuturkan hasil pengalaman seseorang tentang sesuatu. Subjek (S) yang mengetahui dan sesuatu yang diketahui atau objek (O) pengetahuan adalah dua komponen utama dalam tindakan mengetahui. Keduanya secara fenomenologis tidak mungkin bisa dipisahkan satu dari

yang lain. Dengan begitu pengetahuan dapat kita artikan sebagai hasil tahu manusia tentang sesuatu atau perbuatan manusia untuk memahami objek yang sedang dihadapi (Kebung. 2011).

Seseorang membenarkan (*justifies*) kepercayaan mereka berdasarkan apa yang mereka lihat tentang dunia. Oleh karena itu, ketika seseorang menciptakan pengetahuan, mereka menggunakan kepercayaan mereka untuk memahami suatu situasi baru. Dengan definisi tersebut, pengetahuan merupakan suatu konstruksi dari kenyataan dibandingkan dengan sesuatu yang benar secara abstrak. Penciptaan pengetahuan tidak hanya merupakan kompilasi dari berbagai fakta – fakta, namun merupakan sebuah proses yang unik pada manusia yang sulit disederhanakan atau ditiru. Penciptaan pengetahuan melibatkan perasaan dan sistem kepercayaan (*belief system*) dimana perasaan atau sistem kepercayaan itu bisa tidak disadari (Fatim dan Suwanti, 2017).

2) Jenis – Jenis Pengetahuan

Pengetahuan itu sendiri memiliki berbagai ragam jenis (Kebung. 2011). Berdasarkan jenis pengetahuan itu sendiri, pengetahuan dapat diklasifikasikan menjadi :

1) Berdasarkan objek (*Object-based*)

Pengetahuan manusia dapat diklasifikasikan dalam berbagai macam sesuai dengan pendekatan dan metode yang akan digunakan.

1) Pengetahuan Ilmiah

Semua hasil pemahaman manusia dihasilkan melalui metode ilmiah. Dalam metodologi ilmiah, kita dapat menemukan berbagai kriteria dan sistematika yang diperlukan untuk mendapatkan pengetahuan.

2) Pengetahuan Non-Ilmiah

Pengetahuan yang diperoleh melalui metode yang tidak termasuk dalam kategori ilmiah. Secara singkat, pengetahuan non-ilmiah mencakup semua pemahaman manusia tentang sesuatu atau objek tertentu dalam kehidupan sehari-hari, terutama apa yang dapat diterima oleh panca indera kita. Selain itu, sering terjadi kombinasi hasil pencerapan inderawi dengan hasil pemikiran akal, serta persepsi atau intuisi tentang kekuatan gaib. Ini adalah alasan mengapa kita membagi pengetahuan inderawi (yang berasal dari panca indera manusia) dan pengetahuan akal (Kebung, 2011)

2) Berdasarkan isi (*Content-based*)

Berdasarkan isi atau pesan kita dapat membedakan pengetahuan atas beberapa macam yakni tahu bahwa, tahu bagaimana, tahu akan dan tahu mengapa.

1) Tahu bahwa

Misalnya, orang yang memiliki pengetahuan tentang informasi tertentu tahu bahwa sesuatu telah terjadi. Kita menyadari bahwa fakta 1 dan 2 adalah benar. Walaupun tidak mendalam, pengetahuan ini didasarkan pada data akurat. Ini dikenal sebagai pengetahuan teoritis-ilmiah.

2) Tahu bagaimana

Misalnya bagaimana melakukan sesuatu (*know-how*). Ini berkaitan dengan keterampilan atau keahlian dalam membuat sesuatu. Sering juga disebut sebagai pengetahuan praktis, sesuatu yang membutuhkan tindakan, penerapan, dan pemecahan.

3) Tahu Akan

Pengetahuan ini bersifat langsung melalui penganalan pribadi. Pengenalan pribadi secara langsung terhadap suatu obyek membuat pengetahuan ini bersifat sangat spesifik.

4) Tahu Mengapa

Pengetahuan ini didasarkan pada refleksi, abstraksi dan penjelasan. Tahu mengapa berkaitan dengan penjelasan, maka dari itu tahu mengapa ini jauh lebih mendalam dari pada tahu bahwa. Subjek mencari informasi lebih dalam dengan berjalan lebih jauh dan kritis dan meneliti semua peristiwa yang berkaitan satu sama lain.

3) Sumber Pengetahuan

Sumber dari suatu pengetahuan dapat diperoleh melalui proses kognitif, di mana seseorang harus mengenal atau memahami ilmu pengetahuan terlebih dahulu sebelum dapat mempelajarinya. Kebung (2011) mengatakan bahwa terdapat enam hal penting sebagai alat untuk mengetahui terjadinya suatu pengetahuan. Enam hal tersebut antara lain :

1) Pengalaman inderawi

Dianggap sebagai metode paling penting untuk memperoleh pengetahuan adalah pengalaman inderawi. Indera kitalah yang memungkinkan kita berhubungan dengan berbagai macam objek di luar kita. Kesalahan dapat terjadi jika ada ketidakselarasan dalam semua peralatan inderawi.

2) Penalaran (*Reasoning*)

Penalaran merupakan suatu proses berpikir untuk mendapatkan suatu kesimpulan atau membuat suatu pernyataan baru berdasarkan pada beberapa pernyataan yang diketahui benar ataupun yang dianggap benar yang disebut premis. Penalaran merupakan karya dari akal yang menggabungkan dua pemikiran atau lebih untuk memperoleh suatu pengetahuan baru. Jika ada dua pendapat yang bertentangan satu sama lain, tidak mungkin keduanya benar atau salah. Hanya satu dari keduanya yang benar, dan tidak ada pendapat atau kemungkinan ketiga.

3) Otoritas

Otoritas adalah kekuasaan yang sah yang dimiliki seseorang dan diakui oleh kelompoknya. Ia dianggap sebagai salah satu sumber pengetahuan karena kelompoknya dapat memperoleh pengetahuan melalui orang yang memiliki otoritas atas pengetahuan tersebut.

4) Intuisi

Intuisi merupakan kemampuan yang ada dalam diri manusia (proses kejiwaan) untuk menangkap sesuatu atau membuat pernyataan berupa pengetahuan. Karena tidak ada pengetahuan sebelumnya, pengetahuan intuitif tidak dapat dibuktikan seketika atau melalui kenyataan. Pengetahuan ini tidak dapat diperoleh secara langsung, tetapi tergantung pada banyak aspek lainnya. Pengetahuan Intuitif (*Intuitive Knowledge*) diperoleh manusia dari dalam dirinya sendiri, pada saat dia menghayati sesuatu.

5) Wahyu

Wahyu adalah suatu pengetahuan yang diperoleh dari ilahi melalui para nabi dan utusan-Nya demi kepentingan umat-Nya. Dasar dari pengetahuan ini adalah kepercayaan akan sesuatu yang disampaikan oleh sumber dari wahyu itu sendiri, dan dari kepercayaan ini munculah apa yang disebut keyakinan. Pengetahuan wahyu bersifat eksternal, yang berarti pengetahuan tersebut berasal dari luar manusia. Pengetahuan wahyu lebih banyak menekankan pada aspek kepercayaan.

6) Keyakinan

Kepercayaan menghasilkan apa yang disebut juga sebagai iman atau keyakinan. Keyakinan itu didasarkan pada ajaran agama yang diungkapkan melalui norma dan aturan agama. Kepercayaan secara umum bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan konteks, padahal keyakinan pada umumnya bersifat statis.

Dengan berbagai sumber yang bisa didapatkan, pengetahuan yang paling umum didapatkan melalui pengetahuan non-ilmiah dimana pengetahuan ini secara singkat merupakan pengetahuan yang mencakup semua pemahaman manusia tentang sesuatu atau objek tertentu dalam kehidupan sehari-hari, terutama apa yang dapat diterima oleh panca indera kita. Tiktok merupakan salah satu media informasi yang berisikan berbagai pengetahuan yang dapat dengan mudah diakses sehari – harinya, dan Generasi Z menggunakan aplikasi tersebut hampir setiap harinya.

Tingkat pengetahuan generasi Z mengenai topik – topik tertentu dapat bertumbuh seiring dengan banyaknya konten yang dikonsumsi di Tiktok. Dapat dilihat dari bagaimana seseorang mendapat suatu informasi dari Tiktok dan menjadi bahan obrolan sehari – hari. Seperti saat seseorang memberikan informasi dan saat ditanya mengenai sumbernya orang itu akan menjawab dengan mendapat informasi tersebut melalui Tiktok. Selain itu dengan pengetahuan yang didapat juga dapat mempengaruhi perilaku, seperti saat mendapat informasi mengenai mudahnya pola hidup sehat, seseorang akan mencontoh informasi tersebut sehingga akhirnya mempunyai perilaku pola hidup sehat.

2.1.5 Perilaku

1) Pengertian Perilaku

Perilaku merupakan perwujudan sebagai pernyataan dari respon atau reaksi seseorang terhadap perangsang untuk menjadi lingkungan sosial tertentu (Koyimah et

al., 2018). Menurut Muhtadi (2006) perilaku tidak hanya sekedar psikomotor tetapi juga merupakan penampilan atau *performance* kecakapan. Kecakapan di sini berkaitan dengan aspek - aspek ketepatan, kecepatan, dan reaksi atau stabilitas suatu respon terhadap suatu stimulasi atau rangsangan lingkungan.

Perilaku manusia bisa dilihat dua sudut pandang, yaitu perilaku dasar (umum) sebagai makhluk hidup dan perilaku sebagai makhluk sosial. Perilaku dalam arti umum, mempunyai pengertian yang berbeda dengan perilaku makhluk sosial. Perilaku makhluk sosial adalah perilaku khusus atau spesifik yang diarahkan kepada orang lain (Kuswana 2014). Perilaku manusia sebagian besar ialah berupa perilaku yang dibentuk dan perilaku yang dipelajari. Menurut Walgito (2010) dalam membentuk suatu perilaku dapat dibagi menjadi 3 cara yaitu :

- 1) Cara pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan. Dengan membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, perilaku atau kebiasaan akhirnya akan muncul.
- 2) pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*)
- 3) pembentukan perilaku dengan menggunakan model.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi suatu perilaku. Menurut Febriyani (2013) faktor internal juga dapat mempengaruhi perilaku, seperti jenis kelamin, yaitu perbedaan biologis antara siswa perempuan dan siswa laki-laki; siswa perempuan lebih menggunakan perasaan, yang berdampak pada keterampilan mereka seperti dalam menyikat gigi; ras atau keturunan; sifat fisik; kepribadian; dan bakat.

Selain itu juga terdapat tiga faktor lainnya yang memengaruhi faktor perilaku. Mereka adalah faktor predisposisi (*predisposing factors*) yang mencakup umur, pekerjaan, pendidikan, pengetahuan, dan sikap; faktor pemungkin atau faktor pendukung (*enabling factors*) yang berasal dari lingkungan fisik seperti fasilitas kesehatan; dan faktor penguat (*Reinforcing factors*) yang berasal dari dukungan yang diberikan oleh keluarga atau tokoh masyarakat (Notoatmodjo. 2014).

Perubahan perilaku pada beberapa generasi Z dapat diamati dan dilihat setelah mengonsumsi konten Tiktok. Meski tidak semua pengguna terdampak namun di beberapa kasus, perilaku pengguna terlihat terdampak oleh konten Tiktok seperti tindakan yang diambil sebagai respons terhadap konten yang dilihat hingga peniruan akan model yang ada di konten tersebut. Contohnya banyak generasi z pengguna tiktok yang pada akhirnya menjadi sering berolah raga karena sering melihat isi konten tiktok yang membahas mengenai hidup sehat dan pentingnya berolah raga. Selain itu terdapat beberapa pengguna yang sering berpakaian cukup terbuka dimana hal tersebut dikarenakan menirukan model yang sering ia lihat pada konten di tiktok

2.2 Kerangka Pemikiran

