

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori S-O-R

Teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus Organism Respons* dimana teori ini pertama kali dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Teori ini mengasumsikan bahwa media massa dapat memberikan dampak yang terarah, segera dan langsung kepada khalayak. Pada teori ini khalayak merupakan komunikan dan komunikasi pada teori ini merupakan proses aksi reaksi yang berarti teori ini mengemukakan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal dan simbol-simbol tertentu akan merangsang komunikannya untuk bereaksi dan memberikan respon dengan cara tertentu.

Menurut efendy dalam (Rahmat & Abidin, 2021) titik penekanan dalam teori S-O-R lebih menekankan terhadap pesan yang disampaikan dapat dengan cepat diterima oleh komunikan, kemudian terjadi perubahan perilaku atau sikap dari komunikan tersebut dimana perubahan perilaku atau sikap tersebut merupakan efek dari pesan yang disampaikan. Maka dari itu unsur-unsur terpenting yang ada didalam teori S-O-R yaitu:

1. Pesan (*Stimulus*)

Pesan atau *stimulus* yang diberikan kepada *organism* dapat diterima atau ditolak oleh komunikan. Apabila *stimulus* tersebut ditolak oleh komunikan

maka *stimulus* tersebut diartikan tidak efektif untuk mempengaruhi komunikannya begitu pula sebaliknya apabila *stimulus* diterima oleh komunikan maka *stimulus* tersebut diartikan efektif untuk mempengaruhi komunikannya.

2. Komunikan (*Organism*)

Setelah *stimulus* diterima oleh komunikan (*organism*) selanjutnya komunikan akan memproses *stimulus* yang mereka terima sehingga terjadilah kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang mereka terima atau dengan kata lain mengambil sikap.

3. Efek (*Response*)

Berikutnya komunikan akan memberikan perhatian, pengertian serta penerimaan terhadap pesan dan dari hal tersebut terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori S-O-R ini pada dasarnya berasal dari ilmu psikologi yang kemudian digunakan juga dalam ilmu komunikasi dengan alasan kedua objek dari ilmu psikologi dan ilmu komunikasi sama yaitu manusia yang mana manusia memiliki komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Teori ini mendasari asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan sikap dan perilaku bergantung kepada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang disampaikan dengan artian bahwa kualitas dari sumber komunikasi (*source*) sangat menentukan keberhasilan perubahan sikap dan perilaku. Teori S-O-R merupakan proses komunikasi yang menimbulkan reaksi atau efek khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi atau efek komunikan.

2.1.2 New Media

New media atau media baru merupakan istilah dari media yang berkembang ditengah masyarakat dengan menggunakan teknologi dan internet untuk mengaksesnya seperti: *website*, *blogger*, dan sejenisnya. Media baru ini muncul pada akhir abad 20-an yang digunakan sebagai penyebutan nama baru untuk menggabungkan media-media konvensional dengan internet. Mark Porter dalam bukunya "*The Second Media Age*" menyebut bahwa dengan munculnya media baru, teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya, akan mengubah era baru masyarakat. Media baru merupakan media yang lebih interaktif yang menimbulkan pemahaman baru mengenai komunikasi personal karena dalam media baru bisa menciptakan komunikasi dua arah berebeda dengan media lama yang hanya bisa menciptakan komunikasi satu arah. Selain itu dalam menyebarkan informasi pada media baru lebih mudah dan cepat dibanding media lama.

Dalam media baru khalayak tidak hanya ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan melainkan khalayak menjadi lebih interaktif terhadap pesan yang disampaikan. John Vivian menyatakan bahwa keberadaan media baru dapat melampaui pola penyebaran media lama atau tradisional karena sifat internet yang dapat berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas internet serta dapat dilakukan secara *real time*. Era media baru ditandai juga dengan adanya konvergensi media, konvergensi media dapat diartikan sebagai integrasi dari tiga aspek yaitu; telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa (Putri et al., 2020)

Walaupun media baru dapat menciptakan interkasi antar pengguna namun media baru tidak sama layaknya interkasi bertatap muka, media baru hanya dapat memberikan bentuk komunikasi yang memungkinkan seseorang berhubungan personal dengan cara yang tidak dapat dilakukan pada media sebelumnya. Media ini menciptakan interaksi baru melalui simulasi komputer dan interaksi yang dimediasi komputer antara individu tingkat tinggi. media baru sebagai media berbasis web yang bisa digunakan secara individu ataupun publik. Mirip dengan uraian sebelumnya, McQuail (2011) menjelaskan karakteristik media baru yang mencakup penggunaan akses dan komunikasi yang saling berhubungan dan peran terbuka seperti khalayak individu sebagai penerima dan pencetus informasi. Media baru tercipta atas gabungan dari media lama seperti radio, film, televisi dan lainnya. McQuail membagikan beberapa karakteristik yang membedakan antara media baru dan media lama, berikut karakteristik tersebut;

1. *Interactivity*, terlihat dalam kaitannya dengan inisiatif dan reaksi pengguna terhadap konten yang dibuat oleh pesan atau pengirim.
2. *Social Presence*, pengguna dapat menciptakan hubungan pribadi dengan orang lain melalui sebuah media.
3. *Autonomy*, pengguna merasa memiliki kendali atas konten dan penggunaan. konten dan tidak bergantung pada sumbernya.
4. *Playfulness*, digunakan sebagai hiburan dan kesenangan.
5. *Privacy*, menyangkut penggunaan media tertentu atau konten yang dipilih.
6. *Personalization*, setiap orang berbeda-beda dan mereka berhak memilih konten apa yang mereka gunakan dan inginkan.

2.1.3 Media Sosial

Media sosial meruakan salah satu jenis media baru atau dapat juga disebut sebagai media konvergensi. Media sosial adalah media di Internet yang menawarkan kesempatan kepada penggunanya untuk merepresentasikan dirinya, berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi, berinteraksi dengan pengguna lain serta menciptakan ikatan sosial secara virtual. Media sosial adalah media digital dimana tempat realitas sosial terjadi dan ruang waktu penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada dalam masyarakat maupun komunitas juga timbul namun bisa dalam bentuk yang sama ataupun berbeda di internet. Pada dasarnya beberapa ahli telah mempelajari internet dan menemukan bahwa media sosial di internet mencerminkan apa yang terjadi di dunia nyata seperti pembajakan.

Banyak literatur penelitian yang mendefinisikan media sosial, berikut adalah definisi media sosial menurut beberapa literatur penelitian (Nasrullah, 2017):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial merupakan media yang menampung kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Byod (2009), media sosial merupakan kumpulan dari perangkat lunak yang dapat membuat induvidu maupun komunitas untuk bisa berkumpul, berbagi, berkomunikasi serta saling berkolaborasi. Media sosial memiliki kelebihan pada *user generated content* (UGC) dimana konten pada media sosial berbeda dengan media massa karena konten pada media sosial dihasilkan oleh pengguna sedangkan konten media massa dihasilkan editor.

3. Menurut Meike dan Young (2012), media sosial merupakan konvergensi antara media komunikasi personal yang dimana pengguna dapat saling berbagi diantara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Sedangkan menurut peneliti, media sosial adalah media yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk saling berbagi informasi tanpa mengenal waktu dan tempat dengan menggunakan konten-konten yang mereka inginkan, konten tersebut bisa berupa foto, audio, video, tulisan dan lainnya.

2.1.3.1 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik tertentu yang tidak dimiliki oleh jenis media lainnya. Ada beberapa batasan dan karakteristik yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik dari media sosial (Nasrullah, 2016):

1. Jaringan

Dalam penggunaan media sosial diperlukan jaringan atau internet untuk mengaksesnya, selain itu media sosial digunakan untuk membentuk jaringan diantara satu pengguna ke pengguna lainnya sehingga media sosial menjadi media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi dalam media sosial merupakan hal yang penting karena di dalam media sosial terdapat aktifitas atau kegiatan untuk memproduksi konten dan dapat saling berinteraksi yang berdasarkan informasi.

3. Arsip

Arsip merupakan fitur yang menyimpan informasi dan konten pengguna sehingga pengguna dapat melihat dan mengakses konten tersebut kapanpun serta melalui perangkat apapun

4. Interaksi

Terbentuknya jaringan antar pengguna pada media sosial dapat memperluas hubungan pertemanan mereka dengan cara saling ikut mengikuti sesama pengguna selain itu mereka juga dapat saling memberikan komentar dan melakukan percakapan seperti melalui *direct message*.

5. Simulasi sosial

Media sosial dicirikan sebagai sarana kesinambungan sosial di dunia maya. Media sosial memiliki etika dan peraturan untuk penggunaannya. Interaksi yang terjadi di media sosial menggambarkan realita namun interaksi yang terjadi dalam simulasi terkadang berbeda dari realitasnya.

6. Konten bagi pengguna

Konten di dalam media sosial berasal dari pengguna atau pemilik akun yang mereka produksi sendiri sehingga di dalam media sosial pengguna dapat membuat konten mereka sendiri serta dapat mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. Penyebaran

Agar konten dapat dinikmati dan dikonsumsi pengguna lain maka konten harus disebar dan dikembangkan oleh penggunanya.

2.1.3.2 Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan media berbasis *online* yang memiliki banyak pengguna diberbagai negara dimana media sosial pada umumnya dimanfaatkan untuk melakukan interaksi dengan sesama pengguna tanpa mengenal jarak dan waktu. Selain digunakan sebagai sarana interaksi media sosial juga digunakan untuk saling berbagi dan berkolaborasi serta masih banyak lagi fungsi-fungsi dari media sosial, berikut fungsi-fungsi lain dari media sosial (Puspitasari, 2018):

1. Sebagai sarana mencari berita, informasi dan pengetahuan

Di dalam media sosial terdapat jutaan berita, informasi serta pengetahuan bahkan kabar terkini yang mana penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampai ke masyarakat dibanding media lainnya seperti surat kabar dan televisi.

2. Sebagai sarana hiburan

Media sosial tidak hanya menampilkan konten-konten yang berisi informasi, berita dan sebagainya namun juga di dalam media sosial terdapat banyak hiburan seperti konten-konten kreatif seperti tutorial, *cover* lagu, *dance*, video-video lucu dan lainnya yang mana hal tersebut dapat dikonsumsi oleh pengguna untuk menghibur diri nya dari kejenuhan atau hal lainnya.

3. Komunikasi *online*

Karena kemudahan mengakses media sosial maka media sosial digunakan untuk berkomunikasi secara online oleh para pengguna nya,

berkomunikasi dalam media sosial dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan *direct message*, membagikan status dan lainnya.

4. Menggerakkan masyarakat

Banyaknya isu dan permasalahan yang terjadi pada masyarakat dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, budaya dan ras membuat banyak reaksi dan tanggapan dari masyarakat. Salah satu upaya untuk menanggapi masalah-masalah tersebut adalah dengan memberikan komentar berupa kritikan, saran hingga pembelaan melalui media sosial.

5. Sarana berbagi

Karena kemudahan mengakses media sosial maka media sosial banyak digunakan sebagai sarana berbagi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan memberikan informasi tersebut diharapkan banyak pihak yang mengetahui akan informasi tersebut baik dalam skala nasional maupun internasional.

Karena kemudahan dalam mengakses media sosial, kini media sosial pun banyak dijadikan sebagai alat untuk para usahawan berbisnis karena banyaknya jumlah orang yang menggunakan media sosial setiap hari sehingga hal itu menjadi potensi para usahawan untuk menjual dan mempromosikan usahanya.

2.1.3.3 Jenis Media Sosial

Menurut Danis (2011) terdapat beberapa macam jenis media sosial, diantaranya yaitu sebagai berikut (Dahlia, 2021):

1. *Bookmarking*, merupakan *platform* untuk membagikan link dan tag yang diminati. Hal tersebut bertujuan agar setiap pengguna dapat menikmati apa yang mereka sukai.
2. *Wiki*, sebuah situs yang memfokuskan pada suatu informasi seperti *knowledge sharing*, *wikitravel* dan sebagainya
3. *Flickr*, merupakan situs yang dikhususkan untuk berbagi dan mengelola foto yang biasanya digunakan oleh fotografi dimana foto tersebut dapat dilihat oleh publik di seluruh dunia.
4. *Creating Opinion*, merupakan media dimana penggunanya dapat berbagi opini dengan orang lain diberbagai penjuru dunia, pengguna dapat menulis opini dalam bentuk jurnal serta juga dapat memberikan opini lain dalam bentuk komentar.
5. Jejaring Sosial, suatu *platform* dimana penggunanya dapat saling terhubung dengan pengguna lain dan dapat berinteraksi secara *online* serta dapat saling berbagi konten, berikut beberapa *platform* atau aplikasi dari jejaring sosial: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, TikTok dan lain sebagainya.

Namun di era sekarang ini media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati ialah jejaring sosial, karena jejaring sosial tidak hanya befokus kepada konten khusus dan juga karena banyaknya fitur pada jejaring sosial yang membuat khalayak tertarik untuk menggunakan jejaring sosial seperti jejaring sosial TikTok yang saat ini sedang trend dan memiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2023 menurut laporan dari *We Are Social* (Anur, 2023).

2.1.3.4 Dampak Media Sosial

Dengan hadirnya media sosial memberikan kemudahan dan manfaat yang baik untuk masyarakat sehingga media sosial dapat berdampak positif namun apabila media sosial itu disalahgunakan maka media sosial itu akan berdampak negatif bagi penggunanya. berikut adalah dampak negatif dan positif media sosial yang umum terjadi (Romadhona, 2022):

A. Dampak Positif

1. Memudahkan Dalam Berkomunikasi

Dengan tersedianya fitur mengirim pesan, telepon, hingga *video call* dalam media sosial memudahkan pengguna untuk saling berkomunikasi dengan pengguna lain, selain itu karena biaya yang lebih murah membuat masyarakat lebih senang berkomunikasi melalui media sosial.

2. Memudahkan Pencarian Informasi

Dalam media lama pencarian informasi cenderung lama serta terbatas namun dengan munculnya sosial media khalayak bisa mencari informasi dengan cepat karena penyebaran informasi biasanya tidak melalui proses yang lama seperti *editing* dan sebagainya layaknya media lama.

3. Sarana Untuk Berbisnis

Karena banyaknya jumlah pengguna sosial media menjadikan peluang untuk para usahawan memperkenalkan dan menawarkan produk mereka ke sosial media, bahkan saat ini media sosial juga sudah memberikan fitur khusus untuk berbisnis.

4. Sarana Hiburan

Jenuhnya aktivitas yang terjadi sehari-hari membuat masyarakat butuh sedikit hiburan sehingga banyak masyarakat yang menjadikan media sosial menjadi sarana hiburan dikala bosan, masyarakat bisa menikmati konten-konten yang tersedia di sosial media dan mereka pun juga dapat membuat konten untuk menghibur diri mereka dan orang lain.

5. Sarana Pembelajaran

Melalui media sosial banyak pelajar dan mahasiswa mulai berkreasi dan aktif dalam membuat konten-konten yang menarik, hal tersebut menjadikan mereka menjadi lebih kreatif dan inovatif.

B. Dampak Negatif

1. Mengganggu Kesehatan Mental

Penelitian yang dilakukan oleh Sujarwoto, Gindo Tampubolon dan Adi Cilik Pierewan menemukan bahwa penggunaan media sosial membawa efek buruk terhadap kesehatan mental khususnya terhadap negara-negara berkembang seperti Indonesia. Salah satu hal yang menyebabkan media sosial berpengaruh terhadap kesehatan mental adalah karena biasanya pengguna media sosial khususnya remaja meminimalisir interaksi mereka secara nyata sehingga menyebabkan mereka merasa kesepian dan sebagainya.

2. Kecemburuan Sosial

Para peneliti mengatakan bahwasanya apabila terjadi tingkat ketimpangan yang tinggi maka akan menimbulkan kebencian

kecemburuan sosial, biasanya orang yang melihat kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial akan menilai mereka dengan hal-hal yang negatif.

3. Harga Diri dan Pencari Perhatian

Karena kurangnya interaksi di dunia nyata membuat beberapa orang merasa kesepian dan terkadang depresi, sehingga mereka melakukan berbagai cara agar mereka mendapat perhatian orang lain, namun terkadang cara yang mereka lakukan untuk mendapat perhatian salah. Unggahan-unggahan yang ada di media sosial juga membuat sebagian orang suka membandingkan diri mereka dengan orang lain, selain itu munculnya fitur-fitur baru seperti filter wajah di media sosial membuat sebagian orang merasa rendah diri.

4. Pornografi

Banyaknya konten-konten yang ada di media sosial tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat konten-konten negatif salah satunya pornografi, mudahnya mengakses media sosial berarti mudah pula untuk orang-orang mengakses video pornografi yang tersebar di media sosial, hal tersebut merupakan hal yang berbahaya khususnya terhadap remaja karena akan menyebabkan kecanduan dan hal negatif lainnya.

5. Persebaran Informasi Palsu

Mudahnya penyebaran informasi di media sosial membuat segala informasi dapat *diposting* dengan cepat tanpa harus tau kebenaran dan faktanya yang nantinya akan menimbulkan kerusuhan dan sebagainya.

2.1.4 TikTok

TikTok adalah aplikasi yang digunakan untuk membuat video berdurasi pendek dimana dalam aplikasi tersebut disediakan pengeditan, efek, filter dan lainnya yang bertujuan untuk membuat video yang menarik. TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang tengah populer saat ini, bahkan *Appptopia* yang merupakan perusahaan analisis aplikasi mengumumkan bahwa TikTok menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi dengan unduhan terbanyak pada tahun 2022 dengan unduhan sebanyak 672 juta kali.

TikTok dirilis oleh perusahaan ByteDance di China, perusahaan yang berdiri pada tahun 2012 ini pada awalnya merilis aplikasi bernama Douyin di tahun 2016 yang mana aplikasi ini hanya bisa digunakan di negara asalnya yaitu China. Namun karena kesuksesannya, pada tahun 2017 Douyin pun mulai bergabung dengan Musical.ly yang merupakan aplikasi serupa yang sudah dulu populer dibanding Douyin. Penggabungan antara Douyin dan Musical.ly adalah untuk mengekspansi ke seluruh negara sehingga aplikasi ini bisa diunduh diberbagai negara dan untuk memudahkan pelafalan serta cepat untuk diingat mereka pun merubah nama aplikasinya menjadi TikTok sehingga dapat dikatakan bahwasanya TikTok adalah Douyin versi internasional.

TikTok pun mengalami perkembangan pesat di berbagai negara salah satunya Indonesia, namun pada Juli 2018 TikTok diblokir sementara oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika dengan alasan bahwa TikTok memproduksi konten yang memberikan dampak negatif terutama terhadap anak di bawah umur.

Kesuksesan TikTok di Indonesia mulai terlihat pada tahun 2020 dimana pada saat itu sedang terjadi pandemi Covid 19 yang mana pemerintah melarang masyarakat untuk beraktifitas di luar rumah sehingga membuat masyarakat bosan dan mencari hiburan melalui ponsel. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pesatnya perkembangan TikTok, diantaranya sebagai berikut (Tionardus, 2022):

1. Mudah Digunakan

Tidak seperti Youtube, di TikTok pengguna dapat membuat serta mengedit video langsung dari aplikasi tersebut, selain itu pengguna juga dapat dengan bebas menggunakan lagu apapun tanpa takut terkena *copyright*. Penggunaannya pun tidak sulit hanya dengan men *scroll* pengguna dapat melihat berbagai macam video.

2. *Dance Challenge*

Pengguna TikTok didominasi oleh para remaja, di TikTok banyak sekali konten *dance challenge* sehingga membuat para remaja mengikuti konten *dance challenge* tersebut bahkan beberapa dari mereka juga membuat koreografi sendiri yang disatukan dengan lagu-lagu viral.

3. FYP

For Your Page (FYP) merupakan fitur kekuatan TikTok karena FYP merupakan tampilan utama di TikTok dimana berisi konten-konten yang tengah viral dan populer dari segala bidang, sehingga tanpa pengikut dan teman pun pengguna Tiktok tidak akan kesepian. Rekomendasi konten yang muncul pada FYP juga didasari oleh konten-konten yang pengguna sukai, bagikan atau ikuti.

4. Algoritma

Algoritma TikTok merupakan sistem yang dirancang untuk menampilkan konten kepada pengguna berdasarkan ketertarikannya, sehingga FYP yang ada pada TikTok seseorang tidak akan sama dengan FYP orang lain yang memiliki ketertarikan yang berbeda.

5. Otentik

Konten otentik merupakan konten asli yang dibuat oleh kreator konten tersebut. Di TikTok konten otentik akan menjadi ciri khas dari kreator tersebut dan apabila banyak yang menyukai konten itu kemungkinan konten tersebut akan viral dan sang kreator akan terkenal dan menjadi seleb TikTok atau *tiktokers*.

Banyak sekali fitur-fitur yang tersedia di Tiktok namun ada 5 fitur dasar yang terdapat di TikTok, yaitu sebagai berikut:

1. *Home*, merupakan tampilan utama saat pengguna membuka TikTok dimana pada tampilan ini akan menampilkan video-video FYP, video-video dari teman dan *following* serta *live streaming*.
2. *Shop*, merupakan fitur terbaru TikTok dimana pengguna juga dapat berbelanja di TikTok layaknya *e-commerce*.
3. *Upload*, adalah tombol untuk membuat dan memposting video di TikTok.
4. *Inbox*, merupakan fitur dimana pengguna dapat melihat notifikasi serta pesan yang masuk pada akun pengguna
5. *Profile*, merupakan tampilan profil pengguna dimana konten atau video yang pengguna buat akan di tampilkan pada bagian profil.

2.1.5 Konten

Konten adalah sebuah informasi berupa teks, gambar, video, audio, tulisan, simbol, musik, bahasa tubuh dan sebagainya. Biasanya konten terdapat dalam suatu media yang sengaja dibuat untuk menyampaikan suatu hal kepada khalayak. Di era teknologi sekarang, konten menjadi perwujudan dari eksistensi seseorang dalam menggunakan media sosial. Beberapa pengguna media sosial akan mengekspresikan dirinya melalui konten yang mereka buat baik dalam bentuk gambar, video, teks atau yang lainnya. Melalui konten juga akan terjalin interaksi antar pengguna media sosial tersebut, biasanya interaksi tersebut berupa tanda “suka” serta komentar yang diberikan kepada konten tersebut.

Konten sendiri memiliki banyak kategori, berikut adalah beberapa kategori konten yang sering ditemui pada aplikasi TikTok, diantaranya (Sihura, 2021):

1. *Dance*, konten tarian yang sedang populer dengan iringan lagu yang sedang populer juga.
2. Menyanyi, konten cover lagu dimana konten ini juga dapat dibuat dengan berkolaborasi bersama kreator lain atau yang biasa disebut duet.
3. Pov, singkatan dari *point of view* dimana dalam konten ini kreator seolah-olah sedang memainkan drama yang dibuat hingga mempunyai beberapa episode dan bagian.
4. Edukasi, konten singkat di TikTok yang menjadi media penyampaian berbagai materi edukasi mulai dari pendidikan, kesehatan, kuliner, kecantikan dan berbagai hal lainnya.

5. Editor, konten ini biasanya telah diedit terlebih dahulu pada aplikasi yang berbeda dan nantinya kreator akan membagikan tutorial pengeditan video tersebut di TikTok.
6. Transisi, konten ini menampilkan transisi dari video satu dengan video lainnya sehingga akan terlihat seperti sulap

2.1.6 *Insecure*

Insecure dalam KBBI mempunyai makna perasaan tidak aman, tidak kuat dan gelisah. *Insecure* adalah keadaan psikologis yang ditandai dengan perasaan khawatir ataupun takut akan suatu hal, *insecure* dapat disebabkan karena trauma psikis, ataupun karena merasa bersalah, malu, atau merasa rendah diri (merasa diri penuh kekurangan). *insecure* juga dapat didefinisikan sebagai perasaan tidak aman yang dimana seorang individu merasa rendah diri (*inferiority*), takut, cemas (*anxiety*) dan lainnya akan suatu hal yang dipicu oleh rasa tidak puas dan tidak yakin akan kapasitas diri sendiri.

Menurut Abraham Maslow, *insecure* adalah suatu keadaan dimana seseorang yang merasa tidak aman, menganggap dunia sebagai sebuah hutan yang mengancam dan kebanyakan manusia berbahaya dan egois. Orang yang mengalami *insecure* umumnya merasa ditolak dan terisolasi, cemas, pesimis, tidak bahagia, merasa bersalah, tidak percaya diri, egois, dan cenderung *neurotik*. Mereka akan berusaha untuk mendapatkan kembali perasaan *secure* (aman) dengan berbagai cara. *Neurotik* yaitu kecemasan yang tidak memperlihatkan sebab dan ciri-ciri khas yang objektif.

Menurut Greenberg setiap manusia pada umumnya akan merasakan perasaan *insecure* dan perasaan *insecure* dalam takaran sedikit termasuk baik untuk individu, contohnya adalah dapat membantu perkembangan diri seseorang dengan memandang bahwa dia mampu mencapai sesuatu yang jauh lebih tinggi dari apa yang dia bayangkan sebelumnya. Namun tidak sedikit pula individu yang mengalaminya setiap saat sehingga mengganggu kesehariannya. Hal ini bisa dipengaruhi berbagai faktor mulai dari masa kecil mereka, trauma terdahulu hingga kritik dari orang lain. Perasaan *insecure* berkepanjangan dapat bagi berdampak buruk bagi kesehatan mental atau depresi.

Insecure merupakan suatu hal yang kompleks dimana insecure ini merupakan gabungan dari perasaan rendah diri, takut, cemas dan perasaan buruk lainnya sehingga hal tersebut berdampak pada rasa ketidaknyamanan terhadap diri sendiri. Berikut pemaparan dari macam-macam perasaan *insecure* (Dewantara, 2022):

1. Rendah Diri

Seorang ilmuwan serta psikolog bernama Adler meyakini bahwa setiap orang yang lahir pasti memiliki perasaan rendah diri. Rendah diri ini muncul ketika seseorang ingin menyaingi kelebihan dan kemampuan yang orang lain miliki. Adler mengemukakan bahwa terdapat dua pengertian pokok dari rasa rendah diri atau inferioritas, pengertian pertama yaitu mengarah kepada perasaan tidak berarti yang sangat tidak kuat dan tidak disadari, merasa diri tidak aman serta tidak mampu menjalani hidup sedangkan pengertian kedua yaitu adanya rasa ingin meminta maaf yang disadari benar atau rasionalisasi bagi kegagalan yang

terjadi atau adanya ketidakmampuan untuk berjuang menanggulangi masalah-masalah yang dihadapi. Jadi dapat disimpulkan bahwa perasaan rendah diri merupakan perasaan tidak aman, tidak berarti serta tidak mampu dalam menghadapi masalah hidup.

Perasaan rendah diri timbul karena terdapat dua faktor yang memicunya, kedua faktor tersebut ialah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal timbul dari dalam diri manusia itu sendiri seperti cacat tubuh, kelemahan terhadap daya tangkap, sulit berkomunikasi dan lainnya. Sedangkan faktor eksternal timbul dari luar diri seperti faktor ekonomi, faktor keluarga yang kurang harmonis dan lainnya.

Ciri-ciri seseorang yang mengalami perasaan rendah diri yaitu seperti seseorang merasa jika apa yang dilakukannya tidak berhasil maka orang tersebut cenderung merasa tidak aman, cenderung ragu-ragu dan cenderung sulit dalam mengambil keputusan, memiliki rasa rendah diri dan penakut, kurang bisa bertanggung jawab dan cenderung menyalahkan orang lain. Biasanya orang yang sedang mengalami perasaan rendah diri ini cenderung menghindari komunikasi dengan orang lain karena mereka takut disalahkan atau direndahkan, selain itu mereka juga tidak mempunyai keberanian untuk tampil di depan orang lain karena mereka merasa gugup dan tidak percaya diri. Seseorang yang mengalami hal ini akan selalu merasa was-was dalam mengungkapkan gagasannya serta selalu membandingkan diri membandingkan dirinya dengan orang lain

2. Takut

Rasa takut dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perasaan tidak tenang, khawatir dan gelisah. Pada dasarnya setiap orang pasti memiliki rasa takut karena manusia mempunyai hati dan perasaan. Seorang psikolog bernama Daradjat berpendapat bahwa rasa takut merupakan proses dari emosi yang bercampur baur dimana seseorang mengalami tekanan perasaan (frustasi) dan pertentangan batin (konflik) (Walidah, 2022).

Rasa takut biasanya timbul karena adanya ancaman, sehingga seseorang akan menjauhi dan menghindari dirinya dari ancaman tersebut. Beberapa perasaan takut dapat di jumpai pada kehidupan sehari-hari seperti takut tidak dapat menyesuaikan diri, diabaikan, diremehkan, dikucilkan, ditertawakan, tidak direspon, dianggap bodoh sehingga merasa malu untuk melakukan suatu hal. Perasaan takut bisa juga terjadi karena seseorang pernah mengalami hal yang tidak menyenangkan yang membuat mereka merasa trauma dan tidak ingin kejadian tersebut menyimpannya lagi.

3. Cemas

Kecemasan merupakan kondisi dimana seseorang mengalami rasa takut dan khawatir akan sesuatu hal yang belum pasti akan terjadi. Kecemasan juga dapat didefinisikan sebagai perasaan campuran berisi ketakutan dan keprihatinan mengenai masa mendatang tanpa sebab khusus untuk ketakutan tersebut. Sedangkan menurut Atkinson menjelaskan bahwa kecemasan adalah perasaan tidak menyenangkan yang ditandai

dengan istilah-istilah seperti kekhawatiran, keprihatinan dan rasa takut yang kadang-kadang dialami dalam tingkatan yang berbeda-beda pada setiap individu.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kecemasan merupakan perasaan takut, khawatir serta prihatin terhadap suatu hal yang belum jelas atau belum pasti akan terjadi di masa mendatang. Orang yang mengalami kecemasan akan merasa tidak tenang dan gelisah sehingga mereka akan kehilangan kepercayaan terhadap dirinya.

2.1.7 Remaja

Priyatno (1992) menjelaskan bahwa remaja berasal dari kata latin yaitu *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah tersebut memiliki arti yang lebih luas lagi yaitu mencakup diantaranya ketenangan mental, emosional sosial dan penampilan atau fisik (Pratiwi, 2017). Sedangkan masa remaja merupakan masa transisi atau dari periode anak-anak ke periode dewasa, periode ini merupakan hal yang penting dalam kehidupan seseorang karena periode ini menjadi pembentuk kepribadian setiap individu. Terdapat tiga tahap perkembangan dalam masa remaja, berikut adalah ke tiga tahap perkembangan tersebut (Asori dan Ali, 2014):

1. Remaja Awal, remaja pada tahap ini berusia 10-12 tahun.
2. Remaja Madya, remaja pada tahap ini berusia 13-14 tahun.
3. Remaja Akhir, remaja pada tahap ini berusia 16-19 tahun.

2.1.8 Indikator

Indikator merupakan item-item didalam penelitian yang digunakan sebagai suatu keterangan atau alat ukur untuk mengevaluasi suatu keadaan atau fenomena. Dalam penelitian ini setiap variabel memiliki tiga indikator. Pada variabel X yaitu Konten Tiktok Nadya Khietna Putri memiliki indikator yaitu frekuensi, atensi dan durasi dimana konten itu sendiri merupakan suatu tayangan yang dapat diukur dari seberapa sering, seberapa lama dan bagaimana khalayak tertarik terhadap tayangan tersebut. Sedangkan indikator variabel Y yaitu tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) memiliki tiga indikator juga yaitu rendah diri, takut dan cemas dimana ketiga indikator tersebut termasuk kedalam ciri-ciri seseorang yang sedang mengalami *insecure*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, diambil beberapa referensi dari pustaka untuk memperkuat dan mempertajam penelitian. Penelitian ini terinspirasi dari beberapa penelitian terdahulu:

1. **Sari, A. P., Ilyas, A., & Ifdil, I. (2017). Tingkat Kecanduan Internet pada Remaja Awal. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 3(7), 110–117.**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai remaja yang mengalami kecanduan internet dimana pada penelitian ini remaja digambarkan berada di fase krisis identitas yang mempunyai rasa ingin tahu yang besar, ingin mencoba hal-hal baru serta mudah dipengaruhi oleh lingkungan. Penelitian ini mengambil subjek yaitu remaja awal di SMA

Negeri 7 padang dengan jumlah subjek sebanyak 240 orang. Data diambil melalui metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan metode teknik presentae.

2. **Sitorus, F. G. (2018). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Medan)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Penelitian dalam bentuk skripsi ini mengkaji mengenai penggunaan aplikasi TikTok apakah berpengaruh terhadap perilaku anak. Anak dalam penelitian ini adalah remaja yang aktif menggunakan aplikasi TikTok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan dengan jumlah populasi 25 orang remaja yang ada di Merdeka Walk Medan sehingga karena jumlah populasi di bawah 100 orang maka jumlah sampel tetap sama seperti jumlah populasi.

3. **Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai penggunaan aplikasi TikTok apakah berpengaruh terhadap kepercayaan diri remaja yang ada di Kabupaten Sampang. Remaja pada penelitian ini merupakan remaja dengan umur 15-19 tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan paradigma positivistik serta pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini berjumlah 99.285 orang sehingga dilakukan perhitungan sampel

dan terdapat hasil sampel yaitu 100 orang remaja pada Kabupaten Sampang.

4. **Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021). The Influence of Advertising in TikTok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 570, 888–892.**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai iklan di media sosial TikTok dan citra produk kecantikan apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R, metode penelitiannya adalah kuantitatif yaitu survei. Populasi dari penelitian ini merupakan pengguna aktif TikTok yang sudah melampaui 100.000 orang, sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden.

5. **Harnata, A. A., & Prasetya, B. E. A. (2022). Gambaran Perasaan *Insecure* di Kalangan Mahasiswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial TikTok. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 823–830.**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai gambaran perasaan *insecure* dikalangan mahasiswa yang terjadi karena kecanduan terhadap media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana pengumpulan datanya diambil melalui wawancara dan observasi. Subjek pada penelitian ini berjumlah 3 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana angkatan 2018 dengan jurusan psikologi.

6. **Kwanata, I., & Abidin, S. (2022). Pengaruh Konten Koreografi Akun Instagram @Sury_Df94 Terhadap Kreativitas Menari *Dancer* Batam. *Scientia Journal*, 4(7).**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai konten koreografi pada akun Instagram @Sury_Df94 apakah berpengaruh terhadap kreativitas menari *dancer* Batam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* @Sury_Df994 dengan jumlah 8.553 dan dilakukan perhitungan sampel dengan jumlah 99 responden.

7. **Purnasari, K. S., & Prasetyo, D. (2022). Pengaruh Terpaan Akun TikTok @Vmuliana Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Karir Untuk *Followers*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(4), 68–80.**

Penelitian ini mengkaji mengenai terpaan akun TikTok @Vmuliana apakah berpengaruh terhadap pengetahuan mengenai dunia karir bagi *followersnya*. Penelitian menggunakan teroi S-O-R dengan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu *followers* @Vmuliana yang berjumlah 4,1 juta sehingga dilakukan perhitungan sampel sejumlah 100 responden.

8. **Savira, R., Rifai, M., & Wahyunengsih, W. (2022). Correlation between TikTok Use and Teenagers' Self Esteem. *Indonesian Journal of Learning Studies*, 2(1), 19–24.**

Penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai penggunaan TikTok apakah berhubungan terhadap harga diri remaja. penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan model deskriptif korelasi serta pengambilan data melalui kuesioner yang disebarakan terhadap 41 responden.

9. **Mahmudah, N., & Purnamasari, D. (2023). Pengaruh Konten TikTok terhadap Tingkat Stres pada Remaja Akhir. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 750–758.**

penelitian dalam bentuk jurnal ini mengkaji mengenai konten TikTok apakah berpengaruh terhadap tingkat stres pada remaja akhir. Penelitian ini menggunakan teori *the circular mode of some* dimana metode yang digunakan adalah kuantitatif. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang merupakan remaja akhir pengguna TikTok di Kota Semarang. Jumlah responden didapatkan dengan menggunakan rumus Cochran karena populasi tidak diketahui.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	1. Ayu Permata Sari 2. Asmidir Ilyas 3. Ifdil Ifdil (2017)	Tingkat Kecanduan Internet pada Remaja Awal	Tingkat kecanduan internet pada remaja awal sebagian besar berada pada kategori sedang sedangkan gejala inti kecanduan internet pada remaja awal sebagian besar berada pada kategori tinggi dan masalah pada kecanduan internet terhadap remaja awal sebagian besar berada pada kategori sedang	Penelitian ini lebih berfokus terhadap tingkat kecanduan internet bukan dampak atau efek yang ditimbulkan dari dari internet dengan subjeknya yaitu remaja SMAN 7 Padang
2	Fredrick Gerhad Sitorus (2018)	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada	Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja di Kota Medan, karena ketertarikannya terhadap TikTok para	Penelitian ini berfokus terhadap perilaku remaja yang dipengaruhi oleh aplikasi TikTok.

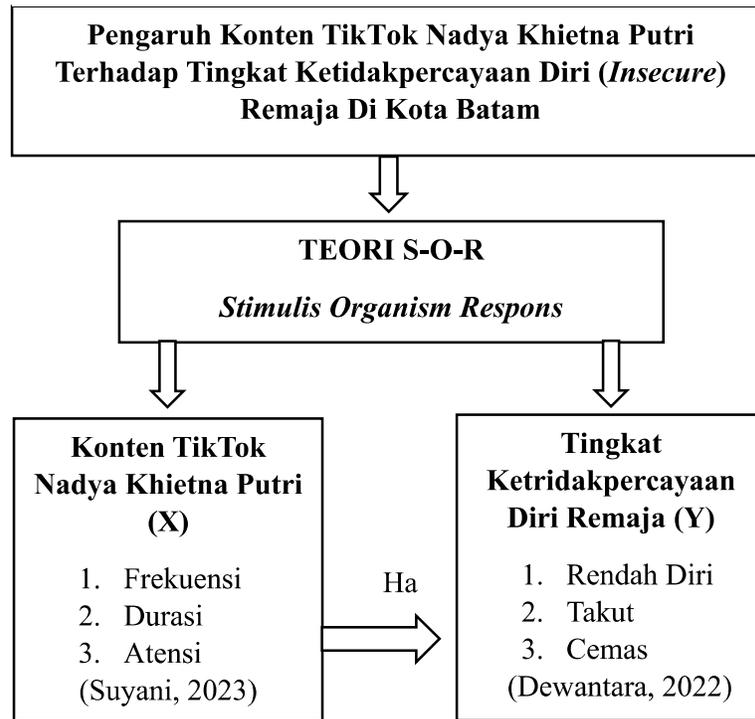
		Pengguna Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja di Kota Medan)	remaja ingin menjadi <i>vlogger</i> TikTok selain itu mereka juga suka mengikuti apa yang sedang trend di TikTok tanpa mengetahui apakah konten tersebut bermanfaat, bermotaaal serta bersifat edukasi.	Skala yang digunakan untuk kuesioner yaitu menggunakan skala Guttman dengan subjeknya remaja Kota Medan
3	Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020)	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang	Terdapat pengaruh media sosial TikTok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang, kepercayaan diri remaja akan mengalami perubahan yang terjadi setiap menggunakan media sosial TikTok	Penelitian ini berfokus terhadap kepercayaan diri remaja yang dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi TikTok. Teori yang digunakan adalah teori <i>uses and gratification</i> dengan subjeknya remaja di Kabupaten Sampang
4	1. Metta Darmatama 2. Rezi Erdiansyah (2021)	<i>The Influence of Advertising in TikTok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions</i>	Terdapat pengaruh iklan pada media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian dimana konten penawaran, konten promosi dan lainnya akan meningkatkan keputusan pembelian. Selanjutnya terdapat juga pengaruh dari citra produk kecantikan terhadap keputusan pembelian artinya semakin tinggi citra produk tersebut maka tingkat keputusan pembelian semakin meningkat	Penelitian ini berfokus terhadap keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh Iklan di aplikasi TikTok dan citra produk. Pengumpulan datanya melalui survei terhadap 96 orang pengguna aktif TikTok.

5	<p>1. Agresta Armando Harnata 2. Berta Esti Ari Prasetya (2022)</p>	<p>Gambaran Perasaan <i>Insecure</i> di Kalangan Mahasiswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial TikTok</p>	<p>Rasa insecure dapat terjadi ketika seseorang cemas dengan penampilan orang lain yang lebih darinya sehingga membuat mereka tidak percaya diri untuk membuat konten. mereka yang kurang percaya diri akan menunjukkan perilaku seperti selalu ragu, menutup diri, menghindari komunikasi dan agresif. Faktor yang mempengaruhi perasaan <i>insecure</i> salah satunya suka membandingkan karya dan fisik mereka dengan <i>-creator-creator</i> konten di TikTok</p>	<p>Penelitian ini menjelaskan bagaimana perasaan <i>insecure</i> pada mahasiswa yang mengalami kecanduan menggunakan aplikasi TikTok, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subjek mahasiswa psikologi Universitas Kristen Satya Wacana dengan pengambilan data melalui wawancara</p>
6	<p>1. Ivan Kwanata 2. Sholihul Abidin (2022)</p>	<p>Pengaruh Konten Koreografi Akun Instagram @Sury_Df94 Terhadap Kreativitas Menari <i>Dancer</i> Batam</p>	<p>Terdapat pengaruh konten koreografi pada akun Instagram @Sury_Df94 terhadap kreatifitas <i>danver</i> yang ada di Kota Batam</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada kreatifitas <i>dancer</i> di Kota Batam yang dipengaruhi oleh konten koreografi pada akun Instagram @Sury_Df94. Subjek dari penelitian ini adalah <i>followers</i> Instagram @Sury_Df 94</p>
7	<p>1. Karens Sabrina Purnasari 2. Dwi Prasetyo (2022)</p>	<p>Pengaruh Terpaan Akun TikTok @Vmulliana Terhadap Pengetahuan</p>	<p>Terdapat pengaruh konten TikTok @Vmulliana terhadap pengetahuan tentang dunia karir untuk pengikutnya.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada pengetahuan mengenai dunia karir yang dipengaruhi oleh</p>

		Tentang Dunia Karir Untuk <i>Followers</i>	Penelitian ini memperlihatkan kebenaran teori S-O-R bahwasanya pesan yang disampaikan @Vmuliana dapat diterima sehingga menimbulkan respon kognitif terhadap pengikutnya	konten @Vmuliana. Subjek dari penelitian ini adalah pengikut akun TikTok @Vmuliana
8	1. Rini Savira 2. Muhammad Rifai 3. Wahyunengsih (2022)	<i>Correlation between TikTok Use and Teenagers' Self Esteem</i>	Tidak terdapat hubungan antara harga diri yang lemah (rendah diri) terhadap penggunaan media sosial TikTok, pada penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial Tikok hanya sebagai faktor eksternal bukan faktor utama penyebab lemahnya harga diri (rendah diri) remaja	Penelitian ini berfokus terhadap perasaan rendah diri remaja yang berhubungan dengan penggunaan media sosial TikTok. Pada penelitian ini menggunakan <i>theory of Rosenberg</i>
9	1. Nisa Mahmudah 2. Devi Purnamasari (2023)	Pengaruh Konten TikTok terhadap Tingkat Stres pada Remaja Akhir	Terdapat pengaruh konten TikTok terhadap tingkat stres pada remaja akhir. Sebesar 72,2 %. Konten TikTok berpengaruh terhadap tingkat stress, lalu sisanya dipengaruhi oleh faktor lain	Penelitian ini berfokus pada tingkat stres yang terjadi pada remaja akhir yang dipengaruhi oleh konten TikTok dimana penelitian ini menggunakan teori <i>The Circular Mode of Some</i> serta subjek dari penelitian ini adalah 100 remaja di Kota Semarang

2.3 Kerangka Pemikiran

Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber: (Hasil Olahan Peneliti, 2023)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan dan dugaan sementara dalam suatu penelitian yang nantinya akan diuji validitas dan keabsahan ilmiahnya, berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini:

H_0 : Tidak ada pengaruh konten TikTok Nadya Khietna Putri terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam.

H_a : Ada pengaruh konten TikTok Nadya Khietna Putri terhadap tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) remaja di Kota Batam.