

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP
GAYA KOMUNIKASI SISWA MI SALAFIYAH BAREK PUCANGANOM
KEBONSARI MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Fatiha Nur Zahroh

NIM. 302190081

Pembimbing:

Galih Akbar Prabowo, M.A.

NIDN. 2021038802

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Zahroh, Fatiha Nur, 2023. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun.* Pembimbing Galih Akbar Prabowo, M. A.

Kata Kunci : Tik Tok, Gaya Komunikasi, Siswa, Teori S-O-R.

Teknologi yang semakin maju membuat media sosial tik tok sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama dikalangan siswa-siswi SD/MI khususnya siswa MI Salafiyah Berek. Para siswa mengakses media sosial tik tok sebagai hiburan. Penggunaan aplikasi tiktok dapat mengasah kreativitas anak dan sebagai penghibur diri, tempat rekreasi anak di media sosial. Namun dengan kemudahannya pengguna semakin tertarik sampai terlalu sering mengakses tik tok yang dapat memengaruhi gaya komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh media social tik tok terhadap gaya komunikasi siswa dan seberapa besar pengaruh penggunaan media social tik tok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner/angket. Metode analisis ini menggunakan regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun yang berjumlah 259 dan sampel yang digunakan adalah 72 siswa pengguna tik tok.

Hasil dari analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa: pertama, berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil t hitung menggunakan aplikasi SPSS 25 yang hasilnya sebesar 8,226 dengan perbandingan nilai t tabel sebesar 1,666. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t-hitung (8,226) > t-tabel (1,666). Angka tersebut menunjukkan bahwa H₀ ditolak H_a diterima. Artinya terdapat Pengaruh antara Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa. Kedua, diketahui bahwa pengaruh penggunaan media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa sebesar 49,14%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 50,86% yang dipengaruhi oleh faktor lain.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatiha Nur Zahroh

NIM : 302190081

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya tulis ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan mengambil alihkan tulisan dan pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan dan pemikiran saya. Apabila dikemudian hari terbukti dan dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Ponorogo, 23 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Fatiha Nur Zahroh

NIM: 302190081

NOTA PEMBIMBING

Ponorogo, 23 Agustus 2023

Hal : Persetujuan Munaqosyah Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo.

Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Setelah kami baca atau teliti mengoreksi dan mengadakan perbaikan
seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Fatiha Nur Zahroh

NIM : 302190081

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Judul : "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI
Salafiyah Berek Pucangano Kebonsari Madiun"

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan
pada sidang munaqosyah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo.

Wassalamualaikum Waroh Matullohi Wabarokatuh

Pembimbing



Galih Akbar Prabowo, M.A.

NIDN: 2021038802

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Fatiha Nur Zahroh

NIM : 302190081

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul : “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI
Salafiyah Berek Pucangano Kebonsari Madiun”

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosyah.

Ponorogo, 25 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Kayyis Fithri Ahuri, S.H.I.M.A.

NIP. 108306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Galih Akbar Prabowo'.

Galih Akbar Prabowo, M.A.

NIDN: 2021038802



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO FAKULTAS
USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492
Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> Email: fuad@iainponorogo.ac.id

Nama : Fatiha Nur Zahroh
NIM : 302180081
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi
Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun



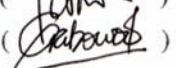
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 06 September 2023

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

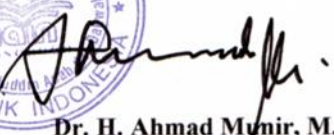
Hari : Jum'at
Tanggal : 15 September 2023

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. M. Irfan Riyadi, M.Ag. ()
2. Penguji : Asna Istya Marwantika, M.Kom.I. ()
3. Sekretaris : Galih Akbar Prabowo, M.A. ()

Ponorogo, 15 September 2023
Mengesahkan
Dekan,




Dr. H. Ahmad Mynir, M.Ag
NIP. 196806161998031002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN TULISAN	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Terdahulu.....	13
B. Landasan Teori.....	21
1. Media Sosial.....	21
2. Tik Tok	23
3. Penggunaan Tik Tok.....	26
4. Siswa.....	27
5. Gaya Komunikasi	28
a. Gaya Komunikasi Pasif.....	32
b. Gaya Komunikasi Agresif	33
c. Gaya Komunikasi Asertif.....	33

d. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif	34
6. Madrasah Ibtidaiyah	34
7. Teori S-O-R.....	36
C. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian	39
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
C. Instrumen Penelitian.....	43
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
D. Lokasi, Populasi, dan Sampel	47
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	50
F. Analisis Data.....	52
1. Uji Asumsi	53
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	54
3. Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
A. Gambaran Umum	58
1. Media Sosial Tik Tok	58
2. MI Salafiyah Berek.....	63
B. Deskripsi Responden.....	66
C. Deskripsi Variabel.....	71
1. Deskripsi Variabel Media Sosial Tik Tok (Variabel X).....	71
2. Deskripsi Variabel Gaya Komunikasi (Variabel Y).....	82
D. Hasil Uji Validitas.....	92
E. Hasil Uji Realibitas	95
F. Uji Asumsi.....	96
1. Uji Normalitas	96
2. Uji Linieritas	96
G. Hasil Uji Regresi Linier sederhana	97
H. Hasil Uji Hipotesis	98

1. Uji t	99
2. Uji Koefisien Determinasi	100
BAB V PEMBAHASAN	102
A. Hasil Instrumen Data	102
1. Uji Validitas	102
2. Uji Reliabilitas	102
B. Deskripsi Data	102
1. Media Sosial Tik Tok	102
a. Frekuensi	102
b. Informasi	104
c. Trend	105
d. Interaksi	106
2. Gaya Komunikasi	108
a. Gaya Komunikasi Pasif	108
b. Gaya Komunikasi Agresif	109
c. Gaya Komunikasi Asertif	112
d. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif	114
C. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun	115
BAB VI PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPILAN-LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Kelas dan Jumlah Siswa MI Salafiyah Berek	48
Tabel 4.1 Daftar Responden	66
Tabel 4.2 Mengakses media sosial tik tok setiap hari	72
Tabel 4.3 Mengakses media sosial tik tok lebih dari sekali dalam sehari	72
Tabel 4.4 Menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses tik tok	73
Tabel 4.5 Mencari informasi melalui tik tok	74
Tabel 4.6 Mencari informasi yang sedang viral di tik tok	75
Tabel 4.7 Saling berbagi informasi viral dari tik tok	76
Tabel 4.8 Mengikuti trend terbaru yang viral di tik tok	77
Tabel 4.9 Menerapkan trend yang viral di tik tok	78
Tabel 4.10 Berbagi informasi melalui tik tok	79
Tabel 4.11 Menjalin silaturahmi dengan keluarga dan teman melalui tik tok	79
Tabel 4.12 Bertukar pesan kesesama pengguna tik tok	80
Tabel 4.13 Membuat konten di tik tok	81
Tabel 4.14 Terlalu sering mengakses tik tok membuat menghindari pengungkapan diri	82
Tabel 4.15 Terlalu sering mengakses tik tok membuat menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain	83
Tabel 4.16 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan berani	84
Tabel 4.17 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara secara langsung	85
Tabel 4.18 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seorang berbicara dengan mahir	86
Tabel 4.19 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan suara dan kata-kata yang keras	87

Tabel 4.20 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan tampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas	88
Tabel 4.21 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya.....	89
Tabel 4.22 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain.....	90
Tabel 4.23 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang menjadi pemarah atau kasar dari dalam	91
Tabel 4.24 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang menjadi halus dari luar	91
Tabel 4.25 Rekapitulasi Media Sosial Tik Tok (X).....	93
Tabel 4.26 Rekapitulasi Gaya Komunikasi (Y)	93
Tabel 4.27 Uji Realibilitas Media Sosial Tik Tok.....	95
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas Gaya Komunikasi.....	95
Tabel 4.29 Uji Normalitas	96
Tabel 4.30 Uji Linieritas	96
Tabel 4.31 Uji Regresi Linier.....	97
Tabel 4.32 Uji t.....	99
Tabel 4.33 Uji Koefisien Determinasi	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Rumus Korelasi Product Moment	46
Gambar 3.2 Rumus Alpha Cronbach	47
Gambar 4.1 Logo Tik Tok.....	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia yang serba digital seperti sekarang ini, teknologi komunikasi dan informasi terus maju dan berkembang mengikuti zaman. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah menyatukan wilayah-wilayah di planet bumi menjadi sebuah kesatuan. Berkat teknologi komunikasi satu bagian bumi saling terhubung dengan bagian lainnya. Kemampuan teknologi komunikasi dan informasi menjangkau jauh sampai ke pedalaman negara-negara yang masih sedang membangun, masuk pelosok-pelosok. Perkembangan media elektronik mutakhir telah menganeekaragamkan alat komunikasi menjadi begitu kaya, sehingga komunikasi menjadi begitu mudah aksesnya dan global jangkauannya. Dalam waktu relatif singkat pemakaian hand phone dengan berbagai aplikasinya telah menembus ke desa-desa yang jauh di pedalaman. Melalui teknologi komunikasi dan informasi masyarakat mudah berinteraksi dalam ruang apapun.¹

Sementara itu, teknologi komunikasi terus berkembang sebagai upaya manusia untuk mengisi pola-pola hubungan dalam setiap bentuk yang baru. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah sampai pada tahap teknologi komunikasi berbasis komputer atau *computer mediated*

¹ Muhamad Hisyam dan Cahyo Pamungkas, *Indonesia, Globalisasi, dan global village*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016), 5-6

communication (CMC). Teknologi komputer baru telah menggantikan banyak pekerjaan dan menciptakan pekerjaan baru, menyediakan bentuk-bentuk baru dalam mengakses informasi, berkomunikasi dengan orang lain, dan menyatu ke dalam kegembiraan ruang publik baru. Seiring perkembangan teknologi, bentuk-bentuk media komunikasi yang lama digantikan oleh media yang lebih baru dan biasanya lebih efisien. Secara fungsional, internet adalah media pertukaran informasi yang tidak jauh berbeda fungsinya dengan telepon, televisi, radio, koran, atau faksimile.

Istilah “media baru” pada umumnya merujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan beberapa bentuk komputasi. Media baru dalam konteks era digital sekarang adalah media yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi. Saat ini internet sebagai pelopor media baru dengan berbagai macam varian yang dimiliki telah mengubah perilaku individual dan sosial masyarakat. Media baru tidak dapat dikotak-kotakkan dalam domain yang sangat kecil karena merupakan konsepsi yang muncul dari berbagai bidang yang ditambahkan bersama-sama menghasilkan domain yang besar. Jadi, media baru adalah penggabungan dari semua jenis media ke dalam satu bentuk baru, semua konsepsi, ide, dan teori media asli dimasukkan ke dalam bentuk baru.¹

Media baru bukanlah teknologi saja, sebab perkembangan teknologi akan membawa perubahan pada banyak bidang di dalam

kehidupan manusia.² Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagai informasi dan bekerja sama. Penggunaan media sosial sendiri memiliki beberapa manfaat antara lain ialah untuk mendapatkan informasi, menjalin silaturahmi, membentuk komunitas, melakukan branding, melakukan promosi, dan melakukan kegiatan sosial.¹

Media sosial sebagai bagian dari media baru memang menghadirkan cara pandang baru terkait bagaimana manusia memaknai arus informasi di era globlisasi ini. Sifat media sosial adalah daring, alias sangat membutuhkan internet. Hal tersebut membuat penggunanya sangat mudah untuk terlibat berpartisipasi. Partisipasi dalam hal ini artinya adalah kemudahan berbagi dan menyampaikan informasi, kemudahan juga dalam membuat konten, pesan, atau isi yang akan disampaikan kepada khalayak, dan mengomentari masukan-masukan yang diterima, di mana semua hal tersebut terjadi secara cepat tanpa batasan-batasan yang restriktif.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan media sosial terjadi begitu cepat. Internet dan media sosial menjadi sebuah kebutuhan pokok untuk semua orang bisa dikatakan bahwa seseorang tidak akan bisa hidup tanpa internet, karena memang internet dan media sosial telah memasuki seluruh aspek kehidupan. Perkembangan ini diikuti oleh rasa konsumtif terhadap media sosial itu sendiri. Media sosial berkembang pesat di usia remaja dan kanak-kanak karena usia tersebut memiliki rasa ingin tahu

² Jerry Indrawan, Efriza, Anwar Ilmar, "Kehadiran Media Baru (New Media) Di Dalam Komunikasi Politik," *Jurnal Medium*, 1 (Juni, 2020), 9

yang besar sehingga melalui media sosial seorang anak bisa mencurahkan segala sesuatu yang dirasakan melalui media sosial.³

Adapun hubungan komunikasi dengan media sosial adalah sangat erat karena dengan media sosial maka komunikasi menjadi semakin cepat dan mudah untuk dilakukan, baik itu dengan komunikasi dengan cara menge-chat, telepon, ataupun dengan *video call*. Disadari atau tidak, kehadiran media baru khususnya media sosial telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia sebagai seorang individu maupun masyarakat secara umum.¹ Dari seluruh lapisan masyarakat, para siswa usia sekolah dasar sangat mudah terpengaruh yang dapat berdampak pada komunikasi mereka terutama pada gaya mereka saat berkomunikasi.

Gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak.⁴ Gaya komunikasi menurut Norton, Kirtley & Weaver didefinisikan sebagai *a cognitive process which accumulates 'micro behavior' form-giving of literal content, and adds up to 'macro judgment. When a person communicates, it is considered an attempt of getting literal meanings across* (proses kognitif

³ Muhammad Fajar, Hadi Mahmud, "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar," *Diniyah*, 1 (2022) 47

⁴ Mahfudlah Fajrie, "Gaya Komunikasi Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah," *Inject*, 1, (2017) 61

yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain).

Berbagai macam jenis media sosial sekarang menjadi media komunikasi masyarakat yang hampir setiap harinya dilakukan. Akses paling mudah dalam menggunakan media sosial melalui gadget yang telah memiliki akses internet. Dari banyaknya jenis media sosial, hampir seluruh masyarakat memilih media sosial tik tok sebagai media dalam melakukan berbagai kegiatan sosial. Tik tok adalah sebuah jaringan media sosial dalam platform video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh *ByteDance*. Dulunya aplikasi ini memiliki nama *douyin* yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, *Douyin* pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu Tik tok.¹

Tik tok menjadi salah satu media sosial yang marak digandrungi pengguna internet di dunia. Menurut laporan *We Are Social*, aplikasi video pendek ini memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 12,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Jika dibandingkan kuartal sebelumnya, aplikasi besutan *Bytedance* ini naik 3,9%. Berdasarkan negaranya, pengguna TikTok paling banyak masih berasal dari Amerika Serikat. Terdapat 116,49 juta pengguna TikTok yang berasal dari Negeri Paman Sam pada April 2023. Adapun Indonesia juga kukuh di peringkat

kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yaitu mencapai 112,97 juta pengguna. Jumlah tersebut hanya selisih 3,52 juta pengguna dari jumlah pengguna TikTok di AS.⁵

Pandemi covid-19 sangat berpengaruh pada perkembangan dunia di masa itu. Masyarakat mulai mengurangi kegiatan diluar rumah, dan lebih banyak menghabiskan waktu secara online, sehingga dapat dikatakan meningkatnya penggunaan media sosial berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII).¹ Dengan munculnya Covid-19 melahirkan kebiasaan baru, dimana seluruh masyarakat di dunia baik yang dewasa maupun anak-anak harus melakukan aktivitas mereka seperti bekerja dan belajar di rumah melalui media elektronik. Banyak anak usia dini yang tidak fokus mengikuti proses pembelajaran karena kurangnya pengawasan yang dilakukan baik oleh guru ataupun orang tua. Dalam pelaksanaan pembelajaran tersebut muncul beberapa permasalahan, salah satunya anak usia dini lebih tertarik untuk bermain media sosial ataupun game online.⁶

Anak yang kelahirannya pada tahun 2011-2025 merupakan anak yang melek terhadap teknologi. Anak yang terlahir pada rentang tahun tersebut disebut dengan generasi Alpha, dimana anak tersebut sudah akrab dengan teknologi digital.¹ Tumbuh besar di depan layar, anak-anak Alpha

⁵ Cindy Mutia Annur, :Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses 12 September 2023.

⁶ Rahayu Dwi Utami dan Nadia Saumi Ikhwana, "Dampak Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Kepribadian Anak Usia Dini," *Jurnal Kewarganegaraan*, 3 (Oktober 2022), 2

semakin bergantung pada perangkat seluler mereka. 32% orang tua berpendapat anak mereka lebih suka memiliki tablet atau smartphone dibandingkan mainan (11%), hewan peliharaan (9%) dan bahkan liburan (12%).⁷ Adapun para siswa usia SD/MI merupakan salah satu pengguna yang sering mengakses media sosial. Di daerah peneliti terdapat satu lembaga pendidikan yang mayoritas siswa sudah diberi kesempatan mengakses media sosial, tepatnya di MI Salafiyah Berek. MI Salafiyah Berek, adalah lembaga pendidikan Islam terpadu yang mengembangkan model pendidikan Islam berwawasan sains dan teknologi, serta kecakapan hidup. Jenjang pendidikan yang dikembangkan terdiri atas Pendidikan Anak usia Dini, Taman Kanak-kanak Nurul Jadid, dilanjutkan tingkat Madrasah Ibtidaiyah, serta nantinya Perguruan Tinggi.

Dalam perkembangannya, MI Salafiyah Berek telah mampu membuktikan ekspektasi masyarakat, yaitu mencetak profil lulusan yang berkualitas. Baik kualitas secara akademik maupun non akademik. Ini terbukti dengan berbagai penghargaan dan prestasi yang telah diraih, di tingkat lokal, regional, maupun nasional, mulai dari siswa, guru serta institusinya. MI Salafiyah Berek memberikan layanan pendidikan secara berimbang terhadap perkembangan intelektual, emosional dan spiritual anak dengan menggunakan metode pembelajaran yang atraktif dan inovatif. Dengan didukung oleh tenaga pendidik yang profesional, sarana-

⁷ Eminence, "Generation Alpha : what tools to reach children and teenagers of the future" <https://eminence.ch/en/generation-alpha-and-marketing-strategy/#graf>, diakses 12 September 2023

prasarana yang memadai, kurikulum pembelajaran dan metode pembelajaran yang inovatif, maka dapat memberikan layanan pendidikan terbaik bagi semua peserta didik.¹

Adanya gadget memberi peluang bagi masyarakat khususnya para pelajar yang sudah diizinkan untuk memiliki dan mengoperasikan gadget untuk mengakses berbagai media sosial. Media sosial tik tok saat ini banyak digunakan di kalangan para pelajar dari usia sekolah dasar sampai seusia mahasiswa. Mayoritas di usia sekolah dasar, mereka sangat mudah dan cepat terpengaruh oleh berbagai hal salah satunya penggunaan media sosial tik tok. Aplikasi ini bisa menjadi sarana ekspresi diri dan kreativitas. TikTok juga bisa membantu proses perkembangan motorik anak (seperti menari atau menirukan gerakan di TikTok).⁸ Penggunaan aplikasi tiktok dapat mengasah kreativitas anak dan sebagai penghibur diri, tempat rekreasi anak di media sosial.⁹

Meskipun dapat memberikan hiburan dan ekspresi kreatif, terdapat sejumlah bahaya yang perlu diperhatikan oleh orang tua terkait penggunaan TikTok oleh anak-anak. TikTok menyediakan platform untuk berbagai jenis konten, termasuk musik, tarian, tantangan, dan lainnya. Sayangnya, tidak semua konten sesuai untuk mata dan telinga anak-anak. Penggunaan berlebihan aplikasi ini dapat mengganggu rutinitas harian

⁸ Andini Dwi Hasanah, "Manfaat Bermain TikTok untuk Anak Ternyata Bisa Membantu Proses Perkembangan Motorik" https://bangka.tribunnews.com/2020/04/06/manfaat-bermain-tiktok-untuk-anak-ternyata-bisa-membantu-proses-perkembangan-motorik#google_vignette, diakses 13 September 2023

⁹ Tri Buana dan Dwi Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak," *Jurnal Inovasi*, 1 (2020), 3-4

anak-anak, dan menimbulkan kecanduan teknologi yang dapat mengganggu perkembangan sosial, emosional, dan akademik anak-anak. Terdapat risiko bahwa anak-anak dapat berinteraksi dengan orang yang tidak mereka kenal secara pribadi. Selain itu, informasi pribadi dan lokasi dapat terungkap dalam video atau informasi profil. Beberapa tren melibatkan tantangan berbahaya atau keberanian yang juga dapat membahayakan anak-anak.¹⁰

Para siswa sudah tidak lagi menggunakan tik tok sebagai sarana hiburan mereka saat memiliki waktu luang. Mereka telah memiliki kebiasaan yang merubah mereka untuk menggunakan media sosial tik tok terus menerus. Berbagai macam konten tik tok yang telah disajikan membuat para pengguna tik tok menikmati bahkan sampai menirukan banyak hal yang terdapat pada beberapa konten. Dari banyaknya konten yang disajikan oleh tiktok para pengguna bisa sampai menirukan dan menerapkan gaya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dari penyajian berbagai macam konten tik tok tersebut yang dapat menimbulkan perubahan gaya komunikasi para pengguna tiktok dalam proses komunikasi mereka sehari-hari.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan terhadap siswa MI Salafiyah Berek terdapat berbagai perubahan yang terjadi, salah satunya yaitu para pengguna media sosial tik tok sebelum mengenal tiktok memiliki gaya komunikasi yang terkesan sopan namun, setelah

¹⁰ Rian Alfian, <https://www.pasundanekspres.co/bahaya-tiktok-bagi-anak-anak-yang-perlu/>, diakses 13 September 2023

menyaksikan berbagai konten tik tok gaya komunikasi mereka terkesan kurang sopan atau seperti menggunakan gaya komunikasi agresif, dimana seseorang yang menggunakan gaya tersebut terkesan benar sendiri atau menang sendiri dengan menggunakan suara yang keras. Ataupun menggunakan gaya dramatis yang sangat menghidup-hidupkan percakapan dan gaya terbuka dimana seseorang yang berkomunikasi secara terbuka atau blak-blakkan. Bisa juga, gaya komunikasi yang mereka gunakan saat berkomunikasi dengan teman sebaya dan orang yang lebih tua sama, tidak adanya perbedaan.

Setelah peneliti melakukan survei dan pengamatan sementara di tempat yang dipilih peneliti, mayoritas dari siswa yang bersekolah di MI Salafiyah Berek telah diberikan kesempatan untuk mengoperasikan gadget. Para murid yang telah diberi kesempatan tersebut mayoritas juga mengakses media sosial tik tok yang mana, dari pengamatan dan survei tersebut peneliti mendapati bahwa dari penggunaan media sosial tik tok yang amat sering telah akan dapat mempengaruhi perubahan gaya komunikasi mereka.¹¹ Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini diantaranya berdasarkan pada pengamatan dan survey awal yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa memungkinkan untuk dilakukannya penelitian guna mengungkap dan membuktikan adanya pengaruh antara media sosial tik tok dan gaya komunikasi kepada siswa MI Salafiyah Berek. Dari uraian di atas maka penulis melakukan

¹¹ Survei Pra Penelitian, tanggal 14
Kebonsari Madiun

Oktober 2022 di MI Salafiyah Berek Pucanganom

penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kecamatan Kebonsari Madiun.”

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh Penggunaan Media Sosil Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun?
2. Seberapa Besar Pengaruh Penggunaan Media Sosil Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Penggunaan Media Sosil Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun.
2. Untuk mendeskripsikan Seberapa Besar Pengaruh Penggunaan Media Sosil Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang bermanfaat bagi pembaca diantaranya:

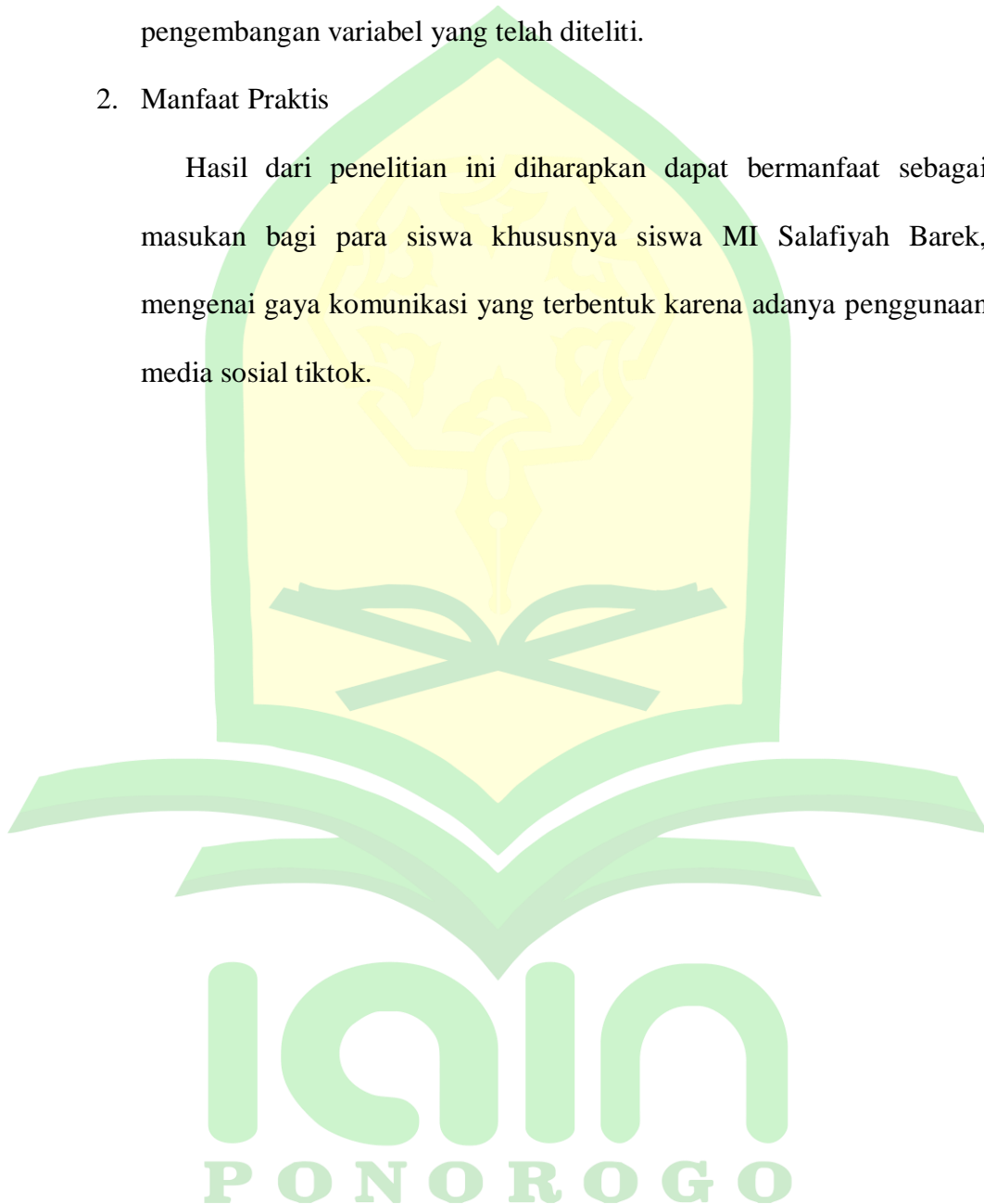
1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberi masukan bagi para penelitian ilmu komunikasi khususnya

mengenai pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi. Selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan referensi para peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian serupa atau pengembangan variabel yang telah diteliti.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi para siswa khususnya siswa MI Salafiyah Berek, mengenai gaya komunikasi yang terbentuk karena adanya penggunaan media sosial tiktok.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dari penelitian ini, peneliti mengemukakan beberapa rujukan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan skripsi yang akan diteliti, sebagai berikut:

Pertama, Skripsi dari Avis Lisdiana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018 yang berjudul: Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta.

Penelitian Avis Lisdiana ini menggunakan teori penetrasi sosial. Teori penetrasi sosial termasuk dalam teori komunikasi interpersonal, peneliti menggunakan teori ini karena dirasa tepat dengan pembahasan penelitian. Asumsi yang menjelaskan bahwa proses komunikasi tidak lepas dari hubungan seseorang, komunikasi dapat membawa seseorang ke dalam tahap hubungan yang lebih intim atau justru sebaliknya yaitu adanya depenetrasi (penolakan diri).

Dari hasil perhitungan dapat diketahui koefisien korelasi antara variabel penggunaan media baru dengan komunikasi interpersonal bernilai 0,400. Diketahui dengan $N = 60$ maka diperoleh r tabel 0,254. Serta didapat probabilitas tinggi (sig) sebesar 0,002. Korelasi dikatakan signifikan jika koefisien korelasi lebih besar dari r tabel dan angka probabilitas $< 0,05$. Maka

dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media baru dengan komunikasi interpersonal karena $0,400 > 0,254$ dan $0,02 < 0,05$.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas terdapat pada teori yang digunakan, teori sebelumnya menggunakan teori penetrasi sosial untuk memperkuat penelitian tersebut. Selain itu variabel Y pada penelitian sebelumnya adalah komunikasi interpersonal, variabel x yang umum atau tidak spesifik dan objek yang digunakan adalah kampung cyber Yogyakarta. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel keumuman variabel X dan Y yaitu media baru dan komunikasi serta metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.¹

Kedua, Skripsi dari Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2021 yang berjudul: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Remaja Di Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Remaja Di Sidoarjo.

Penelitian Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah ini menggunakan teori S-O-R, dengan artian teori ini menggambarkan reaksi seseorang terhadap stimulus yang diterima dari media. Seseorang dapat memperkirakan efek apa yang akan didapat dari media massa terhadap reaksi khalayak. Jiwa manusia menurut pandangan ini meliputi unsur sikap, pendapat, perilaku, emosi dan

¹ Avis Lisdiana, Skripsi “*Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta*”, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018)

konasi. Dengan anggapan bahwa media massa dapat menimbulkan efek atau respon, yaitu perubahan sikap, teori ini menggambarkan hubungan antara aksi dan reaksi.

Berdasarkan hasil uji tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nihil (H_o) ditolak. Hal itu disebabkan karena nilai r hitung yang didapat yakni 0,768 dimana jauh lebih tinggi dari nilai r tabel 100 responden dengan taraf signifikan 10% yakni 0,256. Dan dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas terdapat pada variabel X yaitu media sosial instagram dan variabel Y perubahan pola komunikasi, serta objek yang digunakan adalah remaja di sidoarjo. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori S-O-R, metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dan keumuman dari variabel Y yaitu komunikasi.¹

Ketiga, Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, Vol. 2, No. 1 Juli 2022 oleh Yoana Lestonac Elita Wumbu dan Dion Eriend yang berjudul: Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. Tujuan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dunia luar bagi anak-anak seperti media social Tik-Tok dalam membangun karakter anak-anak terhadap gaya komunikasinya kepada orang yang lebih tua dan kepada lingkungan di sekitarnya. Penelitian ini menggunakan penelitian

kuantitatif dengan metode survey, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 167 siswa yang dimana pengisian kuisionernya didampingi oleh orang tua siswa.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa adanya pengaruh positif yang sangat signifikan antara Media Sosial Tik Tok terhadap gaya komunikasi. Hal ini sesuai dengan perhitungan peneliti dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, yang menggunakan Uji-Correlations diperoleh nilai $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$ yaitu $7.091 > 1.656$. Hal ini berarti semakin meningkat media social yang ada maka gaya komunikasi akan semakin meningkat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas terletak pada objek yang digunakan yaitu Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. Persamaannya terletak pada variabel X dan variabel Y yaitu sama membahas tentang media sosial tik tok dan gaya komunikasi, serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif.²

Keempat, Skripsi dari Nora Usrina Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2021 yang berjudul: Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Content Media Sosial Tik Tok apa saja yang diminati Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah dan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Tik Tok

² Yoana Lestonac Elita Wumbu, Dion Eriend, "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat" Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 2 (Juli, 2022).

terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan santriwan dan santriwati TPA ArRisalah yang berjumlah 16 santri, beserta para orang tua santri yang berjumlah 5 orang, dan ustazah yang mengajar santri tersebut. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu dengan seringnya anak-anak menggunakan media sosial tik tok maka apa yang dilihat, didengar dan kemudian dipraktekkan tersebut, sangat mengubah perilaku dan gaya komunikasi anak terhadap orang tua dan orang disekitarnya. Mereka tidak dapat membedakan lagi mana yang boleh mereka lakukan dan mana yang tidak boleh mereka lakukan. Tidak adanya pantauan dan pengamatan lebih jauh dari orang tua membuat anak-anak semakin terjerumus dalam media sosial yang seharusnya belum waktunya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas terletak pada objek yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah dan pada metode penelitian diatas yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaannya terletak pada variabel X yaitu media sosial tik tok dan variabel Y yaitu gaya komunikasi.¹

Kelima, Skripsi dari Ahmad Ginanjar Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2019 yang berjudul: Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua Dan Anak (Studi Kasus

Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah). Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui sejauh mana dampak media social mempengaruhi hubungan komunikasi antarpribadi orang tua dan anak yang ada di Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah.

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 1 tokoh agama, 1 kepala desa ,1 tokoh masyarakat , 4 orang tua dan 6 orang anak yang ada di Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah berjumlah 13 orang. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode observasi, dan wawancara maka peneliti dapat menggambarkan beberapa dampak media sosial terhadap komunikasi antar pribadi orang tua dan anak . Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi,wawancara dan dokumentasi secara langsung terhadap objek yang ada di lapangan dengan menggunakan snowball sampling dalam penentuan sampel untuk mencari data.

Dari hasil temuan di lapangan berikut :Proses komunikasi antar pribadi yang terjadi antara orang tua dan anak di Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah belum berjalan secara baik, masih terjadi kesenjangan antara orang tua dan anak yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial Facebook dan Instagram yang terlalu berlebih, yang meciptakan jarak antara kedua objek mempengaruhi hubungan antara orang tua dan anak yang kurang baik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas terletak pada variabel X, penelitian sebelumnya lebih ke dampak media sosial, variabel X dan variabel Y yang digunakan terlalu umum. Perbedaan metode penelitian sebelumnya yang digunakan yaitu dengan pendekatan *Field Research* dan objek penelitian yang digunakan yaitu Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah. Persamaannya terletak pada keumuman variabel X yaitu media sosial dan Variabel Y yaitu tentang komunikasi.³

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian

Nama	Avis Lisdiana, 2018	Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah, 2021	Yoana Lestonac Elita Wumbu dan Dion Eriend, 2022	Nora Usrina, 2021	Ahmad Ginanjar, 2019
Judul	Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Remaja Di Sidoarjo.	Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.	Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah.	Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua Dan Anak (Studi Kasus Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah).

³ Ahmad Gianjar, Skripsi “*Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua Dan Anak (Studi Kasus Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah)*”, (Lampung; Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019)

Teori	Penetrasi sosial	S-O-R	-	-	-
Metode penelitian	Observasi & Wawancara	Survey	Survey	Wawancara	Observasi & Wawancara
Hasil	Dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media baru dengan komunikasi interpersonal karena $0,400 > 0,254$ dan $0,02 < 0,05$.	Berdasarkan hasil uji tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nihil (H_o) ditolak. Dan dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa adanya pengaruh positif yang sangat signifikan antara Media Sosial Tik Tok terhadap gaya komunikasi. Hal ini berarti semakin meningkat media social yang ada maka gaya komunikasi akan semakin meningkat.	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu dengan seringnya anak-anak menggunakan media sosial tik tok maka apa yang dilihat, didengar dan kemudian dipraktekkan tersebut, sangat mengubah perilaku dan gaya komunikasi anak terhadap orang tua dan orang disekitarnya.	Proses komunikasi antar pribadi yang terjadi antara orang tua dan anak di Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah belum berjalan secara baik, masih terjadi kesenjangan antara orang tua dan anak yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial Facebook dan Instagram yang terlalu berlebih.
Perbedaan	Teori yang digunakan, variabel Y pada penelitian sebelumnya adalah komunikasi interpersonal, variabel x yang	Variabel X yaitu media sosial instagram dan variabel Y perubahan pola komunikasi, serta objek	Objek yang digunakan yaitu Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera	Objek yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah	Variabel X, penelitian sebelumnya lebih ke dampak media sosial, variabel X dan variabel Y yang

	umum atau tidak spesifik dan objek yang digunakan adalah kampung cyber Yogyakarta.	yang digunakan adalah remaja di sidoarjo.	Barat.	dan pada metode penelitian diatas yaitu menggunakan pendekatan kualitatif.	digunakan terlalu umum, perbedaan metode penelitian dan objek penelitian yaitu Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah.
Persamaan	Variabel keumuman variabel X dan Y yaitu media baru dan komunikasi serta pendekatan metode penelitian yang digunakan.	Teori yang digunakan yaitu teori S-O-R, pendekatan metode penelitian yang digunakan, dan keumuman dari variabel Y yaitu komunikasi	Variabel X dan variabel Y yaitu sama membahas tentang media sosial tik tok dan gaya komunikasi, serta menggunakan pendekatan metode penelitian yang sama.	Variabel X yaitu media sosial tik tok dan variabel Y yaitu gaya komunikasi.	Keumuman variabel X yaitu media sosial dan Variabel Y yaitu tentang komunikasi.

Sumber: Olahan Peneliti 2023

B. Landasan Teori

1. Media Sosial

Sosial media merupakan fase perubahan dimana bagaimana orang menemukan, membaca dan membagikan berita, informasi, dan konten kepada orang lain. Social media adalah penggabungan dari sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog

(*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein⁴, social media adalah 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. Menurut Antony Mayfield⁵ dari *iCrossing*, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas.

Media sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Media sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan.¹ Media sosial (*social media*) berpusat pada menciptakan, berbagi, bertukar informasi, ide, serta konten di jaringan dan komunitas online. Media sosial yang amat interaktif sangat bergantung pada partisipasi pengguna untuk memberikan nilai.

Berbeda dengan realitas virtual misalnya, media sosial adalah hal biasa. Menurut temuan survei terhadap 170.000 pengguna internet oleh

⁴ Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, "User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media," *Bussiness Horizon*, 1 (Februari, 2010)

⁵ Mayfield Antony, *What Is Social Media?*, (London: iCrossing, 2008)

Global Web Index, rata-rata pengguna online menghabiskan 1,72 jam per hari di *platform* sosial. Jaringan sosial mengonsumsi sekitar 28% dari semua aktivitas online. Masa depan media sosial kemungkinan terkait dengan bentuk media baru lainnya.⁶

2. Tik Tok

Tik tok merupakan penggabungan dari dua aplikasi sebelumnya yaitu Douyin dan Musically. Di negara asalnya (China), aplikasi tik tok ini dikenal dengan nama Douyin. Secara resmi aplikasi tik tok diluncurkan pada September 2016. Pada saat menciptakan tik tok sang pendiri aplikasi ini, Zhang Yimin memiliki misi untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. Tik tok pada pembuatannya adalah sebuah aplikasi yang cocok untuk generasi kekinian dalam membuat video pendek yang unik dengan cepat dan mudah. Kemudahan yang disajikan juga ketika penggunaan ingin membagikan video yang telah mereka buat kepada teman maupun seluruh dunia. Tik tok kini menjadi salah satu media sosial dimana banyak video viral yang berasal dari aplikasi ini.

Tik tok adalah aplikasi yang memberikan spesial efek yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.

⁶ Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021) 187

Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creatore*.⁷

Tik tok memiliki berbagai fitur menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna, fitur-fitur tersebut antara lain:

- a. Penambahan Musik; tiktok adalah sebuah aplikasi video musik. Yang berarti, salah satu fitur utama yang ada di aplikasi ini yaitu fitur menambahkan musik.
- b. Filter; terdapat fitur filter untuk video yang dibuat. Pengguna dapat menambahkan filter untuk video yang dibuat guna mengubah atau mempercantik video.
- c. Efek Video dan Filter Sticker; tiktok memberikan 5 kategori efek yang bisa dicoba, seperti efek split, efek transition, efek stiker, efek visual dan juga waktu. Diefek stiker terdapat berbagai pilihan.
- d. Voice Changer; pengguna bisa mengganti suaranya yang ada di dalam video mereka dengan memakai fitur voice changer.
- e. Fitur Beauty; tiktok sengaja membuat fitur ini yang bisa menjadikan wajah para penggunanya tampak lebih tampan atau cantik, bahkan bisa terlihat lebih keren.
- f. Fitur Live; fitur live atau siaran langsung yang bisa digunakan oleh para penggunanya.

⁷ Chusnul Rofiah, Rica Sanpuspita Rahayu. Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tik Tok Pada Pemasaran Digital. (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. 2021). 14-15

- g. Fitur Blokir Pengguna dan Hapus Komentar; tiktok mengeluarkan fitur terbarunya yang bisa memungkinkan pengguna lebih mudah untuk menghadapi bullying.
- h. Fitur Auto Captions; fitur ini bisa memudahkan para kreator untuk menyediakan subtitle yang dibuat otomatis oleh tiktok.⁸

Berdasarkan data *We Are Social*, pengguna tik tok di dunia diperkirakan mencapai 1,05 miliar pada Januari 2023. Jumlah tersebut meningkat 18,8% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pengguna tik tok paling banyak berasal dari Amerika Serikat. Tercatat ada 113,25 juta pengguna tik tok yang berasal dari Negeri Paman Sam pada awal tahun ini. Indonesia menyusul di urutan kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 109,90 juta pengguna, dengan posisi selanjutnya diikuti oleh Brasil dan Meksiko.⁹

Seiring perkembangan tik tok di Indonesia, tik tok kini menjadi media sosial yang memiliki pertumbuhan yang pesat, banyak tren dan konten yang viral di media sosial berasal dari tik tok, beberapa orang bahkan menjadi viral karena aplikasi tersebut. Tik tok memiliki penyajian konten yang berbeda dengan aplikasi lain. Jika aplikasi lain hanya menampilkan unggahan dari teman atau orang yang mereka ikuti, maka tiktok tidak ada batas tersebut. Mereka yang hanya

⁸ Rizal, "Daftar Lengkap Fitur hingga Cara Download Video TikTok Tanpa Watermark" <https://infokomputer.grid.id/read/123393481/daftar-lengkap-fitur-hingga-cara-download-video-tiktok-tanpa-watermark?page=all> diakses 13 September 2023

⁹ "Pengguna Tik Tok Indonesia Terbesar Kedua Di Dunia Pada Awal 2023 | DataIndonesia," diakses 12 Maret 2023, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>

memiliki pengikut ratusan ribu bisa saja mendapatkan jumlah tayang berjuta-juta karena video tik tok langsung muncul di timeline. Tentunya dengan banyaknya penonton/ *views* video tersebut memiliki peran dan peluang untuk FYP. Arti FYP di tiktok ini berasal dari kalimat *for your page*, yang merujuk pada kolom “*for you*” di beranda tik tok. Saat pertama kali membuka aplikasi, biasanya akan langsung disajikan dengan video-video yang berada pada kolom FYP.

3. Penggunaan Tik Tok

Penggunaan aplikasi TikTok sangat mudah. Seperti aplikasi lainnya yang diunduh melalui laman playstore di Smartphone/HP Android. Selanjutnya pengguna TikTok menambahkan filter pada saat mengekspresikan diri untuk menghasilkan video yang kreatif dan diinginkan. Pemakaian tik tok tidaklah rumit, karena hanya menggunakan Smartphone membuat video di tiktok cepat dan mudah. Tidak dipungkiri anak-anak menjadi sering bermain dengan smartphone mereka untuk mengakses media sosial dari pada bermain dan berinteraksi dengan lingkungannya.¹⁰ Bagi sebagian masyarakat Indonesia, kegunaan TikTok dapat menjadi saluran untuk mengisi waktu luang untuk kepentingan privasi penggunanya. Konten yang

¹⁰ Tri Buana dan Dwi Maharani, “Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak,” *Jurnal Inovasi*, 1 (2020), 5

bervariasi dapat dimanfaatkan penggunaanya dalam menciptakan aksen komedi, tantangan, edukasi, ataupun dance.¹¹

TikTok selain berguna untuk sumber informasi juga media penghibur dengan mengkombinsi konten music dan dance. Disamping itu, pengguna TikTok akan semakin mahir karena terlatih dengan sendirinya untuk editing video yang dibuatnya. Aplikasi TikTok tidak hanya untuk membuat video saja melainkan pengguna dapat melihat video hasil karya orang lain. Video yang ditampilkan terdiri dari berbagai video dengan berbagai genremusik, baik musik pop, musik islami, musik DJ, maupun dangdut. Oleh sebab itu, terdapat ragam konten yang dihadirkan dalam aplikasi itu. Ragamnya terdiri konten tips dan trik, mukbang, edukasi, memasak, skincare, fashion, haul shopee, dan dance challenge.¹²

4. Siswa

Menurut Prof. Dr. Shafique Ali Khan dalm bukunya filsafat islam al-ghazali, pengertian siswa adalah orang yang datang ke suatu lembaga untuk memperoleh atau mempelajari beberapa tipe pendidikan. Seorang pelajar adalah orang yang mempelajari ilmu pengetahuan berapapun usianya, dari mana pun, siapa pun, dalam bentuk apa pun, dengan biaya apa pun untuk meningkatkan intelek dan

¹¹ Elisa Intania, dkk., “Analisis Penggunaan Aplikasi Tik Tok Pada Anak Usia Dini Di Masa Pandemi,” *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Widya Komunika*, 2 (Oktober 2022), 116

¹² Tri Buana dan Dwi Maharani, “Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak,” *Jurnal Inovasi*, 1 (2020), 5

moralnya dalam rangka mengembangkan dan membersihkan jiwanya dan mengikuti jalan kebaikan.¹

Pengertian siswa dalam wikipedia adalah anggota masyarakat yang berusaha meningkatkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan formal maupun non formal, pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu.

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pengertian siswa/ murid/ peserta didik berarti orang (anak yang sedang berguru, belajar, bersekolah).¹³ Sedangkan pengertian siswa atau peserta didik menurut ketentuan umum undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 (P.R. Indonesia, 2003) tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.¹ Adapun ciri-ciri peserta didik adalah kelemahan dan ke-takberdayaannya, berkemauan keras untuk berkembang, ingin menjadi diri sendiri (memperoleh kemampuan).¹⁴

Dapat disimpulkan pengertian siswa adalah anak yang datang ke suatu lembaga untuk memperoleh pembelajaran melalui pendidikan formal maupun non formal.

5. Gaya komunikasi

¹³ Departemen Pendidikan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 601

¹⁴ Abu Ahmadi, Nur Uhbiyati, *Ilmu Pendidikan Cetakan ke II*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 40

Apa itu “gaya komunikasi”, pada hakikatnya komunikasi sebagai tindakan pengiriman dan penerimaan pesan, juga konsep tentang gaya yang merujuk pada cara bagaimana kita berkomunikasi. Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara kita berperilaku ketika kita mengirim dan menerima pesan. Disebut gaya komunikasi pribadi karena kita paling sering memakai gaya tertentu ketika berkomunikasi dengan orang lain. Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang unik, karena itu jika kita mengenal gaya komunikasi seseorang maka kita juga dapat menemukan kesadaran dari diri kita sehingga dapat mengembangkan interaksi dan relasi antarpersonal demi tercapainya komunikasi efektif.

Mengutip beberapa konsep yang menerangkan “pengertian gaya komunikasi” agar dapat memberikan makna yang tepat mengenai gaya komunikasi, yaitu;

- a. Gaya komunikasi didefinisikan sebagai; *a cognitive process which accumulates ‘micro behavior’ form-giving of literal content, and adds up to ‘macro judgment’*. When a person communicates, it is considered an attempt of getting literal meanings across-(proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain).

- b. Gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai *meta-messages* yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi (*communication styles can also be viewed as a meta-message which contextualizes how verbal messages should be acknowledged and interpreted*). Definisi ini menjelaskan mengapa seseorang berkomunikasi, tidak lain berkomunikasi sebagai upaya untuk merefleksikan identitas pribadinya yang dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas tersebut.
- c. Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan. ¹

Para ahli komunikasi telah mengelompokkan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi kedalam sepuluh jenis.

- a. Gaya dominan (*dominant style*), gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
- b. Gaya dramatis (*dramatic style*), gaya seorang individu yang selalu “hidup” ketika dia bercakap-cakap.
- c. Gaya kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk menentang orang lain.

- d. Gaya animasi (*animated style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
- e. Gaya berkesan (*impression style*), gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan.
- f. Gaya santai (*relaxed style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
- g. Gaya atentif (*attentive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.
- h. Gaya terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja balakblakan.
- i. Gaya bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respons positif, dan mendukung.

- j. Gaya yang tepat (*precise style*), gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.¹⁵

Haffner¹⁶, juga membuat klasifikasi gaya komunikasi berdasarkan karya Mc Callister¹⁷, dia mengelompokkan gaya komunikasi menjadi tiga, yaitu;

- a. *Passive style*- gaya individu yang cenderung menilai kehadiran orang lain lebih penting daripada dirinya sendiri.
- b. *Assertive style*- gaya individu yang membela hak-hak dia sendiri namun tidak mengabaikan hak orang lain,
- c. *Aggressive style*- gaya individu yang merasa dirinya superior, mau menang sendiri, mau benar sendiri, juga tidak memperhitungkan perasaan, dan hak-hak orang lain.

Adapun secara umum gaya komunikasi terbagi menjadi tiga macam yaitu, sebagai berikut:

- a. Gaya Komunikasi Pasif

“Gaya Komunikasi Pasif” adalah gaya komunikasi individu yang menghindari cara mengungkapkan pendapat atau perasaan, secara terbuka, tentang berbagai hal yang berkaitan dengan hak-hak pribadinya, termasuk tidak terlalu suka

¹⁵ Alo Liliwari, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 309-310.

¹⁶ Haffner, (1997)

¹⁷ Mc Callister, (1992)

mengungkapkan cara-cara untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi orang ini menghindari konfrontasi terbuka dengan pihak lain.

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

- 1) Menghindari pengungkapan pendapat, perasaan secara terbuka tentang hal-hal pribadi,
- 2) Menghindari konfrontasi terbuka dengan pihak lain.

b. Gaya Komunikasi Agresif

Pada umumnya gaya komunikasi agresif selalu melibatkan manipulasi. Individu dengan gaya komunikasi agresif terbiasa berbicara dengan berani, mahir, langsung, dan sering dengan kata-kata, dan suara yang keras. Orang ini sering dipersepsikan sebagai orang sombong, suka menuntut, suka cari masalah, dalam persaingan. Maka dapat disimpulkan, sebagai berikut;

- 1) Berbicara dengan berani,
- 2) Berbicara secara langsung,
- 3) Berbicara dengan mahir,
- 4) Berbicara dengan suara dan kata-kata yang keras.

c. Gaya Komunikasi Asertif

Individu dengan gaya asertif merupakan orang yang bersifat tegas, percaya diri, dan karena itu sangat menghargai dirinya sendiri. Ketika berbicara maka dia akan tampil dengan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas, bersikap jujur, dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya. Gaya

komunikasi asertif merupakan gaya dimana individu dengan jelas menyatakan pendapat dan perasaannya, dia juga tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain. Maka dapat disimpulkan, sebagai berikut;

- 1) Berbicara dengan penampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas,
- 2) Berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya,
- 3) Tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain.

d. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif

Individu dengan gaya komunikasi pasif-agensif ini memiliki gaya campuran antara gaya pasif dan gaya agresif. Jadi dia akan tampil dengan gaya komunikasi pasif di permukaan saja padahal bagian dalamnya adalah seorang agresif. Dia adalah seorang pemarah dan kasar namun mengungkapkannya dengan halus.¹ Maka dapat disimpulkan, sebagai berikut;

- 1) Dari dalam menjadi seorang pemarah atau kasar,
- 2) Dari luar menjadi seorang yang halus.

6. Madrasah Ibtidaiyah

Madrasah Ibtidaiyah, sebagaimana tercantum pada PP no 28/1990 pasal 1 (3) tentang Pendidikan Dasar bahwa “Sekolah Dasar dan

Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama yang berciri khas agama islam yang diselenggarakan oleh Departemen Agama masing-masing disebut Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah.” Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia madrasah ibtidaiyah berarti sekolah agama (islam) tingkat dasar. Madrasah Ibtidaiyah (MI) memiliki makna yang sama dengan Sekolah Dasar (SD), namun pengelolaannya dilakukan oleh Kementerian Agama dan bercorak Islami. Pendidikan dalam Madrasah Ibtidaiyah dilakukan dalam 6 tahun, mulai dari kelas 1 hingga kelas 6.¹⁸

MI Salafiyah Berek, adalah lembaga pendidikan Islam terpadu yang mengembangkan model pendidikan Islam berwawasan sains dan teknologi, serta kecakapan hidup. Jenjang pendidikan yang dikembangkan terdiri atas Pendidikan Anak usia Dini, Taman Kanak-kanak Nurul Jadid, dilanjutkan tingkat Madrasah Ibtidaiyah, serta nantinya Perguruan Tinggi.

Dalam perkembangannya, MI Salafiyah Berek telah mampu membuktikan ekspektasi masyarakat, yaitu mencetak profil lulusan yang berkualitas. Baik kualitas secara akademik maupun non akademik. Ini terbukti dengan berbagai penghargaan dan prestasi yang telah diraih, di tingkat lokal, regional, maupun nasional, mulai dari siswa, guru serta institusinya. MI Salafiyah Berek memberikan layanan

¹⁸ Fitri Nuriyatun Nisa Cholis, Skripsi “*Perancangan Madrasah Ibtidaiyah Dengan Pendekatan Metode Ajar Konstruktivisme*”, (Malang: Universitas Islam Negeri Sunan Maulana Malik Ibrahim, 2014)

pendidikan secara berimbang terhadap perkembangan intelektual, emosional dan spiritual anak dengan menggunakan metode pembelajaran yang atraktif dan inovatif. Dengan didukung oleh tenaga pendidik yang profesional, sarana-prasarana yang memadai, kurikulum pembelajaran dan metode pembelajaran yang inovatif, maka dapat memberikan layanan pendidikan terbaik bagi semua peserta didik.¹

7. Teori SOR

Model atau teori S-O-R atau Stimulus Organism Response dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang menjelaskan bahwa ada tiga unsur penting dalam komunikasi model ini, yaitu: Pesan (Stimulus, S), Komunikan (Organism, O), dan Efek (Response, R). Artinya, pesan yang disampaikan oleh komunikator pada dasarnya untuk menggerakkan dan merubah sikap/perilaku khalayak sasaran untuk bertindak sesuai dengan yang diharapkan komunikator.¹⁹ Menurut stimulus response ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan mempersiapkan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur dari model teori ini adalah pesan (*stimulus*), komunikan (*organism*), dan efek (*response*). Proses perubahan sikap menurut teori S-O-R dapat terjadi jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima juga mungkin ditolak. Komunikasi akan

¹⁹ Mustika Abidin, "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran" Komunikasi dan Media, 1, (Juli, 2022), 52.

berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.¹ Dengan demikian, Model atau teori Stimulus Organism Response (S-O-R) yaitu komunikasi yang menyebabkan terjadinya proses aksi-reaksi sehingga penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikan).²⁰

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka didapatkan dua hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak dapat pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun

Hi: Terdapat pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun

²⁰ Mustika Abidin, "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran" Komunikasi dan Media, 1, (Juli, 2022), 53.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Pendekatan ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini sebagai metode ilmiah/ scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, obyektif, terukur rasional, dan sistematis. Pendekatan ini juga disebut sebagai metode discovery, karena dengan metode pendekatan ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Pendekatan ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹

Dalam pendekatan kuantitatif ini peneliti menggunakan metode survei. Penelitian dengan metode survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/ sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah dan dianalisis. Penelitian dengan metode ini merupakan penelitian yang menggunakan kuisioner sebagai instrumen penelitian. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti.¹

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2013), 7

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian sepadan pengertiannya dengan desain penelitian. Menurut Herlinger rancangan penelitian merupakan rencana, struktur, dan strategi penelitian yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian dan mengendalikan variance.² Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif korelasional yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberap variabel. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif korelasional adalah penelitian menggunakan pendekatan yang data-datanya numerikal dan diolah dengan menggunakan metode statistik.¹

B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel

Secara teorotis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu oang dengan yang lain atau suatu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuwan atau kegiatan tertentu. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³

² Trisna Rukhmana, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif*, (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2022), 133

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 38

Sedangkan yang dimaksud dengan definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Variabel-variabel penelitian yang telah diidentifikasi dan di klasifikasi oleh peneliti, selanjutnya perlu didefinisikan dengan lebih operasional. Artinya, batasan yang memiliki sifat memudahkan peneliti untuk melakukan pengamatan (observasi) terhadap data yang dikumpulkan berdasarkan jenis variabel tersebut.¹

Penelitian ini mempunyai dua variabel yaitu :

1. Variabel Independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini Media Sosial Tik Tok sebagai variabel bebas (*independent*)
2. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek, Pucanganom Kebonsari, Madiun sebagai variabel terikat (*dependent*).⁴

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013),

Dari variabel yang telah ditentukan memperoleh berbagai kajian teori, dimana dari teori yang telah diuraikan dari bab sebelumnya dapat diperoleh beberapa indikator yang menjadi sumber pembuatan operasional variabel untuk dijadikan bahan dari instrumen penelitian.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Keterangan
Media Sosial Tik Tok (variabel x)	Frekuensi	-Saya mengakses media sosial tik tok setiap hari -Saya lebih mengakses media sosial tik tok lebih dari sekali dalam sehari -Saya menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses tik tok	Pertanyaan No. 1-3
	Informasi	-Saya mencari informasi melalui tik tok -Saya mencari informasi yang sedang viral di tik tok -Saya saling berbagi informasi viral dari tik tok	Pertanyaan No. 4-6
	Trend	-Saya mengikuti trend terbaru yang viral di tik tok -Saya menerapkan trend yang viral di tik tok dalam kehidupan sehari-hari	Pertanyaan No. 7-8
	Interaksi	-Saya berbagi informasi melalui tik tok	Pertanyaan No. 9-12

		<p>-Saya menjalin silaturahmi dengan keluarga dan teman melalui tik tok</p> <p>-Saya bertukar pesan ke-sesama pengguna tik tok</p> <p>-Saya membuat konten di tik tok</p>	
Gaya Komunikasi Siswa (variabel y)	Gaya komunikasi pasif	<p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok, membuat saya menghindari pengungkapan perasaan sendiri</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok, membuat saya menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain</p>	Pertanyaan No. 13-14
	Gaya komunikasi agresif	<p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara dengan berani</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara secara langsung</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara dengan mahir</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara dengan suara dan kata-</p>	Pertanyaan No. 15-18

		kata yang keras.	
	Gaya komunikasi asertif	<p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara dengan penampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain.</p>	Pertanyaan No. 19-21
	Gaya komunikasi pasif-agresif	<p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya menjadi seorang pemarah atau kasar dari dalam</p> <p>-Menurut saya, terlalu sering mengakses tik tok membuat saya menjadi seorang yang halus dari luar.</p>	Pertanyaan No. 22-23

Sumber: Data Kuisisioner 2023

C. Instrumen Penelitian

Untuk mengukur karakteristik suatu variabel diperlukan alat ukur yang disebut dengan instrumen. Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah

suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto, instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar.¹

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan angket atau kuisisioner yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan skala yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. SS: Sangat setuju diberi skor 5
2. S: Setuju diberi skor 4
3. RR: Ragu-ragu diberi skor 3
4. TS: Tidak setuju diberi skor 2

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013),

5. STS: Sangat tidak setuju diberi skor 1

Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrumen penelitiannya.

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk memperkirakan apa yang ingin dihitung atau sebagai target untuk alat kalkulasi. Tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh di lapangan dengan data yang disajikan oleh peneliti disebut validitas. Data yang valid adalah data yang —tidak dapat dibedakan— dari data peneliti dan data yang dikumpulkan dari obyek penelitian.

Penelitian yang baik adalah penelitian yang memiliki data penelitian yang valid, dapat diandalkan, dan obyektif, akibatnya, agar penelitian itu dianggap akurat, validitasnya harus diuji. Uji validitas dapat digunakan untuk menilai validitas tanggapan responden terhadap suatu kuesioner. Dalam uji validitas, item pernyataan dibandingkan dengan skor keseluruhan. Korelasi Product Moment digunakan untuk pengujian validitas penelitian ini dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Gambar 3.1 Rumus Korelasi Product Moment

Sumber: <https://maglearning.id/2020/07/22/korelasi-product-moment-karl-pearson/>

Keterangan:

r_{xy} : koefisien validitas

N : banyaknya subjek

X : Nilai pembanding

Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan sejauh mana temuan pengukuran konsisten ketika studi yang sama diuji ulang. Reliabilitas memiliki arti dapat dipercaya yang bertautan dengan keandalan sebuah indikator. Dengan kata lain, data yang ditampilkan sebuah indikator tidak berubah akibat indikasi tersebut. Sebuah alat ukur andalan dapat dikatakan sebagai hasil uji reliabilitas.

Teknik Alpha Cronbach digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini. Semakin dekat koefisien reliabilitasnya dengan 1, semakin kuat konsistensi internalnya. Alpha Cronbach memiliki batas bawah 0,70 secara umum, namun 0,60 masih dapat diterima. Rumus Alpha Cronbach yaitu :

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Gambar 3.2 Rumus Alpha Cronbach

Sumber:

<https://metpenkuantitatif.blogspot.com/2019/03/uji-reliabilitas-instrumen-dengan.html>

Untuk kategori koefisien reliabilitasnya sebagai berikut¹:

No.	Rentang r_{11}	Keterangan
1	$0,80 < r_{11} \leq 1,00$	reliabilitas sangat tinggi
2	$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	reliabilitas tinggi
3	$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	reliabilitas sedang
4	$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	reliabilitas rendah
5	$-1,00 < r_{11} \leq 0,20$	reliabilitas sangat rendah (tidak reliable)

Gambar 3.3 Kategori Koefisien Realibilitas

Sumber: <https://123dok.com/document/yw457oz-s-te-chapter.html>

D. Lokasi, Populasi dan Sampel

1. Lokasi

Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah para siswa MI Salafiyah Berek, Pucanganom, Kebonsari, Madiun. Alasan memilih tempat tersebut dikarenakan kemungkinan besar para siswa di MI Salafiyah Berek banyak yang menggunakan atau mengakses

aplikasi tik tok secara terus menerus yang akhirnya dapat berpengaruh pada gaya komunikasi para siswa.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek atau benda- benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁶ Obyek yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah Siswa MI Salafiyah Berek, Pucanganom, Kebonsari, Madiun dengan jumlah siswa yang dijabarkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Kelas dan Jumlah Siswa MI Salafiyah Berek

No.	Kelas	Jumlah
1.	I	51
2.	II	36
3.	III	47
4.	IV	36

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 80

5.	V	41
6.	VI	48
Total		259

Sumber: Data MI Salafiyah Berek

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *random sampling*. Sedangkan untuk menghitung sampel dari populasi yang digunakan, peneliti menggunakan perhitungan menurut rumus *slovin*.

$$n = N1 + Ne2$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi.

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n=N_1+N_2$$

$$n=2591+259(0,10)(0,10)$$

$$n=2591+259 \cdot 0,01$$

$$n=2591+2,59$$

$$n=2593,59$$

$$n=72,14 \text{ dibulatkan menjadi } 72 \text{ responden}$$

E. Tahap-Tahap Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) tahap-tahap penelitian yang diperlukan dalam penelitian kuantitatif ini ialah:

1. Menemukan Masalah:

Penelitian berawal dari adanya masalah yang dapat digali dari sumber empiris dan teoritis, sebagai suatu aktivitas penelitian pendahuluan (prapenelitian). Agar masalah ditemukan dengan baik memerlukan fakta-fakta empiris dan diiringi dengan penguasaan teori yang diperoleh dari mengkaji berbagai literatur relevan. Banyak membaca literatur ataupun mengamati lingkungan sekitar, dapat membantu bagi seorang peneliti untuk munculnya suatu masalah penelitian. Dalam tahap ini peneliti telah menemukan masalah yang telah dipilih melalui pengamatan peneliti pada lingkungan sekitar. Masalah yang ditemukan

peneliti, yaitu adanya pengaruh media sosial tik tok terhadap siswa.

2. Menentukan Rumusan Masalah:

Masalah yang ditemukan diformulasikan dalam sebuah rumusan masalah, dan umumnya rumusan masalah disusun dalam bentuk pertanyaan. Pada penelitian ini peneliti telah menentukan 2 rumusan masalah, yaitu apakah ada pengaruh media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi siswa Mi Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun? dan seberapa besar pengaruh media sosial tiktok terhadap gaya komunikasi siswa Mi Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun?

3. Pengajuan Hipotesis:

Masalah yang dirumuskan relevan dengan hipotesis yang diajukan. Hipotesis digali dari penelusuran referensi teoritis dan mengkaji hasil-hasil penelitian sebelumnya. Peneliti telah menyatakan masalah dalam penelitian ini telah relevan dengan mengkaji beberapa penelitian terdahulu.

4. Metode/ Strategi Pendekatan Penelitian:

Untuk menguji hipotesis, maka peneliti harus memilih metode/ strategi/ pendekatan/ desain penelitian yang sesuai. Dengan masalah yang telah peneliti pilih maka pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

5. Menyusun Instrumen Penelitian:

Langkah setelah menentukan metode/ strategi pendekatan penelitian, maka peneliti merancang instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data, misalnya angket, pedoman wawancara, atau pedoman observasi, dan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen agar instrumen memang tepat dan layak untuk mengukur variabel penelitian. Dalam penelitian ini alat instrumen yang digunakan peneliti ialah kuisisioner atau angket.⁷

6. Mengumpulkan dan Menganalisis Data:

Data penelitian dikumpulkan dengan instrumen yang valid dan reliabel, dan kemudian dilakukan pengolahan dan analisis data penelitian dengan menggunakan alat-alat uji statistik yang relevan dengan tujuan penelitian.

7. Kesimpulan:

Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis. Melalui kesimpulan maka akan terjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.¹

F. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 36-37

sudah tersedia. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, yaitu program SPSS.

Teknik atau analisis yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier adalah regresi yang variabel bebasnya (variabel x) berpangkat paling tinggi satu. Untuk regresi linier sederhana, yaitu regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel (variabel x dan y). regresi adalah salah satu cara untuk mengadakan suatu prediksi suatu variabel yang tidak diketahui dari suatu variabel yang diketahui. Pada umumnya jika kita telah menentukan korelasi antara variabel x dan y adalah nol (0) maka tidak ada hubungan yang sistematis antara dua variabel tersebut, akan tetapi bila korelasinya tidak 0 maka pengetahuan terhadap suatu variabel dapat dipergunakan untuk memprediksi variabel yang lain. Hubungan antara *variabel independent* (variabel bebas/ penyebab) diberi tanda x dan *variabel dependent* (bergantung/ akibat) diberi tanda y , secara sederhana dapat digambarkan pada suatu garis lurus.⁸

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.

Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka

⁸ Amos Neolaka, *Metode Penelitian Dan Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 137.

terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.¹ Dalam analisis normalitas data peneliti menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah suatu uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi diantara variabel yang sedang diteliti. Uji ini untuk melihat apakah ada hubungan yang linier yang signifikan dari dua buah variabel yang sedang diteliti.⁹

Langkah-langkah menjawab uji linieritas:

1) Membuat hipotesis

(a) Data kelompok A dengan kelompok B tidak berpola linier

(b) Data kelompok A dengan kelompok B berpola normal

2) Menentukan risiko kesalahan

3) Kriteria pengujian signifikansi

(a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

(b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan sarana yang dipergunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel-variabel yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik dan garis. Hubungan fungsional terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau

⁹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: MPI, 2017), 85

variabel prediktor (dependent) umumnya dinyatakan dengan X dan variabel terikat atau respon (independent) dinyatakan dengan Y.

Analisis regresi dan korelasi dapat berbentuk sederhana, berganda, dan parsial. Analisis regresi dan korelasi sederhana menunjukkan hubungan dua variabel, yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat.¹ Analisis regresi bertujuan menentukan persamaan regresi yang baik yang dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen. Peneliti menggunakan bantuan SPSS untuk menghitung regresi. Sementara rumus menghitung persamaan regresi adalah:

$$Y=a+b X$$

Keterangan:

Y = subjek variabel terikat yang diprediksikan

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = nilai arah atau nilai koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan (+) ataupun penurunan (-) variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Menurut Sugiyono Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Pada penelitian ini diketahui variabel independen adalah Media sosial tik tok sedangkan variabel dependen adalah

siswa MI Salafiyah Berek. Adapun langkah-langkah dalam menguji hipotesis sebagai berikut:

1) Menentukan t hitung, yaitu dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi sederhana

n = jumlah sampel

2) Menentukan tabel taraf signifikan 5%

3) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- i. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- ii. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Peneliti menggunakan bantuan SPSS untuk menghitung Uji

Hipotesis agar mempermudah dan mengefisiensi waktu.

b. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono analisis koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya presentase variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan oleh koefisien determinasi yang berarti variabel mana yang berpengaruh dominan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi Product Moment

Dengan batas koefisien determinasi $0 < kd < 1$

Untuk mempermudah dalam proses perhitungan peneliti
menggunakan bantuan SPSS.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Media Sosial Tik Tok

a. Sejarah Tik Tok

Tik Tok diluncurkan oleh ByteDance di Tiongkok pada September 2016, awalnya dengan nama A.me, sebelum diubah namanya menjadi Douyin pada Desember 2016. ByteDance bermaksud memperluas Douyin ke luar negeri. CEO Byte Dance, Zhang Yiming, berkata, "China adalah rumah bagi seperlima pengguna Internet di seluruh dunia. Jika kita tidak menyebar secara internasional, kemungkinan besar kita akan kalah dari rekan-rekan yang mengincar empat per lima. Jadi, menjadi global adalah suatu keharusan". Tik tok dibuat dalam 200 hari dan 100 juta pengguna dalam setahun, dengan lebih dari satu miliar video ditonton setiap hari. Tik Tok dirilis di pasar internasional pada September 2017.

Pada 23 Januari 2018, aplikasi Tik Tok menduduki peringkat No.1 di antara unduhan perangkat lunak gratis dari toko perangkat lunak di Thailand dan negara lain. Pada tahun 2018, Tik Tok telah tersedia di lebih dari 150 negara dan 75 bahasa. Tik-Tok diunggah ke App Store Apple lebih dari 104 juta kali selama paruh pertama tahun 2018, menurut data yang

disajikan oleh Sensor Tower kepada CNBC. Ini melampaui Twitter, YouTube dan Instagram untuk menjadi perangkat iOS yang paling banyak diunduh di dunia.¹

Misi dari Tik Tok ini yaitu untuk membuat suatu kreativitas dan merekam setiap momen berharga dari masyarakat seluruh dunia melalui ponsel yang dimilikinya. Dengan adanya tik tok ini, bisa mendorong penggunaanya menjadi seorang kreator yang dapat mengekspresikan pemikiran mereka hanya melalui video dengan durasi 15 detik. Dari durasi video yang pendek ini, orang-orang pun jadi tertarik untuk memakainya. Ditambah lagi dengan adanya beberapa fitur kreatif yang disediakan.

Selain itu, kita bisa menentukan konten pilihan yang kita mau, seperti kuliner, olahraga, musik, dan sebagainya. Namun, jika hanya tinggal beralih ke video lainnya atau bisa dengan mengklik tombol “not interested”, sehingga video-video tersebut tidak muncul kembali. Karena kemudahan dan kesederhanannya inilah, yang menjadikan tik tok sangat menonjol dibanding platform sosial media lainnya.

Di Indonesia , keviralan tik tok berawal di tahun 2018. Akan tetapi, tik tok sempat diblokir oleh pemerintah Indonesia karena dianggap tidak bermanfaat dan dianggap aneh oleh sebagian

¹ Jordan Smith, *Tik Tok Algorithms 2023 15,000/Month Guide To Escape Your And Build an Successful Social Media Marketing Business From Home Using Your Personal Account, Branding, SEO, Influencer*, (2022) 1-2

masyarakat. Walaupun begitu, kini tik tok sudah bisa diakses kembali dan bahkan semakin banyak orang yang menggunakan aplikasi ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya konten kreator tik tok yang memiliki ide-ide yang kreatif dan menghibur. Itulah kepopuleran tik tok yang kini telah mendunia, khususnya bagi masyarakat Indonesia.²

Demi memastikan terciptanya pengalaman yang aman, terpercaya, dan menyenangkan, tiktok menyusun serangkaian Panduan Komunitas yang mencakup peraturan dan standar dalam menggunakan tiktok. Panduan ini berlaku bagi semua orang dan segala hal di tiktok. Panduan ini disusun dengan mempertimbangkan kerangka hukum internasional, praktik terbaik industri, serta berbagai masukan dari komunitas kami, pakar keamanan dan kesehatan masyarakat, serta Dewan Penasihat regional tiktok. Kami mengembangkan Panduan Komunitas tiktok untuk menanggapi risiko dan potensi bahaya yang muncul sebagai akibat dari perilaku baru.

Pendekatan kami terhadap moderasi konten didasarkan pada empat pilar:

1. Menghapus konten yang melanggar peraturan kami dari platform

² Dwi Aris Nurohman, *Konten Kreator: Cara Menghasilkan Uang Dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktokker*. (Jakarta: El Markazi. 2021), 98-100

2. Menerapkan batasan usia untuk konten dewasa sehingga hanya dapat dilihat oleh orang dewasa (18 tahun ke atas)
3. Mempertahankan standar kelayakan deretan konten Untuk Anda untuk membantu memastikan bahwa konten yang dipromosikan oleh sistem rekomendasi kami layak untuk audiens umum
4. Memberdayakan komunitas kami dengan menyediakan informasi, dukungan, dan sumber daya.³

TikTok menyatakan platform ini ditujukan untuk pengguna yang berusia 13 tahun ke atas. Untuk pengguna berusia 13 tahun ke atas, aplikasi TikTok akan mengumpulkan informasi-informasi pribadi, seperti usia, username dan password, bahasa, nomor telepon, e-mail, daftar kontak hingga preferensi penggunaan. Sementara, untuk pengguna di bawah usia 13 tahun, pihak TikTok telah meluncurkan kebijakan privasi khusus yang merujuk pada aturan undang-undang yang berlaku di Amerika Serikat. Data yang dikumpulkan untuk pengguna anak-anak ini antara lain username, password, dan tanggal lahir. Tetapi, pihak TikTok juga mengatakan bahwa mereka akan mengumpulkan data lain seperti identitas perangkat, alamat IP, tipe web browser, dan data aktivitas penggunaan aplikasi, seperti riwayat tontonan, durasi tontonan dan penggunaan data

³ Tik Tok, <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/id>, diakses 13 September 2023

umum. Data-data ini akan digunakan pihak pengembang aplikasi untuk menyaring video dan iklan yang tampil agar sesuai dengan usia anak.⁴

b. Survey Penggunaan Tik Tok

Setelah peneliti melakukan survei dan pengamatan sementara, mayoritas dari siswa yang bersekolah di MI Salafiyah Berek telah diberikan kesempatan untuk mengoperasikan gadget. Para murid yang telah diberi kesempatan tersebut mayoritas juga mengakses media sosial tik tok. dengan kemudahan akses para siswa menggunakan tik tok dimana saja dan kapan saja setiap mereka memiliki waktu luang.

Berbagai konten video dapat mereka akses dengan mudah. Adapun para siswa MI Salafiyah Berek dapat mengakses konten video tentang informasi, dimana informasi yang disajikan berbagai jenis informasi yang menarik terkait berita terkini, hiburan, pendidikan. Ada juga konten video yang berisi tentang drama-drama yang dibuat oleh penguuna tik tok, berupa drama tentang sekolah, keluarga, bullying, hiburan dan berbagai jenis drama yang lain. Ada juga pengguna tik tok yang menyajikan seseorang seakan- akan bercerita dengan para penonton. Dan

IAIM
P O N O R O G O

⁴ Winda Carmelita, "Tren Baru: Amankah Bermain TikTok untuk Anak-anak?"
<https://www.popmama.com/amp/big-kid/10-12-years-old/winda-carmelita/amankah-bermain-tiktok-untuk-anak-anak?page=all#page-2>, diakses 12 September 2023

masih banyak konten yang dapat di akses seperti halnya konten tentang informasi, hiburan, dan edukasi.

c. Logo Tik Tok

TikTok adalah tempat terkemuka untuk video pendek ponsel. Misi kami adalah untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita.⁵



Gambar 4.1 Logo Tik Tok

Sumber: <https://pixabay.com/id/illustrations/tiktok-logo-merek-aplikasi-tik-tok-5962992/>

2. MI Salafiyah Berek

a. Sejarah MI Salafiyah Berek

Pada Tahun 1957 melalui gagasan seorang ulama besar, Ky. H. Ali Rohmad Pengasuh Pondok Pesantren Mutatowi'in Kebonsari Madiun, untuk mendirikan satu lembaga pendidikan yang berbasis Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah Annahdiyah, untuk mewujudkan gagasan ini, beliau mengutus kedua Santri utamanya, yang kita kenal kemudian dengan K.H. Subakir dan

⁵ Tik Tok, <https://www.tiktok.com/about?lang=id>, diakses pada 30 Mei 2023

Ky. Mujtahid. Didukung oleh tokoh-tokoh masyarakat, maka berdirilah satu Madrasah Ibtidaiyah yang kita kenal dengan “MI SALAFIYAH BAREK”

Dalam perkembangannya, MI Salafiyah Barek telah mampu membuktikan ekspektasi masyarakat, yaitu mencetak profil lulusan yang berkualitas. Baik kualitas secara akademik maupun non akademik. Ini terbukti dengan berbagai penghargaan dan prestasi yang telah diraih, di tingkat lokal, regional, maupun nasional, mulai dari siswa, guru serta institusinya.

MI Salafiyah Barek, adalah lembaga pendidikan Islam terpadu yang mengembangkan model pendidikan Islam berwawasan sains dan teknologi, serta kecakapan hidup. Jenjang pendidikan yang dikembangkan terdiri atas Pendidikan Anak usia Dini, Taman Kanak-kanak Nurul Jadid, dilanjutkan tingkat Madrasah Ibtidaiyah, serta nantinya Perguruan Tinggi.

MI Salafiyah Barek memberikan layanan pendidikan secara berimbang terhadap perkembangan intelektual, emosional dan spiritual anak dengan menggunakan metode pembelajaran yang atraktif dan inovatif. Dengan didukung oleh tenaga pendidik yang profesional, sarana-prasarana yang memadai, kurikulum pembelajaran dan metode pembelajaran yang inovatif, maka dapat memberikan layanan pendidikan terbaik bagi semua peserta didik.

b. Visi, Misi Dan Tujuan MI Salafiyah Barek

1) Visi

Terwujudnya manusia unggul yang bertaqwa, berilmu, berakhlak mulia, trampil dan mampu mengaktualisasikan diri dalam kehidupan bermasyarakat.

2) Misi

- a) Menciptakan lembaga pendidikan yang islami dan berkualitas
- b) Menumbuhkan kepribadian, iman, ilmu, amal dan akhlak mulia.
- c) Memberikan penguasaan dalam ilmu Pengetahuan
- d) Menumbuhkan semangat keunggulan dan mampu menginternalisasikan nilai nilai ke-Islaman dalam kehidupan sehari-hari.

3) Tujuan

- a) Meningkatkan dasar-dasar aqidah islamiyah yang kuat.
- b) Mengamalkan shalat berjamaah dhuhur, shalat Dhuha dan stighosah di madrasah.
- c) Meningkatkan nilai rata-rata UJIAN MADRASAH secara berkelanjutan.
- d) Meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris dan bahasa Arab secara aktif.

- e) Meningkatkan jumlah sarana /prasarana serta pemberdayaannya yang mendukung peningkatan prestasi akademik dan non akademik
- f) Terampil menggunakan teknologi informasi.
- g) Memiliki kesiapan untuk melanjutkan studi di jenjang menengah.¹

B. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun berjumlah 259 siswa kemudian diambil 72 siswa sebagai sampel.

Adapun dalam proses pengisian kuisioner, para responden didampingi oleh orang tua masing-masing. Terutama responden yang berasal dari kelas bawah yaitu kelas 1, 2, dan 3. Adapun kelas bawah yang belum memungkinkan untuk mengisi instrumen secara mandiri, terus didampingi dan dibantu oleh orang tua masing-masing.

Tabel 4.1 Daftar Responden

No.	Nama Responden	Kelas	Jenis Kelamin
1.	Alif Fulla A'mal F.	5	Laki-laki
2.	Aulia Indana L.	3	Perempuan
3.	Azmi Yuhda M.	6	Laki-laki
4.	Amirotun Nurul A.	6	Perempuan

5.	Alfandi Yusuf R. P.	4	Laki-laki
6.	Kinanty Putri Arista	1	Perempuan
7.	Kimyuna Nur'aini A.	3	Perempuan
8.	Aisha Anindya S.	2	Perempuan
9.	Cintia Ayunda Dewi	5	Perempuan
10.	M. Avrillian S. A.	5	Laki-laki
11.	Saskia Khorinah L.	5	Perempuan
12.	Frisca Yoshita A.	6	Perempuan
13.	Zahwa Dini Karinza	4	Perempuan
14.	Nina Zakiyarsih	1	Perempuan
15.	Novia Arrira Z.	3	Perempuan
16.	Ashyfa Zahiratun N.	2	Perempuan
17.	Sakti Adhyastha B.	4	Laki-laki
18.	Daffa Muzhafar H.	1	Laki-laki
19.	Putri Noviani D.	5	Perempuan
20.	Kenzie Hamizan R.	4	Laki-laki

21.	Aliffah Khoirun N.	4	Perempuan
22.	Dafa Ananta	6	Laki-laki
23.	Norawalina A.	2	Perempuan
24.	Nazwan Bin Abdul	3	Laki-laki
25.	Najmi Sabila R.	6	Perempuan
26.	Riska Silomita Putri	4	Perempuan
27.	Zivara Cantika B.	1	Perempuan
28.	Priya Nata Setyawan	6	Laki-laki
29.	Imelda Yulianti	3	Perempuan
30.	Syarifatul Laiyli	4	Perempuan
31.	Aulina Khoirun N.	5	Perempuan
32.	Aisyatul Iza	4	Perempuan
33.	Zivana Latheshia D.	6	Perempuan
34.	Echa Adi Kusuma	2	Perempuan
35.	Kezza Iqbal M.	4	Laki-laki
36.	Zaskiya Aulia F.	5	Perempuan

37.	Allycia Dzikrina H.	6	Perempuan
38.	Sakina Ardhia	6	Perempuan
39.	Maulana Ibrahim	4	Laki-laki
40.	Melani Sefia	3	Perempuan
41.	Shella Kusuma W.	6	Perempuan
42.	Regita Ayu Thania	2	Perempuan
43.	Adinda Nur Faridha	4	Perempuan
44.	Lya Habibah	5	Perempuan
45.	Nila Ruwaiyda	3	Perempuan
46.	Nurul Rohmatul S.	5	Perempuan
47.	Assyifa Prameswari	1	Perempuan
48.	Rifqi Hakim	6	Laki-laki
49.	Vela Eligra A.	1	Perempuan
50.	Mutia Rahma Afifah	4	Perempuan
51.	Diah Sukma	4	Perempuan
52.	Humaira Azzahra	1	Perempuan

53.	Bayu Ardiansyah	3	Laki-laki
54.	Queensha Adanira	2	Perempuan
55.	Chintya Iqmalia P	4	Perempuan
56.	Emilia Fransiska P.	3	Perempuan
57.	Itsna Nida Shidqiya	6	Perempuan
58.	Nayra Aulia Azizah	5	Perempuan
59.	Muhammad Zumar	6	Laki-laki
60.	Brilliant Rizky A.	4	Laki-laki
61.	Riska Nur Mayada	6	Perempuan
62.	Livia Aulina Nikita	1	Perempuan
63.	Ayunda Azkiya R.	4	Perempuan
64.	Rafindaffa Nabil A.	2	Laki-laki
65.	Yazid Husain A.	4	Laki-laki
66.	Afif Miftakhul Huda	5	Laki-laki
67.	Azrul Habibi	4	Laki-laki
68.	Azmi Yuhda M.	6	Laki-laki

69.	M. Yoga Aditya S.	5	Laki-laki
70.	Mufidah Anggraini	4	Perempuan
71.	Shiren Denandra A.	3	Perempuan
72.	Fahima Safa	4	Perempuan

Sumber: Data Kuisisioner 2023

C. Deskripsi Variabel

Pada bagian ini peneliti menyajikan data berdasarkan hasil dari penelitian yang diperoleh. Data tersebut berdasarkan frekuensi dan persentase dalam bentuk tabel. Uraian selengkapnya sebagai berikut:

1. Deskripsi Variabel Media Sosial Tik Tok (Variabel X)

Indikator yang ditetapkan pada variabel Media Sosial Tik tok terdiri dari frekuensi, informasi, trend, dan interaksi.

Pernyataan yang terdapat dalam variabel Media Sosial Tik tok menggunakan pilihan jawaban sesuai dengan skala linkert dengan kategori jawaban sebagai berikut:

SS: Sangat Setuju dengan skor 5

S: Setuju dengan skor 4

R: Ragu Ragu dengan skor 3

TS: Tidak Setuju dengan skor 2

STS: Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

a. Frekuensi

Tabel 4.2 Mengakses media sosial tik tok setiap hari

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	26	36,1%
2.	Setuju	43	59,7%
3.	Ragu Ragu	3	4,1%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.2 menunjukkan 26 responden atau 36,1% menjawab “sangat setuju”, 43 responden atau 59,4% menjawab “setuju”, 3 responden atau 4,1% menjawab “ragu-ragu”, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakses media sosial setiap hari.

Tabel 4.3 Mengakses media sosial tik tok lebih dari sekali dalam sehari

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
-----	-----------	-----------	------------

1.	Sangat Setuju	27	37,5%
2.	Setuju	33	45,8%
3.	Ragu Ragu	5	6,9%
4.	Tidak Setuju	7	9,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisioner 2023

Pada tabel 4.3 menunjukkan 27 responden atau 37,5% menjawab “sangat setuju”, 33 responden atau 45,8% menjawab “setuju”, 5 responden atau 6,9% menjawab “ragu-ragu”, 7 responden atau 9,7% menjawab “tidak setuju” dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakses media sosial lebih dari sekali dalam sehari.

Tabel 4.4 Menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	24	33,3%
2.	Setuju	26	36,1%

3.	Ragu Ragu	11	15,2%
4.	Tidak Setuju	11	15,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.4 menunjukkan 24 responden atau 33,3% menjawab “sangat setuju”, 26 responden atau 36,1% menjawab “setuju”, 11 responden atau 15,2% menjawab “ragu-ragu”, 11 responden atau 15,2% menjawab “tidak setuju” dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses tik tok.

b. Informasi

Tabel 4.5 Mencari informasi atau berita melalui tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	25	34,7%
2.	Setuju	32	44,4%
3.	Ragu Ragu	11	15,2%

4.	Tidak Setuju	4	5,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.5 menunjukkan 25 responden atau 34,7% menjawab “sangat setuju”, 32 responden atau 44,4% menjawab “setuju”, 11 responden atau 15,2% menjawab “ragu-ragu”, 4 responden atau 5,5% menjawab “tidak setuju” dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mencari informasi atau berita melalui tik tok.

Tabel 4.6 Mencari informasi yang sedang viral di tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	21	29,1%
2.	Setuju	39	54,1%
3.	Ragu Ragu	6	8,3%
4.	Tidak Setuju	5	6,9%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%

Jumlah	72	100%
--------	----	------

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.6 menunjukkan 21 responden atau 29,1% menjawab “sangat setuju”, 39 responden atau 54,1% menjawab “setuju”, 6 responden atau 8,3% menjawab “ragu-ragu”, 5 responden atau 6,9% menjawab “tidak setuju” dan 1 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mencari informasi yang sedang viral di tik tok.

Tabel 4.7 Saling berbagi informasi viral dari tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	20	27,7%
2.	Setuju	20	27,7%
3.	Ragu Ragu	22	30,5%
4.	Tidak Setuju	7	9,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	3	4,1%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.7 menunjukkan 20 responden atau 27,7% menjawab “sangat setuju”, 20 responden atau 27,7%

menjawab “setuju”, 22 responden atau 30,5% menjawab “ragu-ragu”, 7 responden atau 9,7% menjawab “tidak setuju” dan 3 responden atau 4,1% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden saling berbagi informasi viral dari tik tok.

c. Trend

Tabel 4.8 Mengikuti trend terbaru yang viral di tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	8	11,1%
2.	Setuju	21	29,1%
3.	Ragu Ragu	21	29,1%
4.	Tidak Setuju	16	22,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	6	8,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.8 menunjukkan 8 responden atau 11,1% menjawab “sangat setuju”, 21 responden atau 29,1% menjawab “setuju”, 21 responden atau 29,1% menjawab “ragu-ragu”, 16 responden atau 22,2% menjawab “tidak setuju” dan 6 responden atau 8,3% menjawab “sangat tidak

setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengikuti trend terbaru yang viral di tik tok.

Tabel 4.9 Menerapkan trend yang viral di tik tok dalam kehidupan sehari-hari

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	10	13,8%
2.	Setuju	22	30,5%
3.	Ragu Ragu	15	20,8%
4.	Tidak Setuju	20	27,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	5	6,9%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.9 menunjukkan 10 responden atau 13,8% menjawab “sangat setuju”, 22 responden atau 30,5% menjawab “setuju”, 15 responden atau 20,8% menjawab “ragu-ragu”, 20 responden atau 27,7% menjawab “tidak setuju” dan 5 responden atau 6,9% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menerapkan trend yang viral di tik tok dalam kehidupan sehari-hari.

d. Interaksi

Tabel 4.10 Berbagi informasi melalui tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	17	23,6%
2.	Setuju	25	34,7%
3.	Ragu Ragu	19	26,3%
4.	Tidak Setuju	10	13,8%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.10 menunjukkan 17 responden atau 23,6% menjawab “sangat setuju”, 25 responden atau 34,7% menjawab “setuju”, 19 responden atau 40,2% menjawab “ragu-ragu”, 10 responden atau 13,8% menjawab “tidak setuju” dan 1 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbagi informasi melalui tik tok.

Tabel 4.11 Menjaln silaturahmi dengan keluarga

dan teman melalui tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
-----	-----------	-----------	------------

1.	Sangat Setuju	9	12,5%
2.	Setuju	21	29,1%
3.	Ragu Ragu	17	23,6%
4.	Tidak Setuju	16	22,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	9	12,5%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.11 menunjukkan 9 responden atau 12,5% menjawab “sangat setuju”, 21 responden atau 29,1% menjawab “setuju”, 17 responden atau 23,6% menjawab “ragu-ragu”, 16 responden atau 22,2% menjawab “tidak setuju” dan 9 responden atau 12,5% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menjalin silaturahmi dengan keluarga dan teman melalui tik tok.

Tabel 4.12 Bertukar pesan kesesama pengguna tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	14	19,4%
2.	Setuju	26	36,1%

3.	Ragu Ragu	18	25%
4.	Tidak Setuju	10	13,8%
5.	Sangat Tidak Setuju	4	5,5%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.12 menunjukkan 14 responden atau 19,4% menjawab “sangat setuju”, 26 responden atau 36,1% menjawab “setuju”, 18 responden atau 25% menjawab “ragu-ragu”, 10 responden atau 13,8% menjawab “tidak setuju” dan 4 responden atau 5,5% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden bertukar pesan kesesama pengguna tik tok.

Tabel 4.13 Membuat konten di tik tok

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	10	13,8%
2.	Setuju	29	40,2%
3.	Ragu Ragu	16	22,2%
4.	Tidak Setuju	9	12,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	8	11,1%

Jumlah	72	100%
--------	----	------

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.13 menunjukkan 10 responden atau 13,8% menjawab “sangat setuju”, 29 responden atau 40,2% menjawab “setuju”, 16 responden atau 22,2% menjawab “ragu-ragu”, 9 responden atau 12,5% menjawab “tidak setuju” dan 8 responden atau 11,1% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden membuat konten di tik tok.

2. Deskripsi Variabel Gaya Komunikasi (Variabel Y)

Indikator yang ditetapkan pada variabel Gaya Komunikasi terdiri dari gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi agresif, gaya komunikasi asertif, dan gaya komunikasi pasif-agresif. Pernyataan yang terdapat dalam variabel Gaya Komunikasi menggunakan pilihan jawaban sesuai dengan skala linkert.

a. Gaya Komunikasi Pasif

Tabel 4.14 Terlalu sering mengakses tik tok membuat menghindari pengungkapan diri

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	13	18,1%
2.	Setuju	22	30,5%

3.	Ragu Ragu	15	20,8%
4.	Tidak Setuju	20	27,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.14 menunjukkan 13 responden atau 18,1% menjawab “sangat setuju”, 22 responden atau 30,5% menjawab “setuju”, 15 responden atau 20,8% menjawab “ragu-ragu”, 20 responden atau 27,7% menjawab “tidak setuju” dan 2 responden atau 2,7% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menghindari pengungkapan diri karena sering mengakses tik tok.

Tabel 4.15 Terlalu sering mengakses tik tok membuat menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	12	16,6%
2.	Setuju	23	31,9%
3.	Ragu Ragu	14	19,4%

4.	Tidak Setuju	20	27,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	3	4,1%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.15 menunjukkan 12 responden atau 16,6% menjawab “sangat setuju”, 23 responden atau 31,9% menjawab “setuju”, 14 responden atau 19,4% menjawab “ragu-ragu”, 20 responden atau 27,7% menjawab “tidak setuju” dan 3 responden atau 4,1% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain karena sering mengakses tik tok.

b. Gaya Komunikasi Agresif

Tabel 4.16 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan berani

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	11	15,2%
2.	Setuju	23	31,9%
3.	Ragu Ragu	23	31,9%
4.	Tidak Setuju	11	15,2%

5.	Sangat Tidak Setuju	4	5,5%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.16 menunjukkan 11 responden atau 15,2% menjawab “sangat setuju”, 23 responden atau 31,9% menjawab “setuju”, 23 responden atau 31,9% menjawab “ragu-ragu”, 11 responden atau 15,2% menjawab “tidak setuju” dan 4 responden atau 5,5% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara dengan berani karena sering mengakses tik tok.

Tabel 4.17 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara secara langsung

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	10	13,8%
2.	Setuju	27	37,5%
3.	Ragu Ragu	20	27,7%
4.	Tidak Setuju	14	19,4%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.17 menunjukkan 10 responden atau 13,8% menjawab “sangat setuju”, 27 responden atau 37,5% menjawab “setuju”, 20 responden atau 27,7% menjawab “ragu-ragu”, 14 responden atau 19,4% menjawab “tidak setuju” dan 3 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara secara langsung karena sering mengakses tik tok.

Tabel 4.18 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seorang berbicara dengan mahir

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	7	9,7%
2.	Setuju	26	36,1%
3.	Ragu Ragu	22	30,5%
4.	Tidak Setuju	16	22,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisiner 2023

Pada tabel 4.18 menunjukkan 7 responden atau 9,7% menjawab “sangat setuju”, 26 responden atau 36,1% menjawab “setuju”, 22 responden atau 30,5% menjawab “ragu-ragu”, 16 responden atau 22,2% menjawab “tidak

setuju” dan 1 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara dengan mahir karena sering mengakses tik tok.

Tabel 4.19 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan suara dan kata-kata yang keras

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	6	8,3%
2.	Setuju	27	37,5%
3.	Ragu Ragu	17	23,6%
4.	Tidak Setuju	17	23,6%
5.	Sangat Tidak Setuju	5	6,9%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisiner 2023

Pada tabel 4.19 menunjukkan 6 responden atau 8,3% menjawab “sangat setuju”, 27 responden atau 37,5% menjawab “setuju”, 17 responden atau 23,6% menjawab “ragu-ragu”, 17 responden atau 23,6% menjawab “tidak setuju” dan 5 responden atau 6,9% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara

dengan suara dan kata-kata yang keras karena sering mengakses tik tok.

c. Gaya Komunikasi Asertif

Tabel 4.20 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara dengan tampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	10	13,8%
2.	Setuju	32	44,4%
3.	Ragu Ragu	21	29,1%
4.	Tidak Setuju	7	9,7%
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.20 menunjukkan 10 responden atau 13,8% menjawab “sangat setuju”, 32 responden atau 44,4% menjawab “setuju”, 21 responden atau 29,1% menjawab “ragu-ragu”, 7 responden atau 9,7% menjawab “tidak setuju” dan 2 responden atau 2,7% menjawab “sangat tidak setuju”.

Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara dengan

tampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas karena sering mengakses tik tok.

Tabel 4.21 Terlalu sering mengakses tik tok membuat seseorang berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	12	16,6%
2.	Setuju	26	36,1%
3.	Ragu Ragu	21	29,1%
4.	Tidak Setuju	12	16,6%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisiner 2023

Pada tabel 4.21 menunjukkan 12 responden atau 16,6% menjawab “sangat setuju”, 26 responden atau 36,1% menjawab “setuju”, 21 responden atau 29,1% menjawab “ragu-ragu”, 12 responden atau 16,6% menjawab “tidak setuju” dan 1 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya karena sering mengakses tik tok.

**Tabel 4.22 Terlalu sering mengakses tik tok
membuat seseorang tegas membela hak-hak dan
kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain**

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	12	16,6%
2.	Setuju	36	54,1%
3.	Ragu Ragu	15	20,8%
4.	Tidak Setuju	8	11,1%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.22 menunjukkan 12 responden atau 16,6% menjawab “sangat setuju”, 36 responden atau 54,1% menjawab “setuju”, 15 responden atau 20,8% menjawab “ragu-ragu”, 8 responden atau 11,1% menjawab “tidak setuju” dan 1 responden atau 1,3% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menjadi seorang yang tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain karena sering mengakses tik tok.

d. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif

**Tabel 4.23 Terlalu sering mengakses tik tok
membuat seseorang menjadi pemarah atau kasar
dari dalam**

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	5	6,9%
2.	Setuju	29	40,2%
3.	Ragu Ragu	12	16,6%
4.	Tidak Setuju	16	22,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	10	13,8%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.23 menunjukkan 5 responden atau 6,9% menjawab “sangat setuju”, 29 responden atau 40,2% menjawab “setuju”, 12 responden atau 16,6% menjawab “ragu-ragu”, 16 responden atau 22,2% menjawab “tidak setuju” dan 10 responden atau 13,8% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan responden menjadi seseorang yang pemarah atau kasar dari dalam karena sering mengakses tik tok.

**Tabel 4.24 Terlalu sering mengakses tik tok
membuat seseorang menjadi halus dari luar**

No.	Indikator	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	7	12,5%
2.	Setuju	26	36,1%
3.	Ragu Ragu	23	31,9%
4.	Tidak Setuju	12	16,6%
5.	Sangat Tidak Setuju	4	5,5%
Jumlah		72	100%

Sumber: Data Kuisisioner 2023

Pada tabel 4.24 menunjukkan 7 responden atau 12,5% menjawab “sangat setuju”, 26 responden atau 36,1% menjawab “setuju”, 23 responden atau 31,9% menjawab “ragu-ragu”, 12 responden atau 16,6% menjawab “tidak setuju” dan 4 responden atau 5,5% menjawab “sangat tidak setuju”. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menjadi halus dari luar karena sering mengakses tik tok.

D. Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengukur data instrument yang harus diukur. Dalam proses pengujian validitas ini untuk menguji hasil kuisisioner yang diperoleh valid atau tidak, peneliti menggunakan alat bantu SPSS 25. Melalui

uji validitas ini, peneliti menggunakan rumus Koefisien *Product Moment Pearson*.

Tabel 4.25 Rekapitulasi Media Sosial Tik Tok (X)

No.	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	0,636	0,361	Valid
2.	0,394	0,361	Valid
3.	0,625	0,361	Valid
4.	0,543	0,361	Valid
5.	0,550	0,361	Valid
6.	0,657	0,361	Valid
7.	0,594	0,361	Valid
8.	0,563	0,361	Valid
9.	0,685	0,361	Valid
10.	0,632	0,361	Valid
11.	0,544	0,361	Valid
12.	0,508	0,361	Valid

Tabel 4.26 Rekapitulasi Gaya Komunikasi (Y)

No.	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	0,654	0,361	Valid
2.	0,704	0,361	Valid
3.	0,788	0,361	Valid
4.	0,738	0,361	Valid
5.	0,794	0,361	Valid
6.	0,732	0,361	Valid
7.	0,722	0,361	Valid
8.	0,709	0,361	Valid
9.	0,593	0,361	Valid
10.	0,533	0,361	Valid
11.	0,441	0,361	Valid

Pada tabel 4.25 dan 4.26 tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari r-tabel yaitu 0,361. Dengan demikian, semua indikator tersebut dinyatakan valid.

E. Hasil Uji Realiabilitas

Untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan reliabel, maka dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Aplikasi IBM SPSS Statistic Versi 25 sebagai berikut:

Tabel 4.27 Uji Realibilitas Media Sosial Tik Tok

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	12

Pada tabel 4.27 terlihat bahwa nilai cronbach's alpha dari instrumen penelitian media sosial tik tok sebesar 0,812. Berdasarkan tabel realibilitas crobach's alpha nilai tersebut di atas 0,70 sampai dengan 1,0 yang menunjukkan bahwa nilai dari instrumen pada variabel media sosial tik tok.

Tabel 4.28 Uji Reliabilitas Gaya Komunikasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	11

Pada tabel 4.28 terlihat bahwa nilai cronbach's alpha dari instrumen penelitian gaya komunikasi sebesar 0,871. Berdasarkan tabel realibilitas crobach's alpha nilai tersebut di atas 0,70 sampai dengan 1,0 yang menunjukkan bahwa nilai dari instrumen pada variabel gaya komunikasi.

F. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Pengujian Uji normalitas pada penelitian pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi menggunakan SPSS 25. Pengujian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat dibawah sebagai berikut ini:

Tabel 4.29 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.78038899
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.052
	Negative	-.114
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.021 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.29 terlihat bahwa hasil dari uji normalitas data yang diperoleh memiliki nilai signifikansi $0,021 > 0,005$ sehingga membuktikan bahwa nilai residual pada data yang diteliti berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Dalam pengujian linieritas menggunakan SPSS 25, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.30 Uji Linieritas

ANOVA Table			Sig.
gaya komunikasi * tik tok	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.009
Within Groups			
Total			

Pada tabel 4.30 dapat diketahui berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh nilai Sig. *Deviation from linieritary* sebesar $0,009 > 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara media sosial tik tok dengan gaya komunikasi siswa.

G. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antar variabel. Yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel “Media Sosial Tik Tok” terhadap “Gaya Komunikasi Siswa”. Dari uji ini didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4.31 Uji Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.318	3.786		1.669	.100
	tik tok	.697	.085	.701	8.226	.000

a. Dependent Variable: gaya komunikasi

Dari tabel diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Dimana:

$$Y = 6.318 + 0.697$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 6,318, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel gaya komunikasi adalah sebesar 6,318
- Koefisien regresi X sebesar 0,697 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai trust, maka nilai gaya komunikasi bertambah sebesar 0,697 koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

H. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis mengenai pengaruh satu variabel bebas Media Sosial Tik Tok (X) terhadap satu variabel terikat Gaya Komunikasi Siswa (Y) dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas (independen) yaitu

Media Sosial Tik Tok serta satu variabel terikat (dependen) yaitu Gaya Komunikasi.

1. Uji t

Tabel 4.32 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.318	3.786		1.669	.100
	tik tok	.697	.085	.701	8.226	.000

a. Dependent Variable: gaya komunikasi

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini, peneliti menggunakan Uji t guna menguji hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh dua variabel yang berpasangan. Yaitu variabel independent adalah “Media Sosial Tik Tok” (Variabel X) dan variabel dependennya adalah “Gaya Komunikasi” (Variabel Y).

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

Ho : Tidak Terdapat Pengaruh antara Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa.

Ha : Terdapat Pengaruh antara Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa.

b. Menentukan t hitung menggunakan aplikasi SPSS 25 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel *coefficients*. Berdasarkan tabel diatas, hasil t hitung adalah sebesar **8,226**.

c. Menentukan t tabel dengan ketentuan uji 2 pihak menggunakan taraf signifikansi 5% dengan ketentuan derajat kebebasan (df) = n – k. $df = 72 - 2 = 70$, derajat kebebasan didapat dari jumlah sampel responden dalam penelitian yaitu 72 responden dikurangi jumlah variabel dalam penelitian yaitu 2 variabel. Maka nilai t tabel yang didapat adalah sebesar **1,666**.

d. Membandingkan t hitung dengan t tabel dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dengan hasil yang dijabarkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t_{hitung} (8,226) > t_{tabel} (1,666).

Angka tersebut menunjukkan bahwa **H_0 ditolak H_a diterima**. Artinya terdapat Pengaruh antara Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa.

2. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel

independen. Nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dari nilai *adjusted R²*. Berdasarkan hasil output SPSS besarnya nilai *adjusted R²* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.33 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.492	.484	5.822

a. Predictors: (Constant), tik tok

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R (koefisien korelasi) menunjukkan nilai sebesar 0,701.

Apabila dimasukkan kedalam persamaan koefisien determinasi, maka hasilnya adalah:

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,701)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 49,14\%$$

Hal ini berarti **49,14%** variabel “Gaya Komunikasi Siswa” adalah kontribusi dari variabel “Media Sosial Tik Tok”.

Sedangkan sisanya yaitu sebesar **50,86% (100% - 49,14%)** dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil R square maka semakin lemah hubungan antara kedua variabel.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Hasil Instrumen Data

1. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 30 responden. Setelah melalui proses perhitungan uji validitas terhadap 23 butir soal dari variabel media sosial tik tok (X) dan variabel gaya komunikasi (Y) serta dikonsultasikan pada tabel “r” dengan taraf signifikan 5% menghasilkan bahwa semua indikator variabel dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian instrumen penelitian untuk menyatakan instrumen bersifat reliabel, maka peneliti melakukan uji reliabilitas pada 23 kuisioner yang telah diisi oleh responden. Setelah melalui proses perhitungan uji reliabilitas, diketahui nilai reliabilitas instrumen variabel media sosial tik tok (X) sebesar 0,812 kemudian reliabilitas instrumen variabel gaya komunikasi (Y) sebesar 0,871 maka instrumen penelitian tersebut dikatakan sangat reliabel karena nilai tersebut berada diantara 0,70 sampai dengan 1,0.

B. Deskripsi Data

1. Media Sosial Tik Tok

a. Frekuensi

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mengakses media sosial tik tok setiap hari. Hal ini ditunjukkan dengan 26 responden sangat setuju dan 43 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mengakses media sosial tik tok lebih dari sekali dalam sehari. Hal ini ditunjukkan dengan 27 responden menjawab sangat setuju dan 33 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 24 responden menjawab sangat setuju dan 26 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek memiliki daya tarik yang kuat dalam mengakses media sosial tik tok. Mayoritas mereka sering mengakses tik tok setiap hari dan pada waktu luang atau waktu santai mereka. Media sosial tik tok sendiri merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan atau diakses oleh masyarakat. Sebagian besar masyarakat yang mengakses tik tok adalah kalangan anak-anak atau siswa SD/MI.

Berawal dari mengisi waktu luang untuk mengakses tik tok sebagai hiburan namun, banyak dari mereka mengakses tik tok menjadi kebiasaan setiap harinya. Dengan kebiasaan tersebut mayoritas dari mereka sudah memiliki akun tik tok untuk menikmati fitur-fitur yang disediakan oleh tik tok. Dengan hanya melihat video-video pendek dari pengguna lain yang berisi berbagai kreativitas yang disajikan dan yang terpenting perangkat yang digunakan terhubung internet.

b. Informasi

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mencari informasi atau berita melalui tik tok.. Hal ini ditunjukkan 25 responden menjawab sangat setuju dan 32 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mencari informasi yang sedang viral di tik tok. Hal ini ditunjukkan 21 responden menjawab sangat setuju dan 39 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek saling berbagi informasi viral dari tik tok. Hal ini ditunjukkan 20 responden menjawab sangat setuju dan 20 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mencari berita yang viral dan

membagikannya melalui tik tok. Dengan akses yang mudah masyarakat lebih memilih tik tok tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga untuk mencari berita. Fitur tik tok yang telah disediakan juga memfasilitasi penggunaanya untuk bertukar pesan ataupun informasi melalui tik tok.

Kemudahan tersebut yang akhirnya membuat para siswa mencari berita yang sedang viral di tik tok, tidak hanya itu mereka juga membagikan berita tersebut melalui tik tok. Di tik tok sendiri banyak para pengguna yang menyajikan video terkait berita yang sedang viral di dunia maya, bahkan para media juga menggunakan tik tok untuk menyajikan berita terbaru yang telah mereka olah.

c. Trend

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mengikuti trend terbaru yang viral di tik tok. Hal ini ditunjukkan 8 responden menjawab sangat setuju dan 21 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menerapkan trend yang viral di tik tok dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan 10 responden menjawab sangat setuju dan 22 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil penelitian yang telah diperoleh, menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek mengikuti dan

menerapkan trend yang sedang viral di tik tok. Trend merupakan segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu.¹ Anggapan mereka yang terus mengikuti trend dan menerapkannya agar mereka tidak ketinggalan zaman, jadi dengan mengikuti dan menerapkan setiap trend yang viral membuat mereka akan jauh lebih percaya diri.

Maka dari itu sebagian besar dari mereka mengakses tik tok juga untuk melihat atau mencari trend yang sedang viral baru-baru ini, yang nantinya akan mereka ikuti dan terapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

d. Interaksi

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbagi informasi melalui tik tok. Hal ini ditunjukkan 17 responden menjawab sangat setuju dan 25 responden menjawab setuju dari total 72 responden. Para siswa menggunakan tik tok tidak hanya untuk hiburan namun bisa juga sebagai *platform* berbagi informasi yang mereka dapatkan dari tik tok. Banyak video-video tik tok yang menayangkan berbagai informasi yang dapat di akses seluruh pengguna tik tok secara mudah.

¹ Sitti Maryam, "Analisis Busana Populer Menolak Modernisasi Busana Yang Erotis", *Jurnal Teknologi Kerumahtanggan*, 1 (2019) 791

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menjalin silaturahmi dengan keluarga dan teman melalui tik tok. Hal ini ditunjukkan 9 responden menjawab sangat setuju dan 21 responden menjawab setuju dari total 72 responden. Pada aplikasi tersebut terdapat satu fitur yang dapat membantu kita untuk bertukar pesan, dengan begitu para pengguna tik tok dapat bertukar pesan kepada teman atau keluarga yang sama memiliki media sosial tik tok.

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek bertukar pesan kesesama pengguna tik tok. Hal ini ditunjukkan 14 responden menjawab sangat setuju dan 26 responden menjawab setuju dari total 72 responden. Dari fitur yang disediakan oleh tik tok sebagai sesama pengguna tik tok bisa berkenalan dan menjadi teman yang bisa saling bertukar pesan kepada sesama pengguna. Fitur pesan yang ada pada aplikasi tik tok mewadahi para pengguna agar dapat memperluas lingkaran pertemanan mereka.

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek membuat konten di tik tok. Hal ini ditunjukkan 10 responden menjawab sangat setuju dan 29 responden menjawab setuju dari total 72 responden. Dalam media sosial tik tok setiap pengguna bisa membuat video yang dapat diunggah dan akan disaksikan oleh semua pengguna media sosial

tik tok. mayoritas dari siswa juga menggunakan tik tok untuk menuangkan kreativitas mereka dengan membuat konten yang mereka unggah di media sosial tik tok.

2. Gaya Komunikasi

a. Gaya Komunikasi Pasif

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menghindari pengungkapan diri karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 13 responden menjawab sangat setuju dan 22 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh, seringnya mengakses tik tok membuat mereka menghindari pengungkapan diri. Dari banyaknya pengguna tik tok yang membuat konten tanpa mengungkapkan atau menjelaskan tentang diri mereka. Dari tayangan tersebut membuat mereka yang awalnya dapat berkomunikasi dengan obrolan apapun sampai menjelaskan bagaimana dirinya namun, dapat mengubah komunikasi merek dengan orang lain seperlunya dan tidak menginginkan orang lain mengetahui apapun tentang dirinya.

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain karena sering mengakses tik tok. Hal ini

ditunjukkan 12 responden menjawab sangat setuju dan 23 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa seringkali mengakses tik tok membuat mayoritas siswa menghindari pertentangan terbuka dengan orang lain. Adapun beberapa video tik tok yang menayangkan suatu pertentangan dua orang atau lebih, yang sebelumnya mereka berkomunikasi sampai dengan pertentangan terbuka namun setelah itu menjadikan mereka memilih menghindari pembicaraan yang dapat mengundang perbedaan pendapat atau obrolan yang mengakibatkan pertentangan.

Dari ciri-ciri yang diuraikan di atas termasuk dalam gaya komunikasi pasif. Gaya komunikasi pasif ialah seseorang dengan pembawaan santai dan cenderung menghindari konflik. seseorang yang suka menyenangkan orang lain, polos dan sederhana. Komunikator pasif senang memberikan panggung pada orang lain.¹

b. Gaya Komunikasi Agresif

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara dengan berani karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 11 responden menjawab sangat setuju dan 23 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh keseringan mengakses tik tok membuat mayoritas siswa berbicara dengan berani. Mereka berkomunikasi atau berbicara dengan berani dan penuh percaya diri. Dengan banyaknya konten-konten tik tok yang berisi tentang seorang pengguna berpendapat atau bercerita pada video yang mereka unggah, menjadikan para siswa yang melihat video tersebut berani dalam berbicara. Dengan sebelumnya mereka kurang percaya diri dan takut dalam berbicara.

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara secara langsung karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 10 responden menjawab sangat setuju dan 27 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh, menunjukkan bahwa mayoritas siswa berbicara secara langsung karena sering mengakses tik tok. Banyak pengguna tik tok yang membuat konten dengan berkomunikasi secara langsung, berbicara apa adanya atau bisa disebut dengan *blak-blakan*, dari situlah membuat para siswa berbicara secara langsung dalam berkomunikasi. Dengan sebelumnya mereka berkomunikasi hanya seperlunya saja.

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara dengan mahir karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 7 responden menjawab

sangat setuju dan 26 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh mayoritas siswa yang sebelumnya berbicara dengan penuh keraguan menjadikan mereka berbicara dengan mahir. Dikarenakan seringnya melihat konten tik tok yang menayangkan seseorang berbicara dengan mahir dan benar tanpa adanya rasa ragu ataupun salah bicara.

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara dengan suara dan kata-kata yang keras karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 6 responden menjawab sangat setuju dan 27 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas siswa suara dan kata-kata yang keras. Banyaknya pengguna tik tok yang membuat video dengan menggunakan suara keras dengan nada yang *ngegas* atau menggunakan intonasi tinggi, menjadikan siswa yang awalnya berbicara dengan halus menjadikan mereka berbicara dengan keras. Karena banyaknya penayangan dari video tersebut sehingga sampai bisa ditayangkan di beranda tik tok mereka.

Dari berbagai ciri yang di uraikan di atas termasuk dalam gaya komunikasi agresif. Gaya komunikasi agresif adalah seseorang hanya ingin melakukan apa yang mereka inginkan.

Seseorang dengan gaya tersebut terdengar seperti bermusuhan, menuntut, dan mengintimidasi, mereka juga berperilaku seolah apa yang mereka ucapkan lebih penting dibandingkan orang lain.²

c. Gaya Komunikasi Asertif

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara dengan tampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 10 responden menjawab sangat setuju dan 32 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas siswa berbicara dengan tampilan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas yang sebelumnya dalam berbicara mereka salah bicara atau dengan kata-kata yang sering tersandung. Hal tersebut dikarenakan seringnya mereka melihat konten yang menayangkan seseorang yang berbicara secara jelas tanpa *belibet* ataupun kurang dipahami oleh penonton dengan tampilan yang tenang tanpa merasa khawatir dalam berkomunikasi.

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek berbicara jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 12 responden menjawab sangat setuju dan 26 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

² Bernard Marr, *Future Skills* (Jakarta: PT Gramedia, 2023) 144-145

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas siswa sebelumnya berbicara sering dengan kebohongan dan *bertelete-tele* namun setelahnya menjadikan mereka berbicara dengan jujur dan langsung mengatakan sesuatu pada persoalannya. Hal tersebut dikarenakan seringnya mereka menemukan video tik tok yang menyangkan seseorang ketika berbicara dengan jujur adanya dan langsung mengatakan pada persoalan yang sedang dibicarakan tanpa basa-basi.

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Barek menjadi seorang yang tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 12 responden menjawab sangat setuju dan 36 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas siswa menjadi seorang yang tegas membela hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain, dari yang sebelumnya mereka hanya membiarkan orang lain berbicara *seenaknya* tentang dirinya. Hal tersebut dikarenakan seringnya mereka melihat video tik tok yang didalamnya menyangkan seseorang yang berkomunikasi dengan tegas sesuai hak-hak yang dibutuhkan tanpa melanggar atau mencampuri urusan dan hak-hak orang lain.

Dari berbagai ciri yang diuraikan di atas termasuk dalam gaya komunikasi asertif. Gaya komunikasi asertif adalah seseorang dengan gaya komunikasi yang tenang dan percaya diri, mengungkapkan kebutuhan secara jelas, tetapi tanpa bersikap kasar kepada orang lain dalam percakapan.¹

d. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menjadi seseorang yang pemarah atau kasar dari dalam karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 5 responden menjawab sangat setuju dan 29 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh mayoritas siswa menjadi seorang yang pemarah atau kasar dari dalam yang pada awalnya mereka dapat *blak-blakan* diluar diri mereka. Hal tersebut dikarenakan seringnya mereka melihat video tik tok yang menayangkan seseorang sedang marah-marah dengan kasar namun ditahan tanpa diluapkan atau diperlihatkan, yang biasanya video tersebut ada dalam konten drama. Seseorang dengan gaya seperti terbiasa dengan kepura-pura-an yang menyembunyikan sikap asli dalam dirinya.

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa mayoritas siswa MI Salafiyah Berek menjadi halus dari luar karena sering mengakses tik tok. Hal ini ditunjukkan 7 responden menjawab

sangat setuju dan 26 responden menjawab setuju dari total 72 responden.

Dari hasil yang telah diperoleh mayoritas siswa menjadi seorang yang halus dari luar dari sebelumnya yang terlihat halus dari dalam maupun luar. Hal tersebut dikarenakan seringnya mereka melihat video tik tok yang menayangkan seseorang terlihat baik dan halus, yang biasanya ditayangkan pada konten drama. Namun, sebenarnya mereka tidak mengetahui bagaimana sifat asli dari seseorang tersebut.

Dari ciri yang telah diuraikan diatas termasuk dalam gaya komunikasi pasif agresif. Gaya komunikasi pasif agresif adalah gabungan dari gaya komunikasi pasif dan agresif, jenis komunikator ini mungkin kelihatan pasif dari luar, tetapi sesungguhnya ada perasaan agresif di dalam dirinya.³

C. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa MI Salafiyah Berek Pucanganom Kebonsari Madiun

Dari hasil uji normalitas berdasarkan proses pengujian normalitas data yang tercantum pada tabel 4.29 penelitian tentang pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi. Nilai yang didapatkan hasil Asymp. Sig. (2-tailed) 0,021 sehingga nilainya lebih tinggi dari nilai signifikannya

³ Bernard Marr, *Future Skills* (Jakarta: PT Gramedia, 2023) 146

yaitu 0,05 atau 0,021 > 0,05 sehingga data media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi dinyatakan berdistribusi normal.

Dari hasil uji linieritas berdasarkan proses pengujian linieritas data yang tercantum pada tabel 4.30 penelitian tentang pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi. Nilai yang didapatkan hasil *Deviation from Linearity* 0.009 sehingga nilainya lebih tinggi dari nilai signifikan 0,05 atau $F_{hitung} (0,009) > F_{tabel} (0,05)$ sehingga data media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi dinyatakan memiliki hubungan yang linier. Angka tersebut menunjukkan bahwa **H₀ ditolak dan H_a diterima**.

Dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = 6.318 + 0,697X$. Persamaan tersebut dapat diartikan Konstanta sebesar 6,318, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel gaya komunikasi adalah sebesar 6,318. Koefisien regresi X sebesar 0,697 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai trust, maka nilai gaya komunikasi bertambah sebesar 0,697 koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pada pengolahan uji t dalam penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh antara media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa dengan nilai $t_{hitung} (8,226) > t_{tabel} (1,666)$. Angka tersebut menunjukkan bahwa **H₀ ditolak H_a diterima**. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,701 maka menghasilkan pengaruh sebesar 49,14%. Hal tersebut menyatakan bahwa 49,14% variabel gaya komunikasi siswa merupakan kontribusi dari variabel media sosial tik tok. sedangkan sisanya

yaitu sebesar 50,86% (100% - 49,14%) dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Model atau teori S-O-R atau Stimulus Organism Response dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953 yang menjelaskan bahwa ada tiga unsur penting dalam komunikasi model ini, yaitu: Pesan (Stimulus, S), Komunikan (Organism, O), dan Efek (Response, R). Artinya, pesan yang disampaikan oleh komunikator pada dasarnya untuk menggerakkan dan merubah sikap/perilaku khalayak sasaran untuk bertindak sesuai dengan yang diharapkan komunikator.¹

Proses perubahan sikap menurut teori S-O-R dapat terjadi jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima juga mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.⁴

Stimulus (pesan) dalam penelitian ini adalah media sosial tik tok. pesan tersebut berupa konten-konten video tik tok yang disajikan. Berbagai video yang disajikan dapat memengaruhi pengguna tik tok termasuk para siswa.

Organisme (komunikan) dalam penelitian ini adalah para siswa MI Salafiyah Berek. Para siswa mengakses media sosial tik tok awalnya sebagai hiburan saja dan dengan seringnya mereka mengakses tik tok pada waktu kosong, mereka terbiasa mengakses tik tok. Pada akhirnya

⁴ Mohammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2022), 221-222

mengakses tik tok menjadi kebiasaan mereka setiap saat. Media sosial tik tok tidak hanya digunakan sebagai hiburan, namun juga bisa menjadi media komunikasi yang dapat diakses dengan mudah. Media sosial tik tok juga menyajikan berbagai macam video, mulai dari konten hiburan sampai konten yang memberikan berbagai informasi penting.

Response (efek) dalam penelitian ini adalah gaya komunikasi, dimana efek atau respon yang timbul ketika para siswa MI Salafiyah Berek mengakses media sosial tik tok. Dengan begitu, media sosial tik tok memberikan pengaruh dalam bentuk perubahan gaya komunikasi mereka. Berdasarkan teori S-O-R dijelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator ke komunikan akan menimbulkan suatu efek yang kehadirannya terkadang tanpa disadari oleh komunikan. Begitu juga dalam penelitian ini, dimana pesan yang disampaikan dalam media sosial tik tok juga menimbulkan efek kepada para siswa MI yang mana efek tersebut berupa perubahan gaya komunikasi. Adapun gaya komunikasi yang menjadi efek stimulus tersebut terdaat pada empat gaya komunikasi yaitu, gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi agresif, gaya komunikasi asertif dan gaya komunikasi pasif-agresif. Efek yang berubah dari gaya komunikasi tidak hanya berefek positif namun juga berefek positif.

ICAIN
PONOROGO

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti ingin mengetahui Adanya pengaruh penggunaan media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek dan Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa MI Salafiyah Berek. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil t hitung menggunakan aplikasi SPSS 25 yang hasilnya sebesar 8,226 dengan perbandingan nilai t tabel sebesar 1,666. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai $t_{hitung} (8,226) > t_{tabel} (1,666)$. Angka tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Artinya terdapat Pengaruh antara Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa.
2. Untuk membuktikan seberapa besar pengaruh media sosial tik tok terhadap gaya komunikasi siswa. Diketahui dari nilai koefisien determinasi atau R^2 sebesar 49,14%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 50,86% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian beserta dengan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi para pengguna media sosial tik tok terutama para siswa setaraf SD/MI agar gaya komunikasi tidak terpengaruh oleh media sosial tik tok. Alangkah lebih baik untuk mengurangi durasi waktu dalam mengakses tik tok dan diharapkan kepada para orang tua atau wali untuk mendampingi dan mengawasi para siswa ketika megakses media sosial. Terutama siswa SD/MI yang umurnya berkisar dari 7 sampai 13 tahun, karena pada usia tersebut sangat rentan terhadap efek kemajuan teknologi.
2. Bagi *platform* media sosial tik tok diharapkan untuk menggunakan batasan umur dalam menyajikan video dengan menyembunyikan video yang mengandung konten dewasa dari pengguna di bawah umur.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji terkait tema penelitian yang sama, disarankan untuk memperluas dan memperdalam tema penelitian, karena peneliti merasa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi, Abu, Nur Uhbiyati. *Ilmu Pendidikan Cetakan ke II*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2006.
- Hisyam, Muhamad dan Cahyo Pamungkas, Indonesia. *Globalisasi, dan global village*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2016.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Khan, Shafique Ali. *Filsafat Pendidikan Al-Ghazali*. Bandung: Pustaka Setia. 2005.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media. 2017.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI. 2017.
- Makhmudah, Siti. *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor: Guepedia. 2019.
- Marr, Bernard. *Future Skills*. Jakarta: PT Gramedia. 2023
- Mukhid, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publisihing. 2021.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2016.
- Nugroho, Catur. *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), Informasi*. Jakarta: Kencana. 2020.
- Nurohman, Dwi Aris. *Konten Kreator: Cara Menghasilkan Uang Dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktokker*. Jakarta: El Markazi. 2021
- Rofiah, Chusnul, Rica Sanpuspita Rahayu. *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tik Tok Pada Pemasaran Digital*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. 2021.
- Rohmadi, Arif. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2016.

Rukhmana, Trisna, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. Batam: CV. Rey Media Grafika. 2022.

Smith, Jordan. *Tik Tok Algorithms 2023 15,000/Month Guide To Escape Your And Build an Successful Social Media Marketing Business From Home Using Your Personal Account, Branding, SEO, Influencer*. 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Sukendra, I Komang, I Kadek Surya Atmaja. *Instrumen Penelitian*. Lumajang: Mahameru Press. 2020.

Susetyo, Budi. *Statistiska Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama. 2012.

Walidin, Warul, Saifullah, dan Tabrani. *Metode Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press. 2015.

Zamroni, Mohammad. *Filsafat Komunikasi*. Yogyakarta: IRCiSoD. 2022.

Skripsi/ Jurnal:

Abidin, Mustika. Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi dan Media*, (online), Vol. 3, No. 1, Tahun 2022. <file:///C:/Users/Win10/Downloads/335-Article%20Text-1810-1-10-20220923.pdf>. Diakses 22 Februari 2023.

Ahmad Gianjar. Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua Dan Anak (Studi Kasus Desa Bulu Sari Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah). Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2019.

Avis Lisdiana. Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2018.

Buana, Tri dan Dwi Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak," *Jurnal Inovasi*, Vol. 14 No. 1 Tahun 2020. <http://eprints.binadarma.ac.id/10993/1/Jurnal%20Inovasi%2014%20%281%29.pdf> Diakses 12 Septeber 2023.

Dwi Utami, Rahayu dan Nadia Saumi Ikhwana, "Dampak Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Kepribadian Anak Usia Dini," *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 6 No. 3 Tahun 2022.

<https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/4085> Diakses 12 September 2023.

Dwi Umi Novitasari. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Agresivitas Pada Anggota Pencak Silat. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Mlaik Ibrahim Malang. 2015.

Fajar, Muhammad, Hadi Mahmud. Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Diniyah*, (online), Jilid. 1, Vol. 1 Tahun 2022. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/diniyah/article/view/1822>, diakses 30 November 2022.

Fajrie, Mahfudlah. Gaya Komunikasi Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah. *Jurnal Inject*, (online) . Vol. 2, No. 1 Tahun 2017. <https://inject.iainsalatiga.ac.id/index.php/INJECT/article/viewFile/1208/768>. Diakses 21 Februari 2023.

Indrawan, Jerry, Efriza, Anwar Ilmar. Kehadiran Media Baru (New Media) Di Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Medium*, (online). Vol. 8, No. 1 Tahun 2020. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/4820>, diakses 26 November 2022.

Intania, Elisa, dkk., “Analisis Penggunaan Aplikasi Tik Tok Pada Anak Usia Dini Di Masa Pandemi,” *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Widya Komunika*, 2 Tahun 2022. <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/wk/article/view/5637/3605> diakses 2 September 2023

Kaplan, Andreas dan Michael Haenlein, “User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media,” *Bussiness Horizon*, Vol. 53 No. 1 Tahun 2010.

Kustiawan, Winda, dkk. Media Sosial Sebagai Media Penyiaran. *Jurnal Edukasi Nonformal*, (online) Vol. 3, No. 2 Tahun 2022. <file:///C:/Users/Win10/Downloads/4931-Article%20Text-8975-1-10-20221222.pdf>. Diakses 27 November 2022.

Nora Usrina. Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Pendidikan Al-Qur’an Ar- Risalah. Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2021.

Sitti Maryam, “Analisis Busana Populer Menolak Modernisasi Busana Yang Erotis”, *Jurnal Teknologi Kerumahtanggan*, (online) Vol. 8 No. 1 Tahun 2019 <https://ojs.unm.ac.id/rumahtangga/article/view/94>. Diakses 27 Maret 2023.

Syafa Tasya Arliesya. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Remaja Di Sidoarjo. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). 2021.

Wumbu, Yoana Lestonac Elita, Dion Erien. Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Siswa Sdn 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, (Online), Jilid, 2, No. 2 Tahun 2022. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/193>, diakses 23 November 2022.

Website:

Andini Dwi Hasanah, “Manfaat Bermain TikTok untuk Anak Ternyata Bisa Membantu Proses Perkembangan Motorik” https://bangka.tribunnews.com/2020/04/06/manfaat-bermain-tiktok-untuk-anak-ternyata-bisa-membantu-proses-perkembangan-motorik#google_vignette, diakses 13 September 2023

Eminence, “Generation Alpha : what tools to reach children and teenagers of the future” <https://eminence.ch/en/generation-alpha-and-marketing-strategy/#gref>, diakses 12 September 2023

MI Salafiyah Berek. <http://salafiyahberek.blogspot.com/>. Diakses 11 April 2023

Mutia Annur, Cindy. ”Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses 12 September 2023.

Rian Alfian, “Bahaya TikTok bagi Anak-anak yang Perlu Diperhatikan oleh Orang Tua” <https://www.pasundanekspres.co/bahaya-tiktok-bagi-anak-anak-yang-perlu/>, diakses 13 September 2023

Rizal, “Daftar Lengkap Fitur hingga Cara Download Video TikTok Tanpa Watermark” <https://infokomputer.grid.id/read/123393481/daftar-lengkap-fitur-hingga-cara-download-video-tiktok-tanpa-watermark?page=all>, diakses 13 September 2023.

Tik Tok. <https://www.tiktok.com/about?lang=id>. diakses pada 30 Mei 2023

Tik Tok, <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/id>, diakses 13 September 2023

Winda Carmelita, “Tren Baru: Amankah Bermain TikTok untuk Anak-anak?” <https://www.popmama.com/amp/big-kid/10-12-years-old/winda-carmelita/amankah-bermain-tiktok-untuk-anak-anak?page=all#page-2>, diakses 12 September 2023.