



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

Dalam landasan teori ini, penulis menulis sejumlah teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Berikut penjelasan dari teori-teori tersebut digunakan:

1. Teori Ekologi Media

Teori ekologi media adalah studi tentang bagaimana media, teknologi dan proses komunikasi memengaruhi lingkungan manusia. Teori ekologi media berpusat pada prinsip bahwa masyarakat tidak bisa terlepas dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi fokus bagi sebagian besar masyarakat.

Menurut Richard West & Lynn H (2017) dalam Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi, teori ekologi media adalah studi tentang bagaimana media dan proses komunikasi memengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang memengaruhi komunikasi melalui teknologi baru.

Teori ekologi media memiliki prinsip dimana masyarakat tidak dapat menghindari dari pengaruh teknologi. Teknologi mempersatukan masyarakat dan teknologi akan tetap menjadi pusat kehidupan virtual manusia. Persepsi kita tentang media dan bagaimana kita menginterpretasikan berbagai persepsi merupakan masalah utama yang diasosiasikan dengan teori ekologi media.

Asumsi-Asumsi Teori Ekologi Media:

Teori ekologi media mempunyai tiga asumsi utama, diantaranya:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





a. Media memengaruhi hampir seluruh aspek dalam tindak tanduk masyarakat, artinya yang terpenting dari sebuah media adalah teknologinya, bukan isinya.

b. Media memengaruhi persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman-pengalaman kita

c. Pandangan teori ekologi media adalah media merupakan sesuatu yang dapat memengaruhi kehidupan manusia, di mana dalam menilai sesuatu, bereaksi, dan merasakan sesuatu, manusia cenderung dipengaruhi oleh media.

d. Media mempersatukan seluruh dunia

Setiap peristiwa atau hal yang dilakukan oleh seluruh manusia di belahan dunia akan diketahui pula oleh semua orang. Media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan, seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Setelah munculnya media sosial, terjadi perubahan paradigma berkomunikasi dalam ekosistem masyarakat. Menurut Cahyono (2016) media sosial menjadikan proses komunikasi tidak terbatas jarak, waktu, ruang, dan dapat terjadi dimana saja, kapan saja sehingga menyebabkan masyarakat saat ini hampir tidak ada yang tidak terkena paparan media. Disadari atau tidak, media sosial dengan segala isinya hadir menjadi bagian hidup masyarakat.

Seiring dengan berjalannya waktu, peran media sosial makin beragam dan berkembang sehingga pengaruh dari media massa sudah tidak dapat mendominasi seperti dulu lagi. Media sosial semakin membuka kesempatan bagi setiap individu yang terlibat di dalamnya untuk secara bebas menyatakan pendapatnya.

Keunggulan dari media sosial yaitu jangkauan dan cakupannya yang lebih besar daripada media massa sehingga dapat memberikan pengaruh yang lebih besar. Karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sifatnya yang unik, media sosial lebih digemari dan diprioritaskan sebagai sumber informasi dan untuk mengakses wawasan.

Penulis menemukan relevansi dari teori ekologi media (*media ecology theory*) terhadap penelitian yang ingin penulis teliti. Teori ekologi media merupakan studi tentang bagaimana media dan proses komunikasi memengaruhi persepsi manusia, perasaan dan emosi. Menurut Marshall McLuhan (1964) teori ekologi media berpusat pada prinsip bahwa masyarakat tidak bisa terlepas dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi fokus bagi sebagian besar masyarakat.

Dalam perspektif teori ini, pesan bukanlah hal yang mempengaruhi kesadaran kita, melainkan media. Media lah yang lebih banyak memengaruhi alam bawah sadar kita. Media yang membentuk pesan, bukan sebaliknya. Masyarakat sangat bergantung pada penggunaan media.

Relevansi teori ekologi media dengan judul penelitian ini menjelaskan tentang sifat generasi Z yang aktif dalam menggunakan sosial media TikTok. Dan bagaimana TikTok memberikan pengaruh terhadap perasaan, persepsi, bahkan perilaku generasi Z dan bagaimana generasi Z sangat bergantung pada penggunaan media (khususnya media sosial TikTok). Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk menunjukkan bagaimana konten edukasi pada media sosial TikTok memengaruhi perilaku generasi Z.

Media sosial TikTok dalam aktivitasnya selalu berkaitan dan menjalankan fungsi dan peran media. Sesuai dengan teori ekologi media yang mempelajari bagaimana teknologi media mempengaruhi masyarakat dan penggunaannya, media sosial TikTok juga mempengaruhi penggunaannya lewat apa yang disajikan dalam TikTok seperti konten



edukasi yang ditayangkan, ilmu pengetahuan yang ditampilkan, dan informasi apa yang sedang viral di TikTok.

Sebagai contoh kasus, konten make up pada TikTok, bagaimana cara merias wajah untuk pemula yang menarik perhatian generasi Z sehingga mendorong mereka untuk terus menyaksikan atau mencari tutorial-tutorial di media sosial khususnya TikTok. Algoritma TikTok pun akan terus menampilkan lebih banyak konten tutorial make up yang lebih mengedukasi penontonya. Jadi konten edukasi pada TikTok tersebut akan memberi pengaruh terhadap perasaan si penonton agar lebih *excited* untuk belajar makeup dan lebih bergantung pada media sosial dalam mencari edukasi-edukasi lain pada TikTok. Dengan melihat permasalahan diatas penulis mengambil judul “Pengaruh Konten Edukasi TikTok Terhadap Perilaku Generasi Z”.

Menurut Corey Anton dalam bukunya *Communication Uncovered General Semantics and Media Ecology*, 2011:129 mengutip dari sebuah buku yang ditulis oleh Postman berjudul “*Teaching as a Conserving Activity* (1979) yang membahas semangat McLuhan dan Ong namun juga merangkum ide-ide sentral ekologi media. Ia menulis bahwa ekologi media berkepentingan untuk memahami bagaimana teknologi dan teknik komunikasi mengendalikan bentuk, kuantitas, kecepatan, distribusi, dan arah informasi; dan bagaimana, pada gilirannya, konfigurasi atau bias informasi tersebut mempengaruhi persepsi, nilai, dan sikap masyarakat. Bentuk informasi seperti alfabet, kata-kata tercetak, dan gambar televisi bukan sekadar instrumen yang membuat segalanya lebih mudah bagi kita. Lingkungan tersebut adalah lingkungan—seperti bahasa itu sendiri, lingkungan simbolis dimana kita menemukan, membentuk, dan mengekspresikan kemanusiaan kita dengan cara-cara tertentu.

2. Media Digital

a. Pengertian Media Digital

Menurut Flew (2008) media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.

Menurut Denis McQuail new media digital sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, system penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Media digital merupakan suatu media elektronik yang disimpan dalam format digital (sebagai lawan format analog) yang dapat digunakan sebagai penyimpanan, memancarkan serta menerima informasi yang terdigitalisasi.

b. Manfaat Media Digital

Penggunaan media digital memiliki manfaat yang sangat besar. Manfaat utama yang didapat dari media digital adalah:

- (1) Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi (2015) media baru membuat pencarian informasi lebih mudah dan cepat. Manfaat ini memudahkan



manusia untuk mencari serta mendapatkan apa yang dibutuhkan, termasuk informasi.

- (2) Selain informasi, media baru juga memberi kemudahan kepada manusia, berupa akses mendapatkan kebutuhan yang lebih cepat dan mudah. Contohnya transaksi jual beli lewat internet, membeli barang di online shop, dan sebagainya.
- (3) Media baru juga dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, seperti bermain game online, menggunakan media sosial, menonton video serta mendengarkan lagu secara online, dan lain sebagainya.
- (4) Manfaat lain dari new media adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia bisa saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktunya.

c. Jenis Media Digital

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa media tradisional menjadi media baru atau new media digital telah dilengkapi dengan teknologi digital. Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet, WWW (world wide web), dan fitur multimedia.

Media sosial seperti facebook, Twitter, Instagram, Path, dan YouTube merupakan jenis-jenis media baru dalam digital yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media digital baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagai dan menciptakan jejaring secara online. Selain itu, masih ada jenis new media digital lainnya seperti: komputer atau *notebook*, *Digital Versatile Disc*,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Video compact Disc, Portable media player, Smartphone, video game dan virtual reality.

Creality.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

d Ciri-ciri Media Digital

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(1) Digital

Seluruh data diinput dan dikonversi menjadi bentuk angka, sehingga penggunaannya lebih mudah digunakan dibanding data analog. Selain itu, data digital juga lebih mudah dan cepat diakses lewat komputer atau gawai.

(2) Interaktivitas

Karakteristik new media ini lebih mudah dikendalikan, hemat waktu, dan komunikasinya berlangsung dua arah.

(3) Hypertextual

Adalah potongan teks yang jika diakses dapat memberi sambungan pada halaman situs lainnya, atau bisa juga disebut teks yang saling terhubung dengan teks lainnya.

(4) Dispersal atau menyebar

Artinya masyarakat bisa jadi produsen, distributor, atau konsumen dari informasi.

Karakteristik ini menyebabkan media baru menjadi media yang sifatnya lebih pribadi atau individually.

(5) Virtuality

Karateristik new media ini memungkinkan manusia berhadapan langsung dengan objek secara virtual. Karena media baru punya unsur presence atau kehadiran meski tidak secara fisik, atau yang sering disebut dunia maya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(6) Simulasi

Adalah tiruan atau imitasi dari peristiwa atau suatu hal yang nyata, namun dalam penyajiannya diberi efek tertentu supaya lebih dramatis.

(7) Jaringan (Networked)

New media juga punya karakteristik jaringan yang diartikan sebagai arus perpindahan data lewat jaringan internet, yang memungkinkan penggunaanya mengirim serta menerima data.

3. Media Sosial

Media sosial adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya.

Menurut B.K. Lewis (2010) dalam karyanya yang berjudul Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students mengatakan bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

Menurut Dave Kerpen (2011) dalam bukunya yang bertajuk Likeable Social Media mengemukakan bahwa media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu; Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, dll), Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo!, skype, phorum), Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr), Publish, (wordpress, wikipedia, blog, digg), Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (doof, pogo, cafe.com), Livestream (socializr, friendsfreed, socialthings!) Micro blog (twitter, twirxr, plazes, tweetpeek).

Media sosial ini memungkinkan manusia untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video music dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Aplikasi TikTok berasal dari negeri Tiongkok yang diluncurkan pada awal September tahun 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang sekaligus pendiri dari sebuah perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance.

Sebelum dikenal luas oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya. Dimana pengguna hanya menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke pada seluruh pengguna lainnya. Siapa sangka, aplikasi ini ternyata mendapat respon positif dari penggunanya, sehingga aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang cukup populer di negara asalnya.

Karena merasa berhasil memperkenalkan di negara asalnya sendiri, ByteDance akhirnya mencoba untuk memperkenalkan aplikasi ini kepada masyarakat dunia. Sehingga ByteDance memutuskan untuk mengganti nama Douyin menjadi TikTok. TikTok disukai oleh generasi Z karena karakteristik TikTok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya.

Seolah-olah dengan penggunaan TikTok, generasi Z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing. TikTok menghadirkan konten video yang bersifat edukasi yang bermanfaat dan menguntungkan, seperti konten edukasi. Berdurasi awalnya kurang lebih 15 detik dan sekarang sudah bisa berdurasi 3 menit, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut fitur – fitur yang disediakan oleh TikTok:

a. **Penambahan music**

Sesuai dengan penjelasan di atas, Tik Tok merupakan salah satu platform video musik. Ini artinya salah satu fitur utama yang terdapat pada aplikasi TikTok adalah fitur penambahan musik. Anda dapat menambahkan beragam jenis musik yang sesuai dengan konten video yang ingin anda buat.

Selain itu, anda tidak perlu merasa khawatir untuk memakai musik tersebut secara bebas, karena semua musik yang telah tersedia di aplikasi, sudah mendapat izin dari pemiliknya, sehingga tidak akan dikenakan copyright.

b. **Filter pada video**

Fitur ke-2 yaitu fitur filter yang ada pada video. Pengguna bisa menambahkan filter pada video untuk mengubah tune warna pada video. Selain itu, Anda juga bisa menyesuaikan tone dan rona sesuai dengan objek video anda.

c. **Filter sticker dan efek video**

TikTok menyediakan setidaknya 5 kategori efek yang dapat anda coba, diantaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split dan juga waktu.

Dalam efek stiker anda dapat menemukan beragam pilihan seperti, hot, classic, selfie, hair, funny, interactive, heart, vlog, animal dan glasses. Filer ini tak lain bertujuan untuk membuat video yang dibuat menjadi terkesan lebih kreatif.

d. **Filter voice changer**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pengguna kini dapat mengubah suaranya dalam video yang mereka buat dengan

C menggunakan fitur Voice Changer ini. Dengan beragam efek suara yang berbeda.

Caranya pun cukup mudah untuk dilakukan, Anda hanya perlu merekam atau dapat memilih dari galeri smartphone Anda, kemudian pilih voice effect.

e. Filter beautify

TikTok menyediakan fitur beautify yang dapat membuat wajah para pengguna akan terlihat jadi jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan juga unik. Selain itu, Fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan juga memperhalus wajah.

f. Filter auto captions

Fitur ini memungkinkan kreator konten TikTok menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi.

Tujuan disediakannya fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat. Cara menggunakannya pun mudah, anda hanya perlu mengklik fitur “Caption” pada laman editing sebelum mengunggah video.

Setelah itu, kata-kata yang diucapkan oleh kreator di dalam konten tersebut akan ditranskripsi secara otomatis oleh aplikasi. Setelah itu, Anda dapat melihat dan menyunting subtitle yang telah dibuat supaya teksnya tidak keliru.

g. Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TikTok juga memperkenalkan fitur baru yang dapat memungkinkan kreator

C lebih mudah menghalau bullying. Untuk menggunakannya, pengguna bisa menekan agak lama pada sebuah komentar atau mengetuk ikon pensil yang ada di sudut kiri atas untuk membuka pilihan.

Dari situ, kreator bisa memilih 100 komentar atau akun untuk dihapus atau diblok alih-alih harus menyisir satu per satu. Dengan begitu penghapusan komentar atau pemblokiran akun bisa lebih mudah.

h Fitur live

TikTok juga memiliki fitur live yang dapat oleh digunakan oleh penggunanya.

Namun hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 followers yang bisa melakukan live di TikTok.

5. Perilaku

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi perilaku adalah suatu tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Berdasarkan psikologis, perilaku memiliki arti konkrit dari jiwa. Pada konteks ini, perilaku manusia khususnya dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Perilaku tertutup, perilaku yang hanya dapat dimengerti dengan menggunakan alat bantu atau metode tertentu, misalnya berpikir, sedih, berkhayal, dan sebagainya.
- b. Perilaku terbuka, perilaku yang secara langsung dapat diketahui maknanya.

Dasar manusia berperilaku, karena adanya dorongan dari dalam. Suatu usaha karena adanya kebutuhan. Sehingga perilaku terjadi karena dorongan untuk pemenuhan kebutuhan. Dapat disimpulkan perilaku adalah kegiatan atau aktivitas manusia yang timbul

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



karena adanya rangsangan, baik yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Okviana (2015) perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak tampak, dari yang dirasakan sampai paling yang tidak dirasakan.

Menurut Notoatmojo (2010) perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan.

Dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua:

a. Bentuk pasif /perilaku tertutup (covert behavior)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup.

Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

b. Perilaku terbuka (overt behavior)

Respons terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Generasi Z

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Dalam teori generasi yang dikemukakan Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, generasi Z lahir pada tahun 1997-2012. Generasi ini lahir di akhir abad ke 20 dan awal abad ke 21.

Generasi Z adalah kelompok manusia termuda di dunia saat ini. Mereka lahir dalam rentang 1995 hingga 2010. Di Indonesia, pada 2010 saja jumlah mereka sudah lebih dari 68 juta orang, nyaris dua kali lipat Generasi X (kelahiran 1965-1976). Dan kini ada sekitar 2,5 miliar orang generasi Z di seluruh dunia.

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z adalah generasi setelah generasi milenial, generasi ini merupakan generasi peralihan generasi milenial dengan teknologi yang semakin berkembang. Beberapa diantaranya merupakan keturunan dari generasi X dan milenial.

Adapun karakteristik dan ciri - ciri umum generasi Z adalah:

- a. Merupakan generasi digital yang mahir akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi.
- b. Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial.
- c. Generasi Z dikenal lebih mandiri daripada generasi sebelumnya. Mereka tidak menunggu orang tua untuk mengajari hal-hal atau memberi tahu mereka bagaimana membuat keputusan.
- d. Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan sekitar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- e. Terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit.
- f. Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.

Terdapat beberapa kelebihan dari generasi Z, di antaranya adalah:

- a. Pengetahuan yang luas karena mudahnya akses informasi.
- b. Terbuka terhadap perkembangan yang ada.
- c. Mempunyai motivasi yang tinggi.
- d. Mampu melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu atau multitasking.
- e. Cenderung lebih toleran karena terbuka terhadap segala sesuatu.
- f. Tidak cepat berpuas diri.
- g. Mempunyai keinginan untuk terus berkembang.

Meskipun memiliki beberapa kelebihan, tetapi generasi Z juga memiliki sejumlah

kelemahan. Di antaranya adalah:

- a. Cenderung individualistis dan egosentris.
- b. Tidak fokus terhadap satu hal.
- c. Kurang menghargai proses atau lebih tertarik kepada hal-hal yang instan.
- d. Lebih memprioritaskan uang.
- e. Emosi yang cenderung labil.
- f. Terlalu bergantung pada teknologi. sehingga kesulitan ketika dihadapkan dengan hal-hal yang konvensional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut catatan dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, terdapat 74,3

juta generasi Z di Indonesia atau berarti sekitar 27 persen dari total penduduk di Indonesia.

Diperkirakan usia generasi Z saat ini adalah rentang 9 – 22 tahun. Artinya, mereka belum memasuki usia produktif.

Dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari kita, banyak sekali anak-anak SD, SMP, sampai SMA sudah memegang perangkat-perangkat seperti handphone yang canggih. Selain itu, cara pembelajaran di sekolah mereka pun juga sudah mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti:	Judul Penelitian:	Tahun Penelitian:	Variabel yang Diteliti:	Hasil Penelitian:
Fadhlizha Izzati Rinanda Hiramachina & Hetty Krisnani	Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme.	2020	Variabel Bebas: Konten edukasi dan aktivisme medsos Tiktok. Variabel Terikat: Perilaku generasi Z.	Penggunaan medsos TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme (X) berpengaruh positif terhadap perilaku generasi Z (Y).
Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N & Rian Damariswara.	Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z.	2022	Variabel Bebas: Aplikasi TikTok. Variabel Terikat: Media edukasi di era generasi Z.	Pemanfaatan aplikasi TikTok (X) berpengaruh secara positif terhadap media edukasi di era generasi Z (Y).

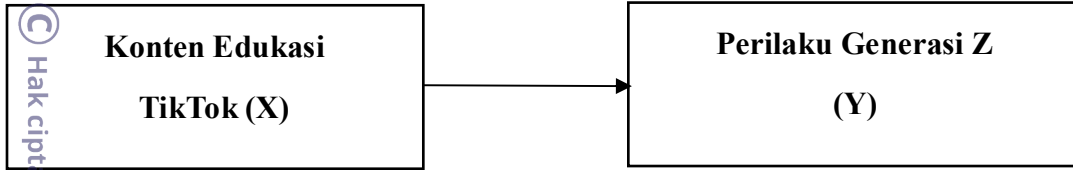
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Nama Peneliti:	Judul Penelitian:	Tahun Penelitian:	Variabel yang Diteliti:	Hasil Penelitian:
Assyifa Fauziah	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok. Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi SMKN 10 Kota Bekasi.	2021	Variabel Bebas: Medsos TikTok. Variabel Terikat: Self disclosure siswi SMKN 10 Kota Bekasi.	Penggunaan medsos TikTok (X) menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap self disclosure siswi SMKN 10 Kota Bekasi (Y).
Ambar Kuswati	Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021.	2021	Variabel Bebas: Medsos TikTok. Variabel Terikat: Akhlakul karimah remaja di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021.	Penggunaan medsos TikTok (X) berpengaruh terhadap akhlakul karimah remaja di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021 (Y).
Eka Rahmawati.	Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Belajar Siswa.	2023	Variabel Bebas: Aplikasi TikTok. Variabel Terikat: Prilaku belajar siswa.	Penggunaan aplikasi TikTok (X) berpengaruh positif dan negative terhadap prilaku belajar siswa (Y).

C. Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran yang sudah penulis buat dan ada kaitannya dengan penelitian penulis dengan judul “Pengaruh Konten Edukasi TikTok Terhadap Prilaku Generasi Z” :



Gambar 2.2

Gambar Kerangka Pemikiran

Konten edukasi di TikTok dapat membantu generasi Z memperoleh pengetahuan mereka tentang berbagai topik, mulai dari sejarah hingga ilmu pengetahuan dan keterampilan praktis. Ini dapat mendorong mereka untuk menjadi lebih terinformasi dan terdidik. Pengaruh konten edukasi di TikTok dan perilaku generasi Z dapat beragam. Konten edukasi yang berkualitas dapat memberikan manfaat besar, termasuk peningkatan pengetahuan, kreatifitas dan kesadaran sosial. Namun, penting bagi generasi Z dan pemangku kepentingan lainnya untuk memantau dan membimbing penggunaan media sosial ini agar lebih bijak dan positif untuk memaksimalkan manfaatnya sambil menghindari dampak negatif potensialnya.

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Konten edukasi TikTok berpengaruh secara positif terhadap perilaku generasi Z.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.