

**Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi Tik Tok
(Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)**

Suwardi Lubis, Vionita Anjani

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 terhadap aplikasi Tik Tok, mengetahui keefektifan dari aplikasi Tik Tok dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 terhadap aplikasi Tik Tok. Teori yang digunakan adalah komunikasi, teknologi komunikasi, media baru, dan persepsi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 238 mahasiswa. Peneliti menggunakan presisi sebesar 5% dan sampel ditentukan dengan purposive sampling. Dari rumus tersebut, maka diperoleh sampel sebanyak 149 mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian, dari 149 mahasiswa, hanya 10.1% atau 15 orang yang menggunakan aplikasi Tik Tok. Hal ini menunjukkan ketidaktertarikan responden penelitian terhadap aplikasi Tik Tok. Persepsi dari sampel yang terpilih menunjukkan, 71 orang merasa aplikasi Tik Tok membawa pengaruh buruk kepada penggunanya. Sementara itu, sebanyak 64 orang mengatakan bahwa aplikasi Tik Tok telah disalahgunakan oleh penggunanya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa mengenai aplikasi Tik Tok adalah banyaknya kasus atau peristiwa yang negatif mengenai aplikasi Tik Tok.

Kata Kunci : Persepsi, Mahasiswa, Aplikasi Tik Tok, Komunikasi

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pengonsumsi media sosial sebagai perantara eksistensi merupakan pola komunikasi yang sedang terjadi pada masyarakat sekarang ini. Internet bukan lagi menjadi alat yang hanya bermanfaat untuk mencari informasi dan berita, tetapi juga untuk mencari jati diri. Dalam peristiwa Tik Tok, arti sebagai manusia sudah diperkecil menjadi sebatas sebuah pencitraan diri agar menjadi terkenal dan eksis. Mengambil data dari *south China Morning Post* (SCMP) bahwasanya pengguna Tik Tok merupakan anak-anak yang masih berada di bawah umur. Seorang anak yang masih berada di tingkat sekolah dasar, mengaku kalau aplikasi Tik Tok telah merubah dirinya. Anak tersebut mengungkapkan fakta bahwa Tik Tok sangat populer. Dua puluh teman sekelasnya beserta adiknya yang masih berumur 9 tahun sudah menggunakan aplikasi tersebut. Kini, ia meraka kalau dirinya sudah seperti seorang artis. Orang-orang yang sedang berjalan mengenal dirinya setelah mengunggah video di Tik Tok.

Mahasiswa adalah generasi penerus bangsa. Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang mewakili kelompok masyarakat intelektual, memiliki pemahaman yang lebih unggul dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Mahasiswa juga diharapkan mempunyai pandangan ataupun pendapat yang dapat dijadikan bahan tolak ukur serta pedoman dalam masyarakat mengenai masalah yang ada, termasuk kaitannya dengan penggunaan aplikasi Tik Tok.

Bangsa saat ini sangat membutuhkan peran dari masyarakatnya agar terjadinya perubahan yang lebih baik. Maka dari itu, peran mahasiswa sebagai *agent of change* dan kontrol sosial mewajibkan mahasiswa untuk lebih peduli terhadap sesamanya, terutama akibat yang dimunculkan dari kemajuan teknologi seperti para pengguna Tik Tok tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU dikarenakan mahasiswa Ilmu Komunikasi mempunyai hubungan yang erat dengan fenomena media *online* sebagai sarana komunikasi, khususnya media *online* seperti aplikasi Tik Tok.

Peneliti juga memilih jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU dikarenakan mahasiswa/i dari Ilmu Komunikasi sendiri diwajibkan untuk lebih mengerti dan memahami serta lebih menguasai perkembangan teknologi komunikasi di zaman yang sekarang. Dari perkembangan teknologi komunikasi yang diciptakan untuk mempermudah dan mendukung kekreatifitasan manusia khususnya anak-anak muda, muncullah aplikasi Tik Tok yang memudahkan penggunanya menghasilkan video dengan berbagai konten dengan bermacam-macam efek yang disuguhkan di dalam aplikasi. Karena itu, aplikasi Tik Tok sangat menarik untuk diteliti sebagai media atau sarana komunikasi bagi kalangan anak-anak muda yang ingin berkreasi dalam sebuah video singkat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan pemaparan latar belakang masalah yang telah peneliti jelaskan di atas, maka peneliti dapat merumuskan fokus masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 terhadap aplikasi Tik Tok”.

Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 terhadap aplikasi Tik Tok.
2. Untuk mengetahui keefektifan dari aplikasi Tik Tok
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU terhadap aplikasi Tik Tok.

KAJIAN LITERATUR

Komunikasi

Komunikasi adalah proses suatu kegiatan yang memiliki banyak langkah terpisah tetapi saling berhubungan sepanjang waktu. Ketika kita mempersiapkan diri untuk memberikan presentasi publik, misalnya, kita tidak berdiam diri. Sebaliknya, kita bergerak melalui urutan kegiatan yang saling terkait sebagaimana

kita rencanakan, mengumpulkan bahan, berlatih, melakukan presentasi, dan mungkin menyesuaikan penyajian yang kita berikan, berdasarkan reaksi penonton. Begitu pula, komunikasi yang terjadi dalam sebuah percakapan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari sejumlah langkah yang saling terkait yang terjadi sepanjang waktu (Hamad, 2014 : 16).

Komunikasi sangatlah mendasar untuk individu, hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat. Bagi kita sebagai individu, komunikasi adalah jalur yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, dan mempengaruhi orang lain. Melalui komunikasi kita membangun hubungan dengan orang lain. Bagi teman-teman, kenalan, keluarga atau kolega di sekolah atau di tempat kerja, komunikasi merupakan sarana untuk mencapai tujuan bersama, menghubungkan satu dengan yang lain, dan alat berbagi ide. Dalam kelompok, organisasi dan masyarakat, komunikasi adalah sarana yang dapat mempertemukan kebutuhan dan tujuan kita sendiri dengan kebutuhan dan tujuan pihak lain. Di dalam organisasi yang lebih besar, masyarakat dan komunitas dunia, komunikasi menyediakan jaringan hubungan yang memungkinkan kita untuk melakukan aksi bersama, pembentukan identitas bersama, dan pengembangan kepemimpinan (Hamad, 2014 : 17).

Teknologi Komunikasi

Perubahan-perubahan teknologi terus meningkatkan kecepatan komunikasi secara menakjubkan. Anda dapat mengirimkan resume anda ke suatu perusahaan yang prospektif sehingga ia diterima pada hari yang sama ketika iklan lowongan kerja itu dimuat. Pertemuan-pertemuan internasional dapat direncanakan dan dokumen-dokumen dipertukarkan dengan kecepatan yang tidak terbayangkan. Tempo banyak transaksi yang diselesaikan lewat media terus meningkat. Selain kecepatan yang lebih besar untuk mengirimkan pesan, kita juga menyaksikan perubahan-perubahan besar dalam volume informasi yang dikirimkan, disimpan, dan diambil kembali (Mulyana, 2005 : 224).

Williams (1989) menjelaskan bahwa teknologi baru dapat dianggap sebagai perluasan media bahwa sementara media berfungsi sebagai perluasan indra-indra dasar dan cara-cara komunikasi kita. Media baru biasanya bukan merupakan sistem tersendiri. (Mulyana, 2005 : 225)

Media Baru

New media berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan oleh sumber untuk mengirim atau menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana dalam jurnal Puspita, 2008 : 70). Media baru merupakan bentuk dari konvergensi media tradisional atau konvensional dengan media digital. Kelebihan dari media baru adalah ia mempunyai sifat yang *realtime*, dimana masyarakat bisa mengakses informasi dan segala macam kebutuhan yang diperlukan dengan cepat, kapan saja dan dimana saja, selama mereka terhubung dengan perangkat dan jaringan internet (Puspita, 2015 : 206).

McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2000 : 16-17) menamakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi melalui kabel atau satelit, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan

pencarian informasi serta sistem penyajian gambar dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian oleh komputer (Doli, 2018 : 12).

Persepsi

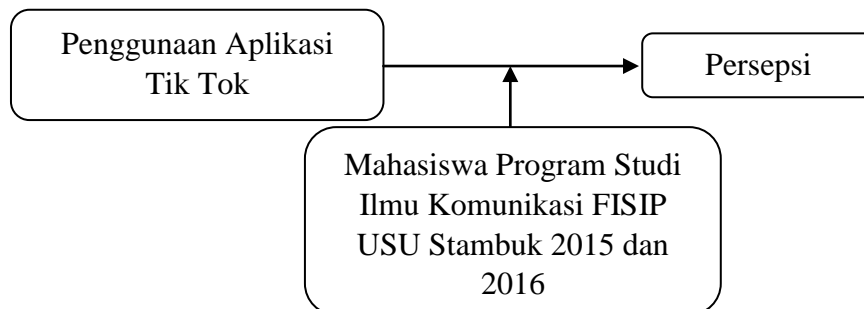
Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Desiderato dalam Rakhmat, 2005 : 51).

Menurut Mulyana (2007 : 175), persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Dari pengertian tersebut, terdapat perbedaan antara persepsi dan penginderaan (Doli, 2018 : 22).

Hubungan Persepsi dengan Komunikasi

Persepsi merupakan kata yang mempunyai hubungan dengan waktu yang sudah berlalu sampai saat ini atau juga berhubungan dengan pengalaman. Dalam hal ini, persepsi setiap orang sangat sulit untuk disamakan, karena setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda beda.

Model Teoritik



Gambar 2. Model Teoritik Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Deskripsi Lokaksi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Program Studi Ilmu Komunikasi, beralamat di Jl. Prof. A. Sofian No. 1 Kampus USU, Padang Bulan, Medan 20155. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2019.

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian yang dilakukan, meliputi seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 yang terdaftar di dirmahasiswa.usu.ac.id dimana jumlah mahasiswa untuk stambuk 2015 ada 125 mahasiswa dan untuk stambuk 2016 ada 113 mahasiswa.

Teknik Penarikan Sampel

Dalam hal ini peneliti menggunakan dua teknik penarikan sampel, yaitu sebagai berikut :

1. Sampel Stratifikasi Proporsional
2. *Purposive Sampling*

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik Pengumpulan Data Primer
 - a. Kuesioner
 - b. Observasi
2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder
 - a. Buku
 - b. Jurnal
 - c. Internet

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang telah peneliti uraikan menggunakan analisis tabel tunggal, menunjukkan bahwa responden penelitian yang merupakan mahasiswa/i Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 mayoritas bukan pengguna aplikasi Tik Tok. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi Tik Tok bukan merupakan aplikasi yang dapat memenuhi saran komunikasi responden penelitian. Hal ini juga membuktikan bahwa berkembangnya aplikasi Tik Tok yang diikuti dengan pemberitaan yang negatif membuat responden penelitian tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut. Ketertarikan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap aplikasi Tik Tok juga terlihat dari tabel 4.13 dimana sebanyak 68 orang menjawab netral jika aplikasi Tik Tok diblokir secara permanen. Pada tabel 4.14 juga terdapat sebanyak 79 orang yang menjawab netral bahwa aplikasi Tik Tok sudah layak digunakan setelah pemblokiran sementara.

Angka-angka diatas menjelaskan bahwa responden penelitian yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 tidak tertarik dengan aplikasi Tik Tok. Angka di atas juga menunjukkan ketidakpedulian mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 terhadap aplikasi tersebut.

Pada tabel 4.5 diketahui sebanyak 123 orang dikategorikan mengetahui aplikasi Tik Tok. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa eksistensi dari aplikasi Tik Tok terbilang tinggi dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016. Walaupun eksistensi aplikasi Tik Tok dikalangan mahasiswa/i Ilmu Komunikasi FISIP USU tinggi, ada beberapa mahasiswa/i yang tidak mengetahui aplikasi tersebut. Dalam tabel 4.5 ini, peneliti tidak menampilkan 3 orang yang tidak mengetahui aplikasi Tik Tok dikarenakan

pertanyaan ini bertujuan untuk menyaring responden penelitian yang dapat digunakan datanya untuk dianalisis lebih jauh oleh peneliti, karena menurut peneliti, jika ia tidak mengetahui aplikasi Tik Tok, ia tidak dapat menilai baik buruknya aplikasi tersebut jika digunakan secara bebas.

Dalam temuan peneliti, terdapat 106 responden penelitian yang dikategorikan mengetahui pemberitaan negatif aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan lebih dari setengah jumlah responden penelitian mengetahui berita-berita negatif yang berkaitan dengan aplikasi tersebut. Lalu, sebanyak 32 responden penelitian menjawab netral yang berarti mereka mengetahui sedikit dari banyaknya berita-berita negatif mengenai aplikasi Tik Tok. Dari berbagai macam berita negatif yang muncul mengenai aplikasi Tik Tok, masih tersisa 11 responden penelitian yang tidak mengetahui aplikasi Tik Tok. Hal ini juga menunjukkan ketidakpedulian beberapa mahasiswa/i Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 tentang sarana, alat atau media komunikasi yang sedang berkembang saat ini.

Mengenai pemakaian aplikasi Tik Tok yang diperbolehkan untuk mereka yang berumur 12 tahun keatas mendapat variasi angka dari berbagai variabel. Mayoritas responden penelitian memilih tidak setuju dengan peraturan ini. Sebanyak 41 responden penelitian menjawab netral dengan peraturan ini. Tersisa 39 responden penelitian yang menjawab kategori setuju dengan peraturan ini.

Pemakaian aplikasi Tik Tok membuat penggunaannya membuat konten yang kreatif. Pernyataan ini mendapat angka 97 responden penelitian yang dikategorikan setuju, sementara 41 diantaranya netral. Selanjutnya mengenai aplikasi Tik Tok yang membari pengaruh buruk kepada penggunaannya mendapat 71 responden penelitian yang menjawab setuju, sementara 66 diantaranya menjawab netral. Pada tabel 4.10 terdapat 115 responden penelitian yang setuju bahwa aplikasi Tik Tok sebagai perantara eksistensi. Beberapa kasus penggunaan aplikasi Tik Tok menonjolkan penggunaannya sebagai orang yang bertujuan untuk menjadi terkenal tetapi dengan usaha yang minim. Hal ini mendukung persepsi dari 115 responden penelitian yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut. Lalu 32 diantaranya netral sementara 2 responden penelitian mengatakan tidak setuju.

Dari beberapa pernyataan di atas, peneliti menuju kepada pernyataan bahwa penggunaan aplikasi Tik Tok disalahgunakan oleh pemakainya. Pernyataan ini mendapat 118 responden penelitian yang mengatakan setuju sementara 23 responden penelitian mengatakan netral dan 8 responden penelitian mengatakan tidak setuju. Lebih dari setengah jumlah responden penelitian mengatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi Tik Tok memang disalahgunakan oleh pemakainya.

Untuk pemblokiran sementara yang telah dilakukan oleh KemKominfo, terdapat 97 responden penelitian yang setuju dengan pemblokiran tersebut. Sementara itu, sebanyak 46 responden penelitian memilih netral. Walaupun mayoritas responden penelitian setuju dengan pemblokiran tersebut, masih terdapat 6 responden penelitian yang tidak setuju. Hal ini menunjukkan walaupun aplikasi Tik Tok tidak banyak digunakan oleh mahasiswa/i Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016, masih terdapat 6 responden penelitian yang merasa bahwa aplikasi Tik Tok tidak perlu di blokir secara permanen. Pada tabel

4.13 juga terlihat bahwa 24 responden penelitian tidak setuju aplikasi Tik Tok diblokir secara permanen. Peneliti menyimpulkan, selain 15 orang di antaranya adalah pengguna aplikasi Tik Tok, terdapat 9 responden penelitian yang merasa bahwa aplikasi Tik Tok tidak perlu diblokir secara permanen. Untuk pernyataan yang terakhir yaitu aplikasi Tik Tok sudah layak digunakan setelah pemblokiran sementara mendapat 54 responden penelitian yang memilih tidak setuju, sementara 79 responden penelitian memilih netral. Lalu 16 responden penelitian mengatakan setuju.

Pengalaman juga mempengaruhi persepsi seseorang. Pada tabel 4.7 terdapat 39 responden penelitian yang menjawab setuju dengan penggunaan aplikasi Tik Tok oleh mereka yang berumur 12 tahun ke atas. Sementara 69 responden penelitian mengatakan tidak setuju. Dalam tabel tersebut perhatian dari 39 responden penelitian berbeda dengan perhatian dari 69 responden penelitian. Bagi 39 responden penelitian yang menjawab setuju, umur 12 tahun ke atas sudah cukup bijak dalam penggunaan aplikasi Tik Tok, tetapi tidak dengan yang 69 responden penelitian yang menjawab tidak setuju.

PENUTUP

Simpulan

Dari keseluruhan penjelasan peneliti mengenai persepsi masyarakat terhadap aplikasi Tik Tok, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 menunjukkan bahwasanya mayoritas responden penelitian setuju aplikasi Tik Tok membawa pengaruh yang buruk kepada penggunanya. Responden penelitian juga mayoritas setuju jika aplikasi Tik Tok membuat penggunanya dapat menuangkan kekreatifitasannya dengan aplikasi tersebut. Hal ini mengarah kepada penggunaan aplikasi Tik Tok yang tidak baik. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 mayoritas setuju bahwa jika aplikasi Tik Tok tidak disalahgunakan, atau digunakan secara bijak, maka aplikasi tersebut tidak akan memberikan dampak yang buruk. Pembatasan umur juga perlu diperhitungkan kembali karena umur menentukan sikap seseorang dalam menggunakan sebuah aplikasi.
2. Melalui penyebaran kuesioner yang telah peneliti lakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa keefektifan aplikasi Tik Tok ditentukan oleh bagaimana pengguna tersebut memanfaatkan aplikasi Tik Tok. Hal ini juga didukung dari banyaknya responden penelitian yang menjawab setuju dengan pemakaian aplikasi Tik Tok yang membuat penggunanya kreatif. Selain itu, mayoritas responden penelitian menjawab setuju dengan penyalahgunaan aplikasi Tik Tok. Mayoritas responden juga menjawab netral dengan pemblokiran permanen dan kelayakan penggunaan aplikasi Tik Tok setelah pemblokiran. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Tik Tok mengikuti pengguna dari aplikasi tersebut. Jika aplikasi digunakan secara baik, maka aplikasi akan menjadi baik untuk banyak orang, sebaliknya jika aplikasi

digunakan dengan cara yang salah, maka aplikasi akan berdampak buruk bagi banyak orang.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 adalah pengalaman, perhatian, dan pengetahuan. Mereka yang merupakan pengguna dari aplikasi Tik Tok tidak akan setuju dengan pemblokiran aplikasi Tik Tok. Mereka akan menjawab pernyataan sesuai dengan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi Tik Tok. Perhatian juga terlihat dari responden penelitian. Beberapa responden penelitian menjawab pernyataan yang ada sesuai dengan apa yang mereka perhatikan. Beberapa hanya memperhatikan bagian terburuk dari aplikasi Tik Tok, beberapa lagi memperhatikan sisi baik dan sisi buruk dari aplikasi Tik Tok. Selain pengalaman dan perhatian, pengetahuan juga merupakan faktor dari persepsi responden penelitian. Hal ini terlihat pada tabel 4.7 yang membahas tentang batasan umur pemakaian aplikasi Tik Tok.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran dari peneliti.

1. Secara Akademis
Diharapkan penelitian yang berhubungan dengan penelitian sejenis dapat dilanjutkan oleh mahasiswa khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi. Adanya penelitian yang berbeda dapat menambah referensi dan memperkaya penelitian serupa serta dapat dimanfaatkan untuk calon peneliti yang berikutnya.
2. Secara Praktis
Peneliti berharap pemakaian aplikasi Tik Tok kedepannya dapat menghasilkan berbagai macam video kreatif dengan beragam konten yang tetap menjunjung tinggi nilai-nilai sosial di dalamnya.
3. Saran Responden Penelitian
Dari penelitian ini, peneliti berharap pemerintah dapat mengkaji ulang batasan umur dalam penggunaan aplikasi Tik Tok, mengingat bahwa untuk anak berumur 12 tahun ke atas masih dalam masa yang labil dan belum dewasa dalam menggunakan media sosial secara bebas. Dengan batasan umur yang lebih tepat dan pengawasan aplikasi Tik Tok yang ditingkatkan, peneliti berpendapat penyimpanan konten dalam aplikasi dapat berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Cetak

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial : Format – Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya : Airlangga University Pers.
- Bungin, M. Burhan. 2011. *Metodologi penelitian kuantitatif : komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya, Ed.2*, Jakarta : Kementrian Pertanian.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Raih Asa Sukses.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail 1, Ed.6*, Jakarta : Salemba Empat.
- Morissan. 2010. *Psikologi Komunikasi*, Jakarta : Get Your Wisdom.
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. dan Sujarman, Tjun. 1992. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Rekayasa Sains.
- Ruben, Brent D. dan Stewart, Lea P. 2006. *Komunikasi dan Perilaku Manusia, Ed. 5*, Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi penelitian kuantitatif : untuk bidang ilmu administrasi, kebijakan publik, ekonomi, sosiologi, komunikasi dan ilmu sosial lainnya*, Jakarta : Grafitipers.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis teks : suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*, Bandung : Rekayasa Sains.
- Subagyo, P. Joko. 1997. *Metode Penelitian dalam teori dan Praktek*, Jakarta : Rimba Cipta.
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*, Depok : Rajawali Pers.
- Tubbs, Stewart L dan Moss, Sylvia. 1996. *Human communication : konteks konteks komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Grange Books.

Internet

- www.detik.com
id.m.wikipedia.org
www.moneysmart.id
www.tek.id
www.kompasiana.com
www.liputan6.com
video.tribunnews.com
www.alinea.id
www.banjarmasin.tribunnews.com
www.depkes.go.id