

DAMPAK PENGGUNAAN TIKTOK DALAM PERUBAHAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI SISWA DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUSAN (SMK) SWASTA IMELDA MEDAN

THE IMPACT OF TIKTOK USAGE ON CHANGES IN STUDENTS' COMMUNICATION PSYCHOLOGY IN PRIVATE HIGH SCHOOL (SMK) IMELDA MEDAN

Widia Pratiwi¹, Cut Alma Nuraflah², Jhon Simon³, Topan Bilardo⁴

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Dharmawangsa

JL Kl. Yos Sudarso NO.224 Medan

widia7586@gmail.com, cutalamuraflah@dharmawangsa.ac.id, jhon.simon07@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak Tiktok dalam perubahan psikologi komunikasi siswa di Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) Swasta Imelda Medan dan mengetahui apa saja hambatan yang terjadi dalam perubahan psikologi komunikasi siswa dengan hadirnya Tiktok di Tengah lingkungan sekolah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini merujuk pada dampak penggunaan Tiktok dalam perubahan psikologi komunikasi siswa yang signifikan. Siswa bergantung dengan Tiktok sebagai media pemuas beberapa kebutuhannya, hingga berdampak pada konsekuensi kognitif, afektif dan perilakunya. Dampak dari Tiktok dalam perubahan psikologi komunikasi siswa ialah merubah pola komunikasi, gaya komunikasi, dan intensitas sosial siswa. Dampak lain Tiktok merubah minat siswa cenderung untuk hiburan, mengalami gangguan waktu tidur, tidak fokus belajar, dan perubahan rasa percaya diri hingga mengalami kecemasan. Terdapat juga hambatan dalam perubahan psikologi komunikasi siswa yaitu merasa tidak nyaman dengan perubahan dalam pola komunikasi, berlebihan dalam menggunakan Tiktok, adanya gangguan belajar, gangguan Waktu tidur, pola interaksi social yang menurun, kecemasan serta kurangnya rasa percaya diri pada siswa, dan pemahaman yang minim dalam menerima informasi.

Kata Kunci : Dampak Penggunaan TikTok, Perubahan Psikologi Komunikasi, Siswa SMK

ABSTRACT

This research aims to determine the impact of TikTok on the changes in communication psychology among students at Imelda Medan Private Vocational High School and to identify the obstacles encountered in the changes in students' communication psychology due to the presence of TikTok in the school environment. This study employs a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use the Miles and Huberman model. The results of this study indicate a significant impact of TikTok usage on the changes in students' communication psychology. Students rely on TikTok as a medium to satisfy several of their needs, leading to cognitive, affective, and behavioral consequences. The impact of TikTok on the changes in students' communication psychology includes altering communication patterns, communication styles, and the intensity of students' social interactions. Other effects of TikTok include a tendency for students to seek entertainment, experiencing sleep disturbances, lack of focus on studies, changes in self-confidence, and

experiencing anxiety. There are also obstacles in the changes in students' communication psychology, such as discomfort with changes in communication patterns, excessive use of TikTok, learning disruptions, sleep disturbances, decreased social interaction patterns, anxiety, lack of self-confidence among students, and minimal understanding in receiving information.

Keywords : Impact of Using TikTok, Changes in Communication Psychology, Vocational School Students

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, kini perkembangan teknologi dan komunikasi memunculkan sebuah media baru (*new media*) yang mempermudah manusia dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi. Dengan adanya media baru ini maka munculah media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Berbagai macam media untuk berkomunikasi pun hadir untuk memudahkan manusia berinteraksi. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, hal inilah yang melahirkan media sosial.

Media sosial merupakan media online, yaitu media yang hanya ada dengan menggunakan internet dimana para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Salah satu aplikasi di media sosial yang saat ini sedang *booming* dikalangan anak-anak, remaja bahkan orang dewasa yaitu TikTok. TikTok adalah aplikasi buatan dari negeri Tirai Bambu lebih tepatnya Tiongkok, aplikasi yang *platform*-nya khusus video, musik dan foto.

Pada bulan Agustus tahun 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) resmi memblokir aplikasi video musik asal China yang tengah populer di Indonesia, TikTok. Padahal, aplikasi yang di negara asalnya bernama Dou Yin tersebut masih terbilang baru di Indonesia. Meski baru, TikTok masuk daftar 10 besar aplikasi paling banyak di-download di Indonesia, Thailand, Malaysia, dan Filipina. Di *Google Trends*, TikTok terpantau digandrungi oleh anak muda di Asia Tenggara. Pemblokiran ini dilakukan setelah pihaknya berkoordinasi dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak (KPPS) dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI). (<https://www.liputan6.com/teknologi/read/3577889/kemkominfo-ungkap-kronologi-pemblokiran-tiktok-ini-detailnya?page=3> diakses pada 23 April 2024).

Hampir rata-rata pengguna aplikasi TikTok berusia di bawah 18 tahun. Bahkan, mayoritas adalah anak berusia antara 5-10 tahun atau usia sekolah dasar. Tentunya, hal ini membahayakan bagi perkembangan mental generasi penerus bangsa. Pemikiran dan pendirian mereka cenderung belum stabil. Jika melihat sekilas, memang banyak konten di TikTok yang tidak layak untuk anak, apalagi anak usia antara 5-10 tahun. Anak-anak usia tersebut rentan sekali tercemar dengan beragam pengaruh negatif, yang tentu bisa timbul dari tontonan serta kegiatan mereka pada aplikasi TikTok. Di tambah lagi, Kominfo menemukan adanya konten pornografi yang tentunya bukan saja tak layak, tapi sangat berbahaya bagi anak di bawah umur.

TikTok telah menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan. TikTok yang dulu di kenal dengan Douyin adalah layanan hosting video berdurasi pendek yang dimiliki oleh perusahaan Tiongkok, sejak peluncuran Tiktok telah mendapatkan popularitas global. Dengan hadirnya TikTok memberikan *platform* bagi siswa untuk mengekspresikan diri mereka secara kreatif. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana mereka memahami dan menyatakan identitas mereka sendiri, serta memperluas lingkup pengalaman komunikasi mereka. TikTok memfasilitasi interaksi sosial dalam bentuk komentar, respons video, dan kolaborasi antar pengguna. Hal ini dapat memengaruhi cara siswa membangun dan memelihara hubungan dengan sesama mereka, baik secara online maupun di dunia nyata.

Databoks menyatakan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* bahwa TikTok memiliki 1,05 miliar pengguna diseluruh dunia per-awal tahun 2023. Dari hasil survei Indonesia menduduki peringkat kedua terbanyak penggunaan TikTok. Seperti yang dilaporkan pada laporan data digital

2023 Indonesia, bahwa terdapat pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia menurut angka yang dipublikasikan pada periklanan *ByteDance* pada awal tahun 2023. Perlu diketahui juga bahwa *ByteDance* mengizinkan untuk menargetkan iklan TikTok kepada pengguna berusia 13 tahun ke atas melalui alat periklanan mereka, tetapi alat ini hanya menampilkan data audiens untuk pengguna berusia 18 tahun ke atas. (<https://teknologi.id/aplikasi/peringkat-2-di-dunia-tiktok-jadi-aplikasi-pengguna-terbanyak-di-indonesia-pada-2023>. Diakses 23 April 2024).

B. LANDASAN TEORI

1.1. Pengertian Komunikasi

Menurut Wahlstrom (1992) komunikasi adalah proses dimana terjadi pemberian informasi, gagasan, dan perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tulisan melainkan melalui Bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas sebuah makna (Dyatmika, 2021 :3).

Komunikasi merupakan salah satu cara yang dilakukan seorang manusia untuk berhubungan dengan orang lain, dengan berbagai tujuan yang ingin dicapai. Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan dasar, sama halnya dengan kebutuhan akan makan, minum dan berpakaian. Sehari tanpa minum dan makan tubuh rasanya lemas karena tidak ada asupan nutrisi yang masuk ke dalam tubuh, begitu pun dengan komunikasi, sehari tanpa melakukan komunikasi maka hidup terasa sepi, menegangkan dan hampa (Milyane, 2022 : 4).

1.2. Psikologi Komunikasi

1.2.1. Pengertian Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi menurut George A. Miller dalam buku psikologi komunikasi adalah psikologi komunikasi merupakan ilmu yang menguraikan dan mengendalikan insiden mental dan perilaku setiap individu, yang di dalamnya komunikasi dapat menjadi jembatan informasi dalam mengetahui kebiasaan setiap individu. (Riswandi. 2013: 10)

Menurut Jalaluddin Rahmat (2015: 4-5) psikologi komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari komunikasi melalui aspek psikologi. Karena sejatinya, ilmu psikologi komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari kesadaran dan pengalaman setiap individu.

Dalam buku psikologi komunikasi, Riswandi (2013: 5), mengatakan ilmu psikologi komunikasi pada dasarnya dibangun berdasarkan berbagai teori yang berupaya menjelaskan bagaimana individu berinteraksi satu sama lain berdasarkan tinjauan psikologi.

Psikolog menyebut komunikasi sebagai penyampaian energi dari alat alat indra ke otak, pada peristiwa dan pengolahan informasi Di mana prosesnya saling mempengaruhi berbagai sistem dalam organisme dan di antara organisme. (Fitri. 2022 : 5)

Berdasarkan pemikiran para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa ilmu psikologi komunikasi pada dasarnya dibangun berdasarkan berbagai teori yang berupaya menjelaskan bagaimana individu berinteraksi satu sama lain berdasarkan tinjauan psikologi. Dengan perkataan lain, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan psikologi sebagai sudut pandang/perspektif dengan tujuan untuk mencapai komunikasi yang efektif.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The structure and function of communication in society*, mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who says what in which channel to whom with what effect ?* paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, (Husni Ritonga. 2019) yakni:

1. Komunikator
2. Pesan
3. Media

4. Komunikasikan

5. Efek

A. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Kamus Psikologi, *Dictionary of Behavioral Science* menyebutkan 6 (enam) definisi komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Komunikasi adalah penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan oleh organisme.
3. Komunikasi adalah pesan yang disampaikan
4. Komunikasi adalah proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan.
5. Komunikasi adalah pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain.
6. Komunikasi adalah pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi

Secara luas komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi oleh orang lain.

C. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah atau sebagai lawannya adalah eksperimen.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek. Peneliti menjadi instrumen utama dalam suatu penelitian kualitatif. Kemudian, hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data valid. Sebab penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi dan datanya tidak dapat diselesaikan dengan perhitungan statistik. (Made Jaya, 2023).

Tujuan utama penelitian kualitatif diungkapkan oleh Made Jaya (2023) adalah memahami fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut. Kemudian peneliti mengungkapkannya dalam bentuk rangkaian kata-kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori.

D. PEMBAHASAN

Penggunaan media TikTok dapat menimbulkan ketergantungan pada siswa karena mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa di SMKS Imelda Medan menggunakan TikTok secara aktif, dengan tingkat frekuensi penggunaan yang bervariasi. Dari hasil penelitian terdapat perubahan perilaku komunikasi siswa dari perspektif psikologinya secara signifikan.

Dampak Penggunaan TikTok Dalam Perubahan Psikologi Komunikasi Siswa

1. Dampak kognitif, afektif dan perilaku pada siswa

Dalam penelitian ini adanya temuan yang menunjukkan bahwa siswa sebagai individu yang ketergantungan terhadap media. Hal itu dikemukakan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur terdapat tiga kebutuhan media yang menentukan seberapa penting media untuk seseorang pada saat tertentu, pertama kebutuhan untuk memahami suatu dunia sosial (pengawasan), kedua kebutuhan untuk bertindak secara bermakna dan efektif di dunia (fungsi sosial), dan ketiga kebutuhan untuk menarik diri dari dunia ketika dalam tekanan yang tinggi. (Silvia, 2015 :2)

Apabila saat ini kebutuhan akan media sosial TikTok sangat tinggi, semakin banyak orang yang beralih ke media tersebut untuk memenuhi kebutuhannya dan oleh karena itu media memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mempengaruhi siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

konsekuensi kognitif, perilaku dan afektif penggunaan media sosial TikTok didasarkan pada karakteristik individu dan lingkungan sosial.

a. Kognitif

Terdapat lima efek kognitif, pertama ambiguitas yang terjadi ketika siswa menerima informasi yang tidak memadai atau tidak lengkap tentang suatu konten yang menjurus pada kehidupan sosialnya. Ketika ambiguitas ini menjadi tinggi, maka stress akan muncul dan siswa cenderung akan mencari hal-hal yang tidak lengkap itu dalam media sosial TikTok sehingga mereka tidak sadar bahwa mereka telah menggunakan TikTok secara berlebihan, dan mereka telah menjadikan media sosial TikTok sebagai media yang memenuhi kebutuhannya akan informasi.

Efek kedua dari kognitif ialah agenda setting, dampak dalam agenda setting ini meningkat ketika siswa membutuhkan informasi yang semakin meningkat, adanya temuan bahwa siswa terpolarisasi pada suatu opini yang memperkuat sudut pandang atau opini tertentu, hal ini dapat menyebabkan polarisasi opini di antara kalangan siswa. Siswa mungkin cenderung mengadopsi pandangan yang sama dengan konten yang mereka konsumsi, tanpa mempertimbangkan sudut pandang yang berbeda atau informasi yang kontradiktif.

Kemudian efek ketiga ialah perubahan sikap, media menghadapkan siswa untuk benar-benar menjadi pribadi yang baru dengan memberi konten-konten yang mempengaruhi sikap siswa mulai dari selebriti, produk, hingga tokoh yang mempunyai pengaruh besar terhadap perubahan sikap siswa. Hal ini di temukan pada hasil wawancara saat siswa cenderung mengikuti tren make up yang membuat perubahan sikap siswa menjadi pribadi yang suka berdandan bahkan saat di area sekolah yang tidak diperbolehkan untuk siswa berdandan sesuka hati.

Efek keempat pada kognitif ialah memperluas kepercayaan masyarakat hal ini mengacu pada perluasan atau pembesaran keyakinan dalam kategori tertentu seperti menyebarkan informasi tentang orang lain, tempat, produk barang atau jasa dan masih banyak lagi.

Efek ini penulis temukan saat mewawancarai informan yang menyatakan bahwa sangat mudah untuk menyebarluaskan suatu kepercayaan terhadap masyarakat, dimana siswa menggunakan TikTok dan melihat banyak konten yang bervariasi seperti menyebarkan informasi seseorang selebriti hanya dengan mengetik beberapa kata apa kolom komentar "anak Nikita Mirzani" dan media menunjukkan aksinya secara cepat tersebar hingga dengan satu kata kunci semua keinginan siswa sebagai pengguna TikTok dapat terpenuhi.

Kemudian efek kelima ialah konflik dan nilai, media membantu siswa memperjelas nilai-nilai (kesetaraan, kebebasan, kejujuran) dengan menyetakan informasi tentang konflik nilai. Temuan pada efek ini terdapat pada hasil wawancara pada salah seorang informan yang merasa nilai pada kesetaraan sesama siswa tidak adil karena siswa merasa dirinya dan konten kreator di TikTok memiliki kesetaraan yang tidak sesuai terlebih lagi pada gaya hidup. Siswa masih kurang memahami apa yang ia lihat secara terus menerus sehingga menjadikan siswa sebagai pribadi yang sering membandingkan dirinya dengan seseorang di video TikTok.

b. Afektif

Dampak media yang afektif juga terlihat dari siswa yang menggunakan TikTok. Dalam dampak afektif pertama ialah desensitisasi yang menyatakan bahwa bersinggungan terlalu lama pada konten kekerasan dapat berdampak mati rasa pada pengguna media, mengajarkan ketidakpekaan atau kurangnya keinginan untuk membantu orang lain ketika melihat peristiwa kekerasan dalam kehidupan nyata.

Dampak desensitisasi di temukan juga dalam wawancara pada informan, salah satu siswa seakan menormalisasikan kekerasan secara verbal yang dialami teman sekelasnya. Informan sering melihat pergaulan sekolah di konten TikTok dengan gaya yang kasar seperti di rudung dengan perkataan yang kurang baik, informan tersebut hanya diam dan tidak memiliki keinginan untuk menghentikan perbuatan itu.

Dampak kedua yang afektif ialah paparan pesan-pesan berita atau konten yang menggambarkan kota penuh kejahatan, sekelompok organisasi yang kriminal, hal ini dapat meningkatkan rasa takut dan kecemasan pada pengguna yang melihat konten tersebut. Tingkat penggambaran positif dan negatif pada media dapat menyebabkan fluktuasi perasaan pengguna media tentang moral suatu kelompok dan kota.

Pada dampak ini siswa yang menggunakan media TikTok sebagai media yang memenuhi segala kebutuhannya akan sangat mudah terpapar oleh dampak tersebut, siswa juga masih kurang mampu untuk memahami makna dari setiap konten yang mereka lihat. Dampak ini telah terjadi pada salah seorang siswa yang mengatakan beberapa kali melihat konten yang menampilkan kekerasan di wilayah Papua, konten tersebut menunjukkan adanya tindakan kriminalitas yang terjadi antara sekelompok warga dengan angkatan militer, konten tersebut tidak dijelaskan secara mendalam apa maksud dan tujuannya, sehingga siswa yang melihat konten tersebut memiliki pemikiran yang sempit dan menjadikan hal tersebut sebagai rasa ketakutan dan kecemasan akan suatu kelompok dan wilayah yang telah di tampilkan.

c. Perilaku

Selanjutnya dampak media pada perilaku yang merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh pengguna media. Pertama ialah aktivasi yang merujuk kepada pengguna media melakukan sesuatu yang mereka tidak lakukan, jika dilakukan sebagai konsekuensi dari menerima pesan media.

Pada hasil wawancara yang telah dilakukan dalam konteks dampak media aktivasi, siswa sebagai informan banyak sekali melihat konten acak diberanda TikTok-nya. Hingga siswa tersebut melihat konten pelecehan seksual yang terjadi dikawasan sekolah dan pelaku merupakan bagian dari tata kelola sekolah, hal ini membuat sikap yang emosional negatif terhadap siswa, yang akhirnya memutuskan siswa untuk bergabung pada aksi atau gerakan bahkan komunitas perlindungan anak di lingkungan sekolah maupun dilingkungan tempat ia tinggal.

Kategori kedua pada dampak perilaku ialah penonaktifan, yang mengacu pada pengguna media akan dinyatakan melakukan sesuatu, tetapi tidak dilakukan sebagai konsekuensi dari pesan media. Pada kategori ini juga bisa disimpulkan bahwa pengguna media yang melihat konten dan menimbulkan sikap negatif hingga tidak mengikutsertakan dirinya dalam kegiatan nyata.

Penonaktifan ini juga ditemukan pada perilaku siswa yang melihat konten tentang kampanye pemilihan presiden beberapa waktu lalu, salah seorang siswa merasa kebingungan dengan konten kampanye yang terlihat seperti saling serang antara kandidat. Walaupun siswa yang saat ini belum memiliki hak untuk memilih, tetapi media TikTok berhasil membuat siswa menjadi tidak percaya dengan kampanye pemilihan yang akan mendatang karena terprovokasi oleh beberapa konten di TikTok, sehingga siswa memutuskan untuk tidak menggunakan hak pilihnya di tahun mendatang saat hak pilihnya tiba.

Dengan demikian dapat menarik kesimpulan bahwa siswa telah bergantung pada media TikTok, diawali dengan menjadikan media TikTok sebagai media yang memenuhi sejumlah kebutuhan siswa sekaligus dibandingkan dengan media lain. Siswa mendapatkan kepuasan dan ketersediaan alternatif tontonan, hal ini terjadi karena siswa merasa jenuh serta bosan saat belajar dan tidak dapat pergi kemana-mana sehingga menjadikan TikTok sebagai media untuk mendapatkan hiburan. Tapi tidak sampai disitu saja, siswa melakukan hal tersebut berulang kali dan menjadi bergantung pada TikTok yang memenuhi kebutuhannya dan dampaknya berkepanjangan hingga siswa tidak mampu mengontrol tontonannya dan mampu mengubah psikologi komunikasinya terutama pada komunikasinya di lingkungan sekolah.

2. Perubahan psikologi komunikasi siswa

a. Perubahan dalam preferensi komunikasi, gaya komunikasi, dan intensitas

Terdapat perubahan signifikan dalam pola komunikasi siswa setelah menggunakan TikTok secara intensif. Ini termasuk perubahan dalam preferensi komunikasi, gaya berkomunikasi, dan intensitas interaksi sosial. Contohnya seperti 'cuaks, slebew, anjay, bjir, berchandia, emang iya, lima puluh, belum kenal dengan mio mirza, 'setelah empat belas apa ya ? lama balas ya?' dan masih banyak lagi gaya bahasa yang menjadi serapan bahasa keseharian untuk berkomunikasi di lingkungan sekolah.

b. Perubahan minat

Temuan yang di dapatkan merujuk pada konten yang diminati siswa hanya konten yang bersifat menghibur saja, seperti jogetan viral, makeup, cara berpakaian, review produk, kutipan teks dengan musik yang sedang tren, memasak, video prank dan masih banyak lagi konten yang diminati siswa yang cenderung pada pemenuhan kebutuhan hiburan saja. Sedangkan konten edukatif dan informatif sangat minim diminati di kalangan siswa.

Dengan konten edukasi di TikTok cenderung bersifat singkat dan disajikan secara kreatif, harapan selanjutnya agar siswa menganggapnya sebagai cara yang menyenangkan untuk memperoleh pengetahuan tambahan atau memahami konsep tertentu. Peran pendidikan informal seperti ini dapat membantu memperkaya pembelajaran siswa di luar lingkungan kelas tradisional.

c. Perubahan waktu

Beberapa siswa juga mengakui bahwa penggunaan TikTok secara berlebihan telah menghabiskan waktu mereka. Hal itu mempengaruhi dalam pola tidur dan belajar, sehingga siswa memiliki waktu tidur yang tidak teratur yang akan berdampak pada kesehatan otak, tubuh, dan kurang fokus saat belajar. Tidak sedikit juga orang tua siswa yang menegur dan memberikan peringatan kepada siswa yang terus menghabiskan waktunya untuk bermain TikTok yang dapat membuat siswa lupa dengan kegiatan lainnya.

d. Perubahan rasa percaya diri dan kecemasan

Hasil penelitian yang didapatkan adanya indikasi bahwa penggunaan TikTok dapat menyebabkan perubahan dalam tingkat kecemasan sosial dan kepercayaan diri siswa. Siswa kerap sekali membandingkan dirinya dengan pengguna lain yang mereka lihat. Dalam situasi komunikasi secara langsung siswa juga merasa cemas dan tidak nyaman saat berinteraksi secara langsung, itu juga dikarenakan keterbiasaan komunikasi melalui media sosial.

E. PENUTUP

1. Siswa bergantung dengan TikTok sebagai media untuk memenuhi sejumlah kebutuhannya di bandingkan dengan media lain.
2. Pola komunikasi yang berubah. Perubahan signifikan dalam pola komunikasi siswa setelah menggunakan TikTok secara intensif termasuk perubahan dalam preferensi komunikasi, gaya berkomunikasi dan intensitas interaksi sosial.
3. Siswa cenderung tidak meminati konten edukatif dan informatif dan lebih cenderung dengan konten yang menghibur seperti *dance challenge*, musik tren, *review* suatu produk.
4. Pengaruh terhadap psikologi komunikasi, dapat mempengaruhi persepsi siswa tentang komunikasi interpersonal
5. Dampak TikTok yang lain ialah perasaan cemas atau tidak nyaman saat berinteraksi secara langsung serta mengurangi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi langsung dengan teman sebaya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Dyatmika, Teddy. (2021). *Ilmu Komunikasi*. Zahir Publishing. Sleman, Yogyakarta.
- Jaya, I Made Laut Mertha. (2023). *Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Quadrant, Yogyakarta.
- Milyane, Tita Melia, et.all. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Nuraflah, Cut Alma. et.all. (2019). *Komunikasi Verbal Dan Nonverbal*. Enam Media. Binjai.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- R. Aditya. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat. Jalaluddin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung .
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Ritonga Husni. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Perdana Publishing, Medan

Saleh, Sirajuddin. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yanti Fitri. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing, Lampung

Jurnal

Ahdiyanti, I., & Waluyati, I. (2021). *Perilaku Keberagaman dan Fenomena Media Sosial Tiktok Pada Generasi Z*. Jurnal Sosioreligius, Vol VI. No. 2.

Aminullah, Muhammad., Ali Marzuki. (2020). *Konsep Pengembangan Diri Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Komunikasi Era 4.0*. Komunike, Volume XII, No. 1.

Anisah Nairatul, ed all. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). Vol. 2 No. 1.

Batoebara, Maria Ulfa. (2020). *Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan*. Jurnal Network Media Vol: 3 No. 2.

