

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tiktok Sebagai Media Komunikasi Sosial

Tiktok merupakan contoh dari platform media sosial yang bisa dijadikan sebagai media penyebaran baru pada saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin terus berkembang membuat Tiktok jadi salah satu platform yang banyak dipakai oleh masyarakat luas. Saat ini, dari kebanyakan masyarakat Indonesia masih memiliki dua penilaian tentang aplikasi Tiktok ini, yaitu positif dan negatif. Tiktok masih dinilai hanya sebagai sarana hiburan dan cenderung ke arah yang kurang bermanfaat bahkan membawa dampak negatif. Namun, dalam beberapa kasus, Tiktok sekarang juga banyak memberikan dampak positif dan pengetahuan baru bagi masyarakat yang dibungkus dalam konten edukasi, konten informatif dan lain sebagainya.

Hadirnya Tiktok sebagai media sosial, banyak masyarakat yang sudah menggunakan media sosial ini. Hal ini terjadi karena Tiktok sangat mudah diakses dimanapun dengan satu genggaman. Pada saat pengguna Tiktok terhubung oleh internet, para pengguna dapat menggunakannya untuk mencari konten video apapun yang diinginkan. Tiktok merupakan aplikasi pembuatan video yang hadir dengan berbagai video kreatif seperti edukasi pendidikan, bernyanyi, menari, memasak, dan lainnya (Dewi Intan Rakhmayanti, 2020).

2.1.1 Komunikasi

Manusia ialah makhluk sosial yang selalu hidup berdampingan bersama manusia lainnya. Manusia sangat membutuhkan alat untuk berinteraksi atau bersosialisasi dalam kegiatan sehari-hari, alat yang dimaksud adalah komunikasi. Everett M. Rogers mengemukakan bahwa komunikasi ialah proses dimana suatu ide dari sumber dialihkan untuk satu penerimanya atau lebih, dengan tujuan untuk memperbaiki perilaku mereka. Sedangkan, Shannon & Weaver mengemukakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh atau mempengaruhi satu sama lain yang terjadi langsung begitu saja atau direncanakan, tidak memiliki ketentuan pada bentuk

komunikasi memakai bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, teknologi, seni, dan lukisan (Hafied Cangara, 2002).

Komunikasi menurut Rogers & D. Lawrence Kincaid diartikan sebagai suatu bentuk pertukaran pesan atau informasi yang melibatkan individu ataupun kelompok untuk saling menciptakan pemahaman yang mendalam di antara mereka (Hafied Cangara, 2002). Proses ini meliputi pengirim atau komunikator, pesan, penerima atau komunikan, dan efek dari pesan itu sendiri. Komunikasi merupakan pondasi dalam membangun interaksi sosial yang lebih efektif dan mencapai tujuan bersama. Komunikasi yang baik akan membuahkan kerja sama yang kuat, dapat menyelesaikan konflik yang ada, serta dapat menciptakan identitas kelompok. Hal ini menyebabkan pentingnya manusia yang hidupnya saling berdampingan untuk belajar berkomunikasi baik secara verbal maupun non verbal, secara lisan maupun tulisan agar dapat berkomunikasi dengan baik sesama manusia lainnya.

Raymond S. Ross mengemukakan bahwa komunikasi ialah suatu proses memilih, memilah dan menyampaikan simbol-simbol, dengan tujuan agar penerima atau pendengar mampu memahami makna atau memberikan respons terhadap pesan terkait apa yang disampaikan oleh pengirim (Deddy Mulyana, 2005). Komunikasi merupakan suatu jembatan hubungan antar manusia. Saat ini, komunikasi telah memasuki tahap modern, dimana komunikasi dapat dilakukan meskipun dengan waktu dan tempat yang berbeda, baik pengirim pesan ataupun penerima pesan.

Selain berkomunikasi secara langsung, komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai media. Dengan adanya penjelasan ini menandakan bahwa komunikasi tidak hanya dapat dilakukan dengan bertatap muka. Zaman yang semakin modern menghadirkan berbagai langkah dan media untuk komunikasi tanpa harus bertatap muka. Adanya teknologi juga memperluas cakupan atau jangkauan dari komunikasi itu sendiri.

Pada intinya komunikasi adalah bentuk atau proses penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan kepada pihak penerima atau komunikan oleh pihak pengirim atau komunikator, yang bisa secara langsung atau melibatkan perantara sebagai media pengantarnya. Keberhasilan dalam proses komunikasi dapat diukur melalui

terbentuknya pemahaman diantara kedua belah pihak yang terlibat, di mana terjadi kesepahaman pola pikir atas gagasan atau konten pesan yang disampaikan.

2.1.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian yang penting untuk keberlangsungan hidup manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan bersama manusia lain, baik yang sudah kenal maupun belum kenal. Pesan bisa diungkapkan secara verbal dengan lisan maupun tulisan dan dapat disampaikan secara non verbal atau tanpa kata-kata melainkan gestur tubuh yang diberikan oleh komunikator. Komunikasi verbal ialah komunikasi secara lisan maupun tulisan yang memakai kata-kata, seperti berbicara, menulis, mendengar, dan membaca. Komunikasi verbal umumnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga komunikator lebih mudah dalam menyampaikan ide, dan penerima atau komunikan lebih mudah untuk paham terkait pesan yang diberikan oleh komunikatornya.

Komunikasi non verbal ialah bentuk komunikasi yang dilakukan bukan melalui ucapan, tetapi memakai gestur, ekspresi wajah, intonasi, atau simbol-simbol visual lainnya. Secara tidak langsung, komunikasi nonverbal lebih sering dipakai dibandingkan dengan komunikasi verbal, karena komunikasi non verbal selalu disertai oleh orang yang berkomunikasi secara verbal, contohnya pada komunikasi non verbal yang sering terjadi yaitu senyuman yang keramahan, dan tatapan mata yang tajam menunjukkan amarah dan masih banyak gestur tubuh lainnya yang dapat mengartikan sebuah makna.

Dalam prosesnya, komunikasi itu dibagi menjadi dua macam komunikasi, yaitu komunikasi satu arah dan dua arah. Komunikasi satu arah, komunikan berperan menjadi penerima pesan yang tidak dapat merespons atau membalas pesan secara langsung dari komunikator. Komunikasi satu arah digunakan sebagai media penyampaian informasi dengan tujuan memberikan informasi dalam skala besar, komunikasi ini sering terjadi dalam radio dan iklan televisi.

Sedangkan, komunikasi dua arah, komunikasi ini identik dengan suatu komunikasi real-time yang memungkinkan adanya respons secara langsung. Komunikasi ini merupakan interaksi antara komunikator dan komunikan, sehingga

terjadi umpan balik. Dalam komunikasi dua arah biasanya terjadi suatu dialog yang interaktif, dimana komunikasi terjadi akibat adanya percakapan tatap muka yang memungkinkan terjadinya diskusi yang menghasilkan suatu respons langsung.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses dinamis yang melibatkan unsur-unsur penting didalamnya agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. Setiap unsur berkaitan dan mempengaruhi keberhasilan proses komunikasi. Berikut ini ialah unsur-unsur komunikasi secara umum, yaitu :

1. Sumber

Sebagai salah satu unsur dasar dalam komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan untuk memperkuat yang akan disampaikan. Sumber biasanya berbentuk berupa orang, lembaga, buku, ataupun dokumen.

2. Komunikator

Sebagai orang atau sumber yang membawa dan menyampaikan pesan. Komunikator memiliki peran penting, karena pemahaman penerima atau komunikan bergantung para proses penyampaian oleh komunikator.

3. Pesan

Pernyataan atau materi yang disampaikan kepada penerima. Pesan dalam komunikasi bisa berbentuk verbal atau non verbal. Pesan verbal dapat disampaikan dalam bentuk tulisan atau lisan, sedangkan non verbal dapat disampaikan dalam bentuk isyarat, gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara.

4. Saluran atau Media

Sebagai alat media komunikasi untuk memindahkan atau menyebarkan pesan atau informasi yang digunakan oleh komunikator kepada komunikan atau audiens.

5. Efek

Sebagai bukti perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan penerima pesan sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan seseorang, sikap, dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh dapat diartikan sebagai perubahan pada pengetahuan sikap dan tindakan seseorang

akibat menerima pesan. Dampak yang ditimbulkan, dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yaitu :

1. Dampak Kognitif, adalah hasil yang muncul pada komunikan yang menyebabkan penerima pesan menjadi tahu atau meningkat kemampuan berpikir kritis, akibat pesan yang didapat.
2. Dampak Efektif, adalah hasil yang muncul pada komunikan, bukan hanya sekedar tahu, tapi juga tergerak hatinya yang menimbulkan perasaan tertentu.
3. Dampak Behavioral (konatif), dampak ini merupakan dampak yang paling tinggi kadarnya, yaitu tampak yang muncul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan maupun kegiatan, seperti dari yang tidak bisa memasak jadi bisa memasak.

2.1.4 Macam-Macam Konteks Komunikasi

Komunikasi bukan hanya sebuah proses yang terjadi dalam ruang hampa. Komunikasi selalu terikat dan dipengaruhi oleh situasi, lingkungan, dan hubungan antara para pelakunya. Memahami konteks dalam berkomunikasi merupakan kunci untuk memaknai pesan secara utuh dan efektif. Menurut Stephen W. Littlejohn dalam buku *Theories Of Human Communication*, konteks merupakan dimensi yang secara langsung membentuk cara manusia berkomunikasi. Menurutnya konteks komunikasi dibedakan menjadi lima macam (Littlejohn Stephen W, 2009), yaitu :

1. Komunikasi Interpersonal

Menurut Littlejohn komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar individu. Bentuk dari komunikasi ini hanya melibatkan dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun non verbal (Dahliah, 2022). Komunikasi ini efektif dalam memunculkan ide baru, menciptakan kepercayaan, mengembangkan hubungan sosial, maupun menyelesaikan konflik antar individu secara efektif.

2. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi yang dilakukan dalam diri individu itu sendiri, seperti ketika seseorang berpikir, merenung, membuat keputusan, atau berdialog dengan diri sendiri dengan batin. Komunikasi intrapersonal memiliki peran penting dalam membentuk

persepsi, sikap, atau keputusan seseorang. Meskipun komunikasi ini tidak melibatkan komunikasi secara eksternal dengan individu lain, namun komunikasi ini memiliki peran penting sebagai fondasi sebelum berkomunikasi dengan individu lainnya.

3. Komunikasi Organisasi

Menurut Pace & Faules (2001), komunikasi organisasi memiliki definisi sebagai petunjuk dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Sihabuddin, Muktiyo Widodo, Sudarmo, 2018). Komunikasi organisasi seringkali juga melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi kebawah, komunikasi keatas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak tergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat dan antar rekan kerja.

4. Komunikasi Massa

Menurut McQuail, komunikasi massa merupakan proses dimana komunikator memakai media untuk menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan untuk mempengaruhi khalayak luas melalui berbagai cara (Kustiawan et al., 2022). Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen.

Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.

5. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok yang melibatkan sekelompok kecil individu yang terdiri dari tiga orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu, contohnya dalam diskusi kelompok atau rapat tim. Komunikasi kelompok umumnya lebih terstruktur dalam pelaksanaannya. Tujuan dan alur komunikasi biasanya sudah terbentuk dan ditetapkan. Dalam komunikasi kelompok, keaktifan anggota diskusi

sangatlah penting demi berjalannya suatu diskusi atau forum. Anggota diskusi harus mampu saling membagi tugas, mencari masalah, dan merumuskan keputusan bersama (DeVito Joseph A., 1997).

Namun, Konteks komunikasi yang telah dijelaskan diatas seluruhnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fenomena komunikasi sosial. Komunikasi sosial merupakan bentuk dari konteks komunikasi yang tercipta antara komunikasi mikro dan komunikasi makro. Hal ini menjelaskan bahwa aktivitas pertukaran pesan untuk menciptakan pemahaman bersama adalah sebuah hasil dari multi konteks, dimana setiap konteks komunikasi dari yang personal hingga yang paling luas cakupannya, masih saling berkesinambungan dalam menjelaskan bagaimana manusia berinteraksi dan membangun realitas sosialnya.

2.1.5 Komunikasi Sosial

Setiap orang yang hidup bermasyarakat selalu terlibat dalam komunikasi. Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain dan hubungannya melahirkan interaksi sosial. Komunikasi sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dua atau lebih individu yang telah melakukan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu (Slamet Santosa, 2006). Komunikasi sosial adalah kegiatan komunikasi yang diarahkan pada pencapaian suatu situasi integrasi sosial. Komunikasi sosial juga merupakan suatu proses pengaruh-mempengaruhi mencapai keterkaitan sosial yang dicita-citakan antar individu yang ada di masyarakat. Dengan penjelasan tersebut, maka secara singkat komunikasi sosial adalah komunikasi yang dilakukan untuk menciptakan kesepahaman terhadap hal-hal tertentu sehingga dapat mencapai integrasi sosial.

2.1.6 Fungsi-Fungsi Komunikasi Sosial

Menurut William I Gordon terdapat 3 fungsi dari komunikasi sosial, yaitu pembentukan konsep sosial pernyataan eksistensi diri, untuk keberlangsungan hidup (memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan) (Deddy Mulyana, 2005). Berikut adalah penjelasan terkait fungsi-fungsi dari komunikasi sosial :

1. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri merupakan persepsi individu tentang identitasnya, yang terbentuk melalui interaksi dengan orang lain. Tanpa komunikasi sosial, manusia tidak akan menyadari eksistensi dirinya sendiri, termasuk nama, jenis kelamin, maupun sifat-sifat pribadi seperti kecerdasan atau daya tarik. Kesadaran ini muncul karena lingkungan sekitar memberikan umpan balik, baik verbal maupun nonverbal tentang siapa kita. Misalnya, seseorang baru menganggap dirinya dicintai, kompeten, atau menarik ketika orang lain memperlakukan atau menyebutnya demikian. Dengan kata lain, penilaian diri kita adalah cerminan dari bagaimana orang lain memandang dan berinteraksi dengan kita.

2. Pernyataan Eksistensi Diri

Manusia berkomunikasi untuk membuktikan keberadaan dirinya, atau dalam istilah lain, sebagai bentuk aktualisasi dan penegasan eksistensi diri. Fungsi komunikasi ini dapat diamati, contohnya, pada peserta yang bertanya dalam sebuah seminar. Meski moderator telah mengingatkan untuk berbicara singkat dan to the point, tidak jarang penanya atau pemberi komentar justru berbicara panjang lebar layaknya memberikan kuliah, bahkan dengan argumen yang kerap menyimpang dari topik.

3. Kelangsungan Hidup (Memupuk Hubungan dan Memperoleh Kebahagiaan)

Sejak lahir, manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang saling bergantung untuk kelangsungan hidupnya. Interaksi antar individu menjadi sarana penting untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Melalui komunikasi, manusia dapat memenuhi kebutuhan dasar fisik seperti sandang dan pangan, sekaligus kebutuhan psikis seperti pengakuan sosial, kasih sayang, rasa nyaman, aktualisasi diri, serta kebebasan berekspresi. Dengan demikian, komunikasi antar manusia bukan hanya sebuah keharusan, melainkan kebutuhan fundamental dalam kehidupan. Selain ketiga fungsi diatas, menurut (Sutaryo, 2005) fungsi dari komunikasi sosial adalah :

1. Memberi informasi

- a. Manusia hanya dapat maju dan berkembang apabila dia mengetahui nilai-nilai yang perlu dicapai.

- b. Tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama mengenai nilai-nilai yang sudah berhasil dicapai, mengenai sarana-sarana yang harus dipakai dan bahaya-bahaya yang harus dihindari.
- c. Setiap orang mempunyai hak untuk mendapat informasi yang berguna bagi hidupnya.

2. Memberi Bimbingan

Komunikasi berfungsi memberikan bimbingan bagi khalayak yang bernilai tinggi yang memberikan gairah kerja, menghidupkan semangat yang telah padam. Warga masyarakat menyimpang dari pola-pola kelakuan yang benar dapat dikembalikan ke jalan yang benar. Bimbingan disampaikan lewat pesan (amanat) yang sifatnya menuntun, menyetujui, menolak, mencela, menegur, mendukung atau menentang, mengajak atau menganjurkan, memberi petunjuk mengenai prioritas tertentu diantara sekian banyak tindakan yang harus dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka terdapat 5 (lima) fungsi dari komunikasi sosial, yaitu: membentuk konsep diri, sebagai pernyataan eksistensi diri, untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan, serta memberikan informasi dan memberi bimbingan.

2.1.7 Jenis-Jenis Media Komunikasi Sosial

Media komunikasi juga menjadi hal yang terpenting agar pesan yang tersampaikan juga maksimal. Terdapat beberapa media komunikasi sosial yang dikelompokkan sebagai berikut :

1. Media lama, yaitu merupakan media penyebaran informasi dengan menggunakan media massa atau media cetak. Misalnya, seperti televisi, radio, koran dan majalah dan lainnya.
2. Media baru, yaitu penyebaran informasi menggunakan media digital atau internet. Misalnya seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook dan penggunaan media digital lainnya.

2.1.8 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang digunakan untuk berbagai keperluan dengan menggunakan jejaring internet. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Sedangkan menurut Antony Mayfield (2008), media sosial adalah media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar /karakter 3D) (Ismatul Izza, 2019).

Media sosial banyak digunakan sebagai media untuk bertukar informasi ataupun bertukar kabar dan berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya. Media sosial dapat memudahkan banyak orang dalam mencari informasi dan berinteraksi dengan orang lain. Semakin berkembangnya teknologi dan internet, semakin berkembang pula fungsi dan jenis media sosial. Menurut Parks (2012) media sosial dibagi menjadi tiga bagian : infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi isi media yang berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital (Batee Maria Magdalena, 2019).

Saat ini media sosial menyediakan dan menghasilkan banyak cara baru dalam berkomunikasi. Sebagaimana yang diketahui sebelum media sosial muncul dan populer dikalangan masyarakat, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara bertatap muka dan saling menyapa secara langsung. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (chat) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial karena dianggap lebih mudah dan efisien. Media sosial menjadi media yang dibutuhkan oleh berbagai kalangan untuk kegiatan sehari-hari mereka.

Media sosial memiliki banyak peran dan fungsi yang sangat besar dalam mendukung berbagai bidang bagi kehidupan manusia (Arum Purbohastuti, 2017). Adapun fungsi media sosial sebagai berikut :

1. Media sosial merupakan media yang dibentuk untuk menjangkau interaksi sosial manusia yang lebih luas dengan menggunakan internet dan web.

2. Media sosial telah mengubah cara berkomunikasi searah melalui media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) menjadi komunikasi dialogis antara banyak audience.
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan serta informasi. Mengubah dari pengguna atau penerima isi pesan menjadi pembuat pesan.
4. Media sosial juga dapat menjadi sumber penghasilan karena dengan menggunakan platform media sosial dapat menampilkan berbagai jenis iklan, menjual barang atau produk yang dimiliki, mendapatkan sponsor dari pihak lain, membuat konten kreatif yang dapat disukai banyak orang.

Dari berbagai fungsi media sosial diatas dapat diketahui bahwa media sosial dapat menjadi bagian penting dalam mempermudah kegiatan sehari-hari manusia yang memungkinkan untuk terhubung dengan banyak orang dari seluruh dunia. Sebagai suatu media yang sedang mengalami berkembang pesat, tentunya media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membuat media sosial berbeda dengan media lainnya.

Terdapat beberapa karakteristik dari media sosial yang dikutip dari buku Etika Komunikasi dalam Media sosial (Rahmania Ginting, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, 2021), yaitu :

1. Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.
2. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran voting, komentar, dan berbagi informasi.
3. Perbincangan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.
4. Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang berbagai isu/kepentingan.
5. Keterhubungan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (link) ke website, sumber-sumber informasi, dan lainnya.

Selain memiliki karakteristik, media sosial juga memiliki jenis-jenis yang dikutip dari buku Etika Komunikasi dalam Media Sosial (Yusuf dkk., 2023), yaitu :

1. Social networking (jejaring sosial)

Merupakan media sosial yang sering digunakan pengguna untuk membentuk sebuah hubungan dunia maya, yang sering digunakan seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook.

2. Blog dan microblog

Merupakan platform yang digunakan untuk menulis dan mempublikasikan berbagai pengalaman, pengetahuan, atau opini hingga keseharian pribadi. Sedangkan microblog menyerupai blog tetapi terdapat batas penulisan yang lebih kecil yaitu 200 karakter, contohnya seperti X (Twitter).

3. Media sharing (media berbagi)

Merupakan media sosial yang memiliki fasilitas dimana penggunanya dapat berbagi media seperti gambar, video, audio, contohnya Tiktok, Youtube, Instagram, dan Flickr.

4. Social bookmarking (penanda sosial)

Merupakan media sosial yang memiliki fasilitas untuk menyimpan, mengolah, dan mencari suatu berita online.

5. Jaringan Sosial

Merupakan platform yang dibuat untuk membangun relasi profesional serta menemukan pekerjaan dan hal-hal lain terkait karir, contohnya seperti LinkedIn.

2.1.9 Tiktok

Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video yang digunakan untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek berdurasi 15-60 detik. Tiktok diluncurkan oleh perusahaan teknologi ByteDance pada tahun 2016 (Bahri Amai, Damayanti Meira Chella, Sirait Yosephine Helana, 2022). Aplikasi ini dikenal karena konten-konten kreatif dan variatif seperti dance, tutorial, atau tren viral lainnya. Dengan kecanggihan algoritma yang dimiliki Tiktok dapat mempersonalisasi pengalaman pengguna, Tiktok mampu merekomendasikan konten yang relevan. Tiktok menawarkan berbagai fitur seperti video, musik, filter, stiker, dan lainnya.

Dalam beberapa tahun terakhir, Tiktok menjadi fenomena global, dengan jutaan pengguna aktif dari segala usia dan latar belakang. Platform ini bukan sekedar menarik perhatian kalangan remaja tetapi juga orang dewasa yang menggunakan Tiktok sebagai sarana untuk berbagai pengalaman, pengetahuan, dan hiburan. Fenomena ini menunjukkan bahwa Tiktok telah menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan platform media sosial lainnya.

Hal yang membuat Tiktok menjadi populer adalah kemampuan yang dimiliki untuk menciptakan sebuah tren viral. Tiktok memberikan peluang bagi pengguna aplikasinya untuk belajar dan mendapatkan informasi mengenai konten edukatif seperti tutorial atau tips. Fungsi Tiktok bukan hanya sebagai media sosial yang menghibur tetapi juga mendidik.

Tiktok merupakan media sosial yang dimana penggunaannya diberikan kebebasan untuk memposting konten video, foto, promosi produk, live streaming, menyimpan, dan membagikan. Dengan inovasi dan kecanggihan yang semakin baru, sekarang Tiktok memiliki fitur-fitur yang mendukung penggunaannya untuk dapat berekspresi saat menggunakan Tiktok. Terdapat beberapa fitur-fitur yang dimiliki Tiktok, yaitu :

1. **Perekaman dan Pemostingan Video**

Fitur ini dapat digunakan langsung dari aplikasi atau mengunggah footage yang sudah ada. Fitur ini memberikan kebebasan pengguna untuk berekspresi dengan menggunakan penyunting yang disediakan oleh Tiktok.

2. **Beranda atau Four Your Page (FYP)**

Fitur yang menampilkan konten yang disesuaikan dengan minat atau preferensi penggunaannya.

3. **Editing Video**

Fitur yang difasilitasi oleh Tiktok untuk pengguna melakukan pengeditan konten seperti memotong, menggabungkan klip, dan mengubah kecepatan video.

4. **Filter dan Efek**

Fitur yang dapat menambah kecantikan dan keindahan konten, termasuk efek AR (*augmented reality*), dan efek suara.

5. Duet dan Stitch

Fitur yang diberikan oleh Tiktok untuk membuat video bersamaan dengan konten pengguna lain, sedangkan Stitch dilakukan untuk mengambil potongan video dari orang lain untuk digabungkan dengan video pengguna itu sendiri.

6. Live Streaming

Fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi dengan pengikut secara real time.

7. Komentar dan pesan

Fitur untuk penggemar agar bisa meninggalkan pesan untuk kreator serta dapat saling berinteraksi dengan cara mengirim pesan ke pengguna lain.

8. Tagar (Hashtags)

Fitur untuk memudahkan pengguna untuk mencari konten terkait dan dapat meningkatkan visibilitas konten.

9. Tiktok Ads

Fitur yang dapat difungsikan sebagai bisnis dengan membuat dan menjalankan iklan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Tiktok menawarkan berbagai keunggulan yang membuatnya menjadi salah satu media sosial yang populer sekarang. Tetapi salah satu keunggulan yang mungkin tidak dimiliki kebanyakan media sosial pada umumnya yaitu algoritma. Algoritma Tiktok diciptakan untuk menampilkan konten yang sesuai pada minat penontonnya, sehingga video yang dikemas secara menarik memungkinkan dapat perhatian yang lebih besar dalam waktu yang singkat. Keunggulan lainnya yang dimiliki Tiktok dari media sosial lainnya yaitu platform ini memiliki fasilitas antara kreator dan para penontonnya lewat fitur duet dan stitch, sehingga dapat membangun interaksi sosial yang aktif dan terlibat bersama audience atau penonton.

2.2 Tiktok Sebagai Media Komunikasi Edukasi Kegiatan Mendaki Gunung

Komunikasi dilakukan untuk mendapatkan informasi dari komunikator untuk komunikasi. Secara tidak langsung komunikasi memberikan gambaran umum mengenai bagaimana sebuah proses komunikasi melahirkan banyak sekali informasi yang

beragam. Dalam komunikasi informasi memiliki banyak sifat seperti edukatif, persuasif, instruktif dan lain sebagainya. Komunikasi dengan sifat edukatif atau edukasi akan memberikan pengetahuan baru bagi siapa saja yang mendapatkannya. Informasi ini paling mudah ditemukan terutama dalam kegiatan yang sifatnya pendidikan. Informasi edukatif ini dibagi menjadi beberapa kelompok seperti informasi berisi tips, trik, tutorial, demonstrasi, tanya jawab, diskusi, pelajaran, petunjuk penggunaan, dan berita (Barzam, 2017).

Tiktok telah berkembang di seluruh dunia, dan hingga saat ini Tiktok dikenal sebagai platform yang dapat menyajikan konten video dan foto yang berfungsi sebagai sarana hiburan dan berbagi informasi. Walaupun Tiktok masih dinilai sebagai aplikasi yang dapat memicu hal-hal berbau negatif, tidak sedikit juga konten-konten di Tiktok yang memberikan pengetahuan baru bagi penggunanya. Tiktok sendiri kini semakin canggih dengan adanya berbagai fitur yang dimiliki yang dapat membantu menyajikan konten secara kreatif dan menarik. Salah satu konten yang banyak muncul di Tiktok yaitu konten edukasi.

Dalam konteks kali ini, yaitu kegiatan mendaki gunung, Tiktok dapat dijadikan sebagai platform online yang mampu mengedukasi dan memberikan dampak positif bagi penggunanya. Dengan adanya fitur-fitur yang dimiliki Tiktok, seperti live streaming, komentar, hal ini membuka ruang untuk berdiskusi sesama pelaku kegiatan mendaki gunung. Banyak konten kreator Tiktok yang membuat akun mereka menjadi salah satu sumber atau acuan edukasi kegiatan mendaki gunung, dan menuai hasil atau dampak yang positif dari masyarakat terutama yang memiliki hobi mendaki gunung.

2.2.1 Macam-Macam Sifat Pesan dalam Tiktok

Pesan merupakan unsur terpenting dalam sebuah komunikasi, karena dengan tidak adanya pesan maka tidak akan terjadi proses komunikasi. Mengutip dari berbagai sumber, pesan juga memiliki berbagai macam sifat, diantaranya:

1. Sifat pesan verbal

Pesan verbal merupakan pesan yang disampaikan melalui kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Pesan verbal juga memiliki ciri khas informatif, persuasive, argumentative, dan eksplanatif. Contoh sifat pesan verbal dalam Tiktok adalah konten

berbentuk informasi yang dibungkus dengan voice over, disajikan atau diperkuat dengan teks atau kata-kata.

2. Sifat pesan non verbal

Komunikasi nonverbal lebih kepada menggambarkan peristiwa komunikasi yang terjadi diluar kalimat yang terucap atau tertulis. Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat atau bahasa diam. Sifat pesan non-verbal biasanya disampaikan melalui isyarat fisik, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh. Pesan nonverbal memiliki ciri khas ekspresif, kontekstual, otomatis atau spontan. Contoh sifat non verbal dalam Tiktok, yaitu ekspresi seseorang menggunakan ekspresi wajah atau bahasa tubuh seperti menggelengkan kepala, menjulurkan tangan untuk menjelaskan konten yang disajikan.

3. Sifat pesan linguistik

Sifat pesan linguistik lebih merujuk pada sifat pesan verbal, tetapi linguistic lebih kepada pesan yang berhubungan dengan penggunaan tata bahasa, kosa kata, dan struktur kalimat dalam penyampaian pesan. Aspek terpenting dalam pesan linguistik adalah makna, struktur, konteks dengan sifat pesan linguistik diantaranya struktural, kontekstual, dan variatif. Contoh sifat pesan linguistik dalam Tiktok, yaitu penyampaian isi konten Tiktok yang lebih ke arah intonasi, irama dan nada-nada yang disampaikan untuk menjelaskan konten yang disajikan.

2.2.2 Pesan Edukasi dalam Tiktok

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan secara lisan maupun tertulis yang berisi informasi atau komunikasi. Pesan edukasi adalah pesan yang dibuat dengan tujuan memberikan pengetahuan, mengembangkan keterampilan, atau membentuk sikap dan nilai-nilai positif pada penerima pesan. Di era digital seperti saat ini, pesan tidak hanya ada di lingkungan akademik seperti sekolah dan kampus, tetapi telah menyebar ke berbagai platform online atau media sosial seperti Tiktok, Instagram, Youtube, Facebook, dan lain-lain.

2.2.3 Edukasi

Menurut Notoatmodjo (2010) Edukasi adalah suatu kegiatan atau usaha menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat, kelompok, atau di individu dengan harapan agar pengetahuannya tentang kesehatan dapat lebih baik. Edukasi merupakan segala keadaan, hal, insiden, peristiwa, atau perihal suatu proses berubahnya sikap juga tata laku seseorang ataupun sekelompok orang dalam upaya pendewasaan diri melalui sistem pembelajaran dan pelatihan (Devi Paradela, 2022)

Menurut Heri Gunawan, 2021 tujuan dari edukasi memiliki banyak manfaat kepada manusia (Devi Paradela, 2022), yaitu :

- a. Luasnya pengetahuan
- b. Kepribadian atau kelompok menjadi lebih baik
- c. Edukasi dapat melahirkan nilai-nilai positif
- d. Melahirkan potensi yang dimiliki (bakat dan talenta)

Terdapat jenis-jenis edukasi yaitu, edukasi formal merupakan proses pembelajaran yang umumnya dilakukan di sekolah-sekolah atau bidang akademik dan terdapat peraturan yang berlaku dan wajib untuk diikuti. Kedua, edukasi non formal yaitu proses yang diselenggarakan dengan jalur selain pendidikan formal, tetapi didapatkan dengan cara terstruktur dan bertahap. Ketiga, edukasi informal yaitu edukasi pendidikan yang berada di lingkup keluarga dan lingkungan itu sendiri.

2.2.4 Macam-Macam Edukasi dalam Tiktok

Saat ini Tiktok menjadi salah satu platform paling efektif untuk menyampaikan hal-hal terkait bentuk edukasi. Konten edukasi di Tiktok memiliki konten yang beragam seperti, edukasi formal, edukasi nonformal, dan edukasi informal. Pada aplikasi Tiktok, banyak yang menggunakan hastag #EduTok sebagai penambah caption untuk konten edukasi yang diposting. Konten ini memanfaatkan video dengan durasi singkat, bahasa yang santai dan mudah dipahami untuk menjelaskan sesuatu yang rumit. Berikut ini adalah beberapa bentuk edukasi yang terdapat di Tiktok :

1. Edukasi formal : pembelajaran akademis, edukasi mengenai tugas akhir mahasiswa.

2. Edukasi non formal : pelatihan public speaking, memasak dan hal-hal yang tidak didapatkan lewat pembelajaran akademis.
3. Edukasi informal : etika bermasyarakat, edukasi kegiatan luar ruangan, edukasi berpakaian, dan lain-lain.

2.2.5 Mendaki Gunung

Dalam bahasa Inggris mendaki gunung sering disebut *mountaineering*. Mendaki gunung merupakan suatu perjalanan melewati medan pegunungan yang memiliki tujuan seperti kegiatan ekspedisi, penelitian ilmiah, wisata, serta eksplorasi ke puncak-puncak yang tinggi dan berbahaya (Hidayat et al., 2017). Mendaki gunung memiliki arti menjelajahi daerah pegunungan yang dilakukan dengan cara berjalan kaki menuju lokasi yang telah ditentukan sebelumnya seperti tempat camping atau bahkan puncak gunung yang didaki.

Kegiatan mendaki gunung bukanlah olahraga yang hanya sekedar membutuhkan tenaga. Tetapi, setiap pendaki harus memiliki mental yang cukup, keterampilan, kecerdasan, serta kekuatan dan kualitas tersendiri. Tantangan dan bahaya yang ada saat mendaki gunung memiliki arti untuk menguji kemampuan diri sendiri dengan alam bebas. Beberapa manfaat dari mendaki gunung seperti meningkatkan kesehatan jantung dan paru-paru, memperkuat otot kaki, membangun aktivitas sosial, mengatasi insomnia, dan lain-lain (Enesis, 2023).

Mendaki gunung saat ini sudah menjadi olahraga atau kegiatan travelling yang banyak disukai dari berbagai kalangan. Salah satunya, banyak platform media sosial yang menayangkan tayangan kegiatan yang berbau petualangan. Tetapi dari beberapa tayangan tersebut, hanya sedikit yang memperlihatkan safety prosedur atau kode etik pendakian tentang seputar gunung yang akan didaki. Dari fenomena masa kini, tidak banyak pendaki gunung baru kurang memahami ilmu dasar dan informasi jalur gunung yang akurat, hanya sebatas informasi yang tidak menyediakan data seperti larangan jalur yang dilewati, ketinggian, koordinat, kelerengan maupun bencana alam yang sewaktu-waktu terjadi (Purnama Harahap STMIK Raharja dkk., 2018).

Kurangnya persiapan dari segi fisik dan materi menjadi penyebab utama banyaknya korban jiwa. Fenomena ini, membuat banyak penambahan korban jiwa yang

berasal dari kelalaian pendaki itu sendiri. Kode etik pendakian yang sering diabaikan dapat menyebabkan tingginya pencemaran di sekitar gunung. Akibat kurangnya memahami kode etik mendaki gunung dan melakukan hanya disebabkan karena mengikuti tren, ini menjadi salah satu hal yang sering menimbulkan masalah dalam dunia pendakian. Oleh sebab itu, pendaki atau penggiat alam yang baik, adalah mereka yang mempersiapkan fisik dan materi yaitu olahraga sebelum melakukan kegiatan mendaki gunung, melengkapi perlengkapan pendakian seperti pakaian, sepatu, dan membawa obat-obatan yang cukup.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai bahan referensi, mengembangkan konsep serta membedakan pembahasan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang baru yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Thanisa Firda, (2024) Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi (Analisis isi pada akun Tiktok @micol_26)	Media sosial Tiktok khususnya konten Tiktok akun @micol_26 menjadi bukti salah satu munculnya media baru yang dapat dijadikan lingkungan informasi yang fleksibel dan terbuka dan sejalan dengan pendapat Pierre Levy mengenai teori new media.	Membahas mengenai media sosial Tiktok yang dapat dijadikan sarana edukasi untuk para penontonnya.	Penelitian ini berfokus pada isi konten yang dibahas pada akun Tiktok @micol_26.

2.	M. Hafidz Baguna (2024) Efektivitas Pemanfaatan Konten Microblog Di Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi	Media sosial Instagram akun @tulimendongeng berhasil memanfaatkan Instagram menjadi media yang efektif untuk menyebarkan informasi edukatif.	Membahas mengenai tujuan media sosial yang dapat dijadikan sumber yang informatif dan edukatif yang efektif.	Penelitian ini menggunakan media sosial Instagram @tulimendongeng sebagai subjek penelitiannya
3.	Kyrie Eleison Wuwungan, Meity Dina Himpong, Leviane Jackelin Hera Lotulung (2022) Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa	Media sosial Tiktok menjadi media yang bermanfaat dan menguntungkan terkhusus mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado.	Membahas mengenai sosial media Tiktok dapat menjadi pengaruh positif bagi para penontonnya.	Penelitian ini berfokus mengenai persepsi mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. terhadap teknologi baru yaitu Tiktok.