

ANALISIS PENGARUH TIKTOK TERHADAP REMAJA DI BAWAH UMUR 18 TAHUN PADA MASA PANDEMI

THE INFLUENCE OF TIKTOK TO ADOLESCENTS BELOW 18 YEARS OF
AGE DURING THE PANDEMIC

Dhafin Firdaus¹, Shelzia Grayxena², Az Zahro Qonita³,
Nur Aini Rakhmawati⁴, Rahmat Hidayat⁵

E-mail: ¹105211840000103@mahasiswa.integra.its.ac.id,

²05211840000132@mahasiswa.integra.its.ac.id,

³05211840000144@mahasiswa.integra.its.ac.id, ⁴nur.aini@is.its.ac.id,

⁵rahmat.19052@mhs.its.ac.id

¹Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

Abstrak

Pandemi Covid-19 berdampak pada seluruh sektor kehidupan masyarakat, tidak terkecuali pada bidang komunikasi terutama media sosial. Salah satu media sosial yang semakin berkembang saat karantina yang berkelanjutan pada masa pandemi merupakan aplikasi TikTok. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok terhadap remaja dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 41 responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa formulir online menggunakan platform google form. Penelitian ini menggunakan metode analisa induksi dengan penarikan kesimpulan yang dimulai dengan menyatakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi yang diakhiri dengan pernyataan-pernyataan umum. Data dianalisis, kemudian dimasukkan ke pembahasan yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu hasil merupakan data kuantitatif, sedangkan pembahasan merupakan interpretasi data pada bagian hasil secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak sekitar 68% responden membuat akun TikTok pada tahun 2020, dan 44% dari responden membuat akun TikTok pada saat pandemi. Dapat diartikan bahwa aplikasi TikTok digunakan sebagai media hiburan karena penerapan physical distancing selama pandemic Covid-19. Selain itu, analisis yang diperoleh sekitar 91% responden pernah membuat konten TikTok setidaknya satu kali, konten yang dibuat serta dilihat meliputi dance sebesar 70% responden. Keberadaan konten dance juga berdampak negatif terhadap remaja terutama ketika mereka melakukannya secara tidak sadar. Sehingga dibutuhkan pengawasan orang dewasa serta kesadaran diri remaja dalam penggunaan aplikasi TikTok.

Kata kunci: tiktok, covid-19, remaja.

Abstract

Covid-19 pandemic impacts are felt all around our life's sectors including the communication sector, especially social media. One of the social media that is growing the most during pandemic quarantine is TikTok. This study goal is to analyze the influence from the use of TikTok to users in particular adolescents below 18 years of age, during Covid-19 pandemic. The number of samples identified for this study is 41 respondents. We use google form as an online forms platform to collect our respondents' data. The study uses inductive analysis, which is a method that systematically generates statements or theories in specific instances of empirical observation. Respondent's data from online forms are analyzed, and then in the result and discussion part, we separate it into two parts. The first is the result after the data is processed, while the second part is the discussion, which is our interpretation of the first part based on various existing studies, articles, and

journals. The result from our study shows that around 68% of respondents sign up for their TikTok accounts during the year 2020 and around 44% of respondents sign up for their TikTok accounts during the Covid-19 pandemic. From that number and others, we conclude that TikTok users are using TikTok as an entertainment medium during stressful quarantine. Other than that, around 91% of respondents claimed to have made content on TikTok at least one time, with 70% of respondents claiming to have made dance content. This particular dance content has a negative impact on adolescents, especially when they did not realize what they did. Adults' supervision and adolescents' self-awareness is a must in the use of TikTok.

Keywords: *tiktok, covid-19, teenager.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat orang yang memiliki smartphone dapat dipastikan memiliki akun media sosial. Media sosial tersebut seperti Twitter, Facebook, WhatsApp, Line, Instagram, dan lain sebagainya. Pertumbuhan di bidang teknologi maupun internet menyebabkan perubahan pada berbagai macam aspek kehidupan manusia, terutama pada bidang komunikasi. Dengan adanya media sosial, pengguna dapat mengetahui aktivitas orang lain meski tidak saling kenal dan tidak pernah bertemu. Melalui media sosial masyarakat bisa melakukan berbagai kegiatan seperti berbagi cerita, membagi foto dan membagi video antar pengguna [1]. Tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan interaksi, media sosial kini digunakan oleh para pelaku usaha dalam memasarkan produknya.

Pada awal tahun 2020, Indonesia dan berbagai negara di penjuru dunia diserang oleh pandemi Covid-19, yaitu penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus versi baru yang ditemukan pada akhir 2019 lalu di Wuhan, Tiongkok [2]. Pandemi Covid-19 tersebut berdampak pada seluruh sektor kehidupan masyarakat, tidak terkecuali pada bidang komunikasi, terutama media sosial. Penggunaan media sosial mengalami peningkatan tajam selama pandemi.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah TikTok. TikTok dibuat oleh ByteDance, perusahaan teknologi internet asal Tiongkok, dan dikembangkan sejak tahun 2016. Secara sederhana, TikTok merupakan media sosial yang berisi video serta produk audio visual (dapat dilihat dan didengar) oleh pengguna lainnya. Pada Aplikasi TikTok, pengguna dapat mengunggah kontennya baik ke TikTok maupun ke media sosial lainnya sehingga konten tersebut dapat dilihat oleh pengguna media sosial lain, baik sesama pengguna TikTok maupun bukan pengguna aplikasi TikTok. Beberapa perbedaan antara aplikasi TikTok dengan media sosial lainnya seperti special effects, contohnya shaking effect dan shivering effect yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik, music background, dan voice effect yang berfungsi untuk memodifikasi audio apapun menggunakan effect yang tersedia. Selain itu TikTok menyediakan fitur filter wajah yang bisa mengubah ekspresi atau bentuk wajah dengan berbagai tampilan. Pengguna bisa menjadi cantik, tirus, lucu, sedih, menyeramkan, dan lain-lain. TikTok juga menyediakan fitur terbaru yaitu menggabungkan beberapa foto/video dari galeri masing-masing pengguna dengan music background yang telah tersedia [3].

Apabila dibandingkan dengan media sosial lainnya, dengan adanya beberapa fitur yang telah diciptakan, TikTok terlihat sangat menarik bagi anak muda. Mereka menggunakan TikTok sebagai media sosial yang bisa menghibur dikala merasa bosan. Bagi pelajar, TikTok menjadi hiburan untuk menghilangkan rasa lelah setelah sekolah; terkadang mereka bisa tertawa hanya dengan melihat beberapa konten TikTok. Dengan adanya media sosial Tik Tok, remaja-remaja di seluruh dunia bisa dengan mudah berbagi hasil-hasil karya mereka yang kreatif, sehingga TikTok juga merupakan salah satu sumber pengetahuan dan informasi-informasi terkini. Hal ini menyebabkan TikTok bukan hanya

dianggap sebagai media sosial yang menghibur, melainkan juga media sosial yang bermanfaat.

Pasar TikTok juga semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Perkembangan pengguna aktif harian TikTok telah melampaui Instagram dan Facebook dengan jumlah 150 juta pengguna harian dalam kurun waktu kurang dari tiga tahun. Sebagai perbandingan, Facebook membutuhkan waktu empat tahun untuk mencapai angka 150 juta pengguna aktif harian sedangkan Instagram membutuhkan waktu enam tahun [4].

Selain merupakan media sosial dengan growth rate tertinggi, TikTok juga merupakan media sosial yang menyandang jumlah unduhan terbanyak dengan 2 miliar unduhan per April 2020. Kuartal I tahun 2020 adalah periode dengan jumlah unduhan terbanyak, mencapai angka 315 juta unduhan. Jumlah unduhan TikTok meningkat 58% dari kuartal IV tahun 2019 [5].

Perkembangan yang luar biasa ini tidak lepas dari pandemi Covid-19 yang menyebar ke seluruh penjuru dunia. Pandemi memaksa orang-orang untuk menghindari kawasan publik dan melakukan aktifitas di rumah. Hal ini tentunya juga mempengaruhi pengguna TikTok yang mayoritas didominasi kelompok umur 16-24 tahun [6]. Aktivitas pengguna TikTok yang terus meningkat mulai dari awal tahun 2020 hingga kini ditandai oleh semakin banyaknya orang yang mengunduh aplikasi tersebut pada kuartal I tahun ini.

Karantina yang berkelanjutan adalah salah satu pemantik dari meledaknya jumlah pengguna TikTok. Rendahnya aktivitas sosial dan ekonomi karena pandemi menyebabkan tekanan psikologis pada tiap orang. Tekanan psikologis yang didapatkan para remaja dan beberapa kelompok usia dewasa di masa pandemi membuat mereka ketakutan karena kondisi krisis dan menghadapi karir masa depan mereka [7]. Media sosial, termasuk TikTok, seakan menjadi “pelarian”, namun tingginya ketergantungan terhadap media sosial bukanlah hal yang baik. Maka dari itu, pada kali ini peneliti akan menganalisis pengaruh TikTok kepada remaja dibawah umur 18 tahun, serta berusaha untuk memberikan kesimpulan yang solutif atas permasalahan ini.

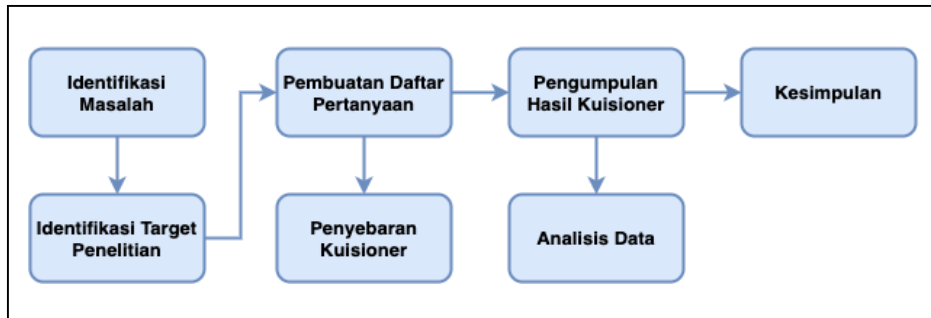
2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa induksi. Analisa induksi, yakni menarik kesimpulan yang dimulai dengan menyatakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi yang diakhiri dengan pernyataan-pernyataan umum [8]. Ruang lingkup yang telah ditentukan oleh peneliti adalah pengguna media sosial TikTok remaja dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi Covid-19. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah formulir online menggunakan platform google form.

2.1 Tahap Persiapan

Dalam melakukan tahap persiapan, peneliti melakukan beberapa tahapan dalam menganalisis permasalahan terkait pengaruh aplikasi TikTok dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi. Tahapan pertama yaitu melakukan persiapan atau identifikasi permasalahan. Setelah melakukan identifikasi masalah dilanjutkan dengan Identifikasi Target Penelitian. Dalam tahapan tersebut sudah dibentuk sesuai judul dengan syarat berusia dibawah 18 tahun, sehingga saat melakukan pembuatan daftar pertanyaan, hanya memberikan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan untuk analisis masalah.

Tahapan selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner yang bertujuan mendapatkan beberapa responden dalam melakukan penelitian. Setelah mendapatkan beberapa responden dilakukan pengumpulan hasil kuesioner dan dilakukan analisis data yang terkait. Setelah dilakukannya analisis data dapat diberikan kesimpulan yang sesuai. Peneliti memilih 41 orang pengguna TikTok dengan syarat umur dibawah 18 tahun pada masa pandemi Covid-19.



Gambar 1. Alur Metode Penelitian

2.2 Pengumpulan Data

Dalam fase pengumpulan data dilakukan penyebaran kuesioner pada pengguna aplikasi TikTok dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi Covid-19. Berikut merupakan pertanyaan terkait dengan survei yang dilakukan oleh peneliti:

- Waktu pembuatan akun TikTok
- Durasi penggunaan aplikasi TikTok
- Frekuensi pembuatan konten TikTok
- Alasan pemakaian aplikasi TikTok
- Konten TikTok yang sering dilihat
- Konten TikTok yang sering dibuat

Berikut merupakan pertanyaan yang digunakan dalam melakukan survei menggunakan formulir daring yang dibagikan melalui link intip.in/buatTikTok.

2.3 Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti akan melakukan analisis dan membandingkan setiap jawaban yang didapatkan terhadap hasil kuesioner yang telah disebar. Analisis yang diharapkan akan diperoleh adalah hubungan antara penggunaan media sosial TikTok yang berlebihan dengan perubahan perilaku yang dialami oleh remaja dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi Covid-19.

2.4 Kesimpulan

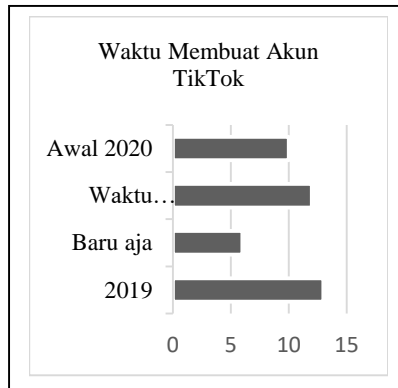
Tahap akhir dalam penelitian adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis dari survei yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya dan studi kasus dari penelitian lain yang serupa. Kesimpulan berisi analisis pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap remaja di bawah umur 18 tahun pada masa pandemi Covid-19.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan dari penelitian ini dipisahkan oleh peneliti menjadi dua bagian yaitu hasil kuesioner dan pembahasan. Hal ini dikarenakan bagian hasil adalah data kuantitatif, sedangkan bagian pembahasan adalah interpretasi data pada bagian hasil secara kualitatif. Berikut adalah hasil dan pembahasan berdasarkan kuesioner dan studi kasus serupa dengan tema pengaruh TikTok terhadap remaja dibawah umur 18 tahun masa pandemi Covid-19.

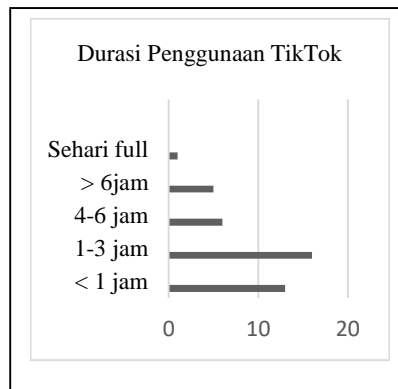
3.1 Hasil Kuisisioner

Gambar 2 memperlihatkan diagram waktu ketika responden membuat akun TikTok bahwa sebanyak sepuluh responden membuat akun TikTok pada awal tahun 2020, responden yang membuat akun TikTok pada waktu pandemi sebanyak dua belas responden, responden yang baru saja membuat akun TikTok sebanyak enam responden, dan sebanyak tiga belas responden membuat akun TikTok pada tahun 2019. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa sekitar 68% responden membuat akun TikTok pada tahun 2020, khususnya pada saat pandemi.



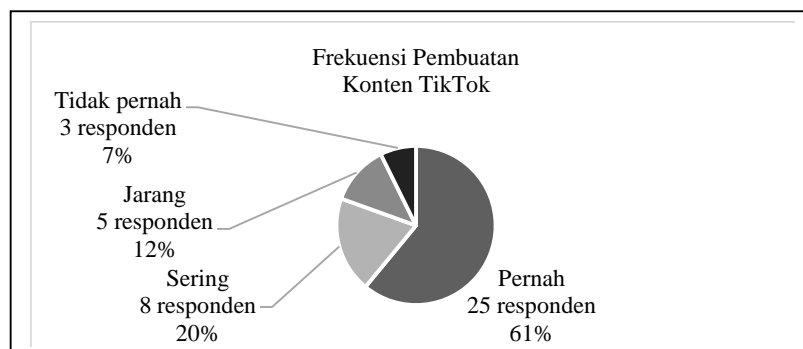
Gambar 2. Diagram Waktu Pembuatan Akun TikTok

Gambar 3 memperlihatkan diagram durasi responden ketika menggunakan TikTok. Satu responden menggunakan TikTok sehari penuh, responden yang menggunakan TikTok lebih dari 6 jam dalam sehari sebanyak lima responden, responden yang menggunakan TikTok antara 4 sampai 6 jam dalam sehari sebanyak enam responden, responden yang menggunakan TikTok antara 1 sampai 3 jam dalam sehari sebanyak enam belas responden, dan sebanyak tiga belas responden menggunakan TikTok kurang dari 1 jam dalam sehari. Berdasarkan Gambar 2, mayoritas responden menggunakan aplikasi TikTok selama 1 sampai 3 jam dalam sehari.



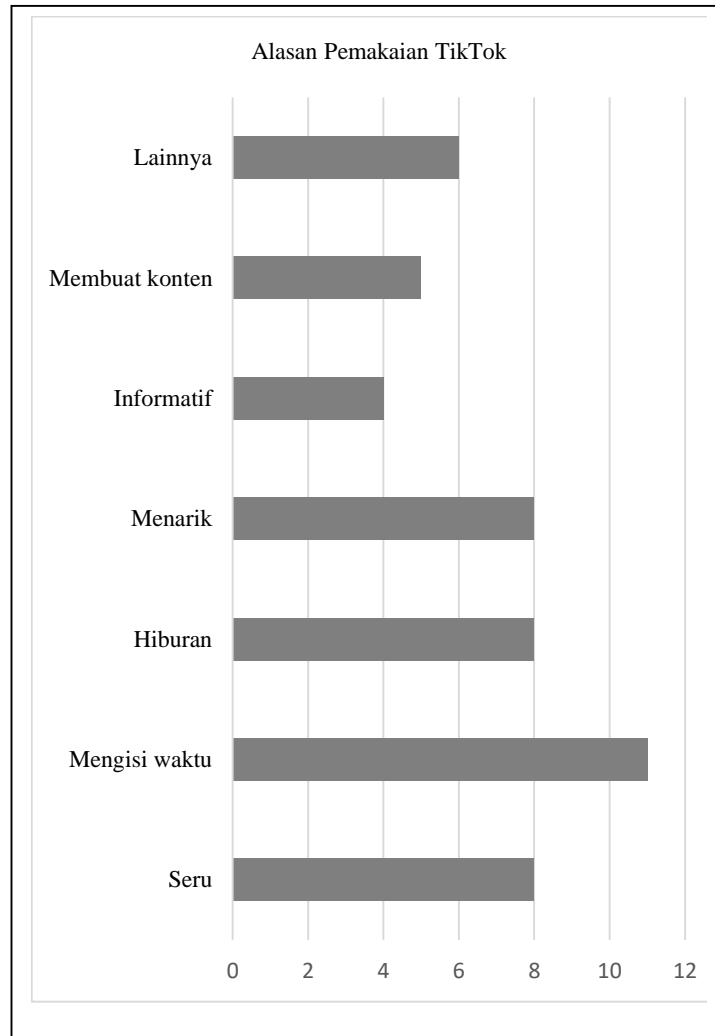
Gambar 3. Diagram Durasi Penggunaan TikTok

Gambar 4 memperlihatkan diagram frekuensi pembuatan konten TikTok, bahwa sebanyak 7% responden tidak pernah membuat konten pada TikTok, responden yang jarang membuat konten pada TikTok sebanyak 12%, responden yang sering membuat konten pada TikTok sebanyak 20%, dan sebanyak 61% responden pernah membuat konten pada TikTok. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa secara umum responden pernah membuat konten pada TikTok.



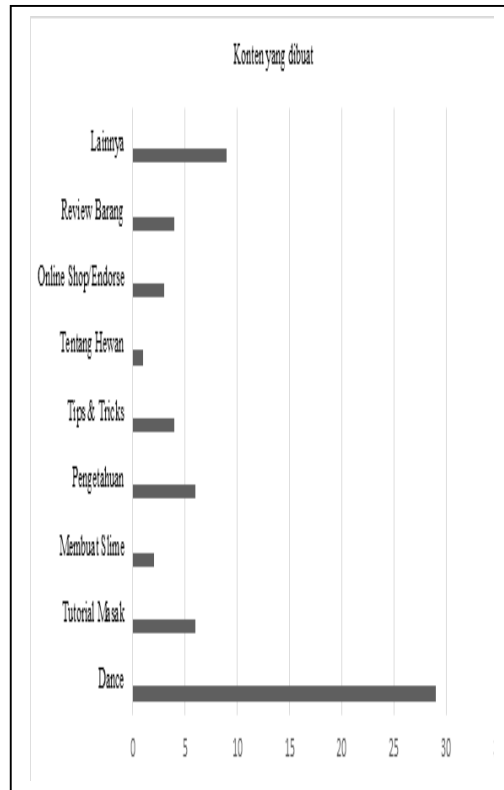
Gambar 4. Diagram Frekuensi Pembuatan Konten TikTok

Gambar 5 memperlihatkan diagram alasan responden memakai aplikasi TikTok. Sebanyak enam responden memakai TikTok karena alasan lain, sebanyak lima responden memakai TikTok untuk membuat konten, sebanyak empat responden menggunakan TikTok dengan alasan aplikasi tersebut informatif, sebanyak delapan responden memakai TikTok karena aplikasi tersebut menarik, sebanyak delapan responden memakai TikTok sebagai hiburan, sebanyak sebelas responden memakai TikTok untuk mengisi waktu luang, dan sebanyak delapan responden memakai TikTok karena menganggap aplikasi tersebut seru. Berdasarkan data tersebut, alasan utama pemakaian TikTok menurut responden adalah untuk mengisi waktu luang.



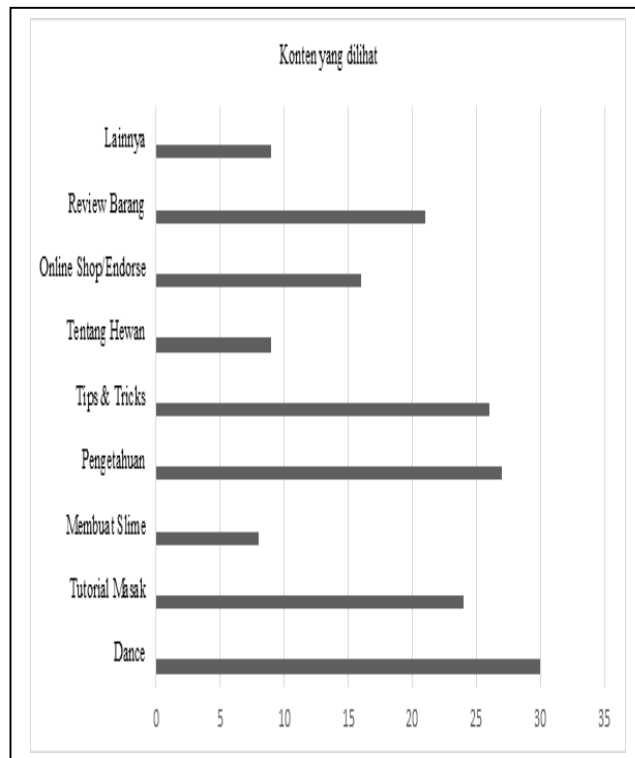
Gambar 5. Diagram Alasan Pemakaian TikTok

Gambar 6 memperlihatkan diagram terkait konten yang dibuat oleh setiap responden pada aplikasi TikTok. Sebanyak dua puluh sembilan responden menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten dance, sebanyak enam responden membuat tutorial memasak untuk konten TikTok, sebanyak dua responden membuat konten mengenai pengetahuan, sebanyak empat responden membuat konten tips and tricks, sebanyak satu responden menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten mengenai hewan, sebanyak tiga responden menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten online shop atau endorse, dan sebanyak empat responden menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten lainnya.



Gambar 6. Diagram Konten yang Dibuat

Gambar 7 memperlihatkan diagram terkait konten yang dilihat oleh responden pada aplikasi TikTok.



Gambar 7. Diagram Konten yang Dilihat

Sebanyak tiga puluh responden menggunakan TikTok untuk melihat konten dance, sebanyak dua puluh empat responden melihat konten tutorial memasak pada TikTok, dua puluh tujuh responden menggunakan TikTok untuk melihat konten pengetahuan, sebanyak dua puluh enam responden melihat konten yang berisi tips and tricks, sembilan responden menggunakan TikTok untuk melihat konten mengenai hewan, sebanyak enam belas responden menggunakan TikTok untuk melihat konten online shop atau endorse, sebanyak dua puluh satu responden melihat konten mengenai review barang, dan sebanyak sepuluh responden menggunakan aplikasi TikTok untuk melihat konten lainnya.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang menarik:

1. Mayoritas responden mulai menggunakan media sosial TikTok pada tahun 2020, terutama saat pandemi Covid-19 dimulai. Sebanyak 68% responden membuat akun TikTok pada tahun 2020, dan 44% dari responden membuat akun TikTok pada saat pandemi Covid-19.
2. Sekitar 91% responden pernah membuat konten TikTok setidaknya satu kali, dengan dance adalah konten TikTok yang paling banyak dibuat dan paling banyak dilihat. 70% responden pernah membuat konten dance dan 43% responden bahkan hanya pernah membuat konten dance.

Secara umum, terjadinya peningkatan jumlah pengguna media sosial TikTok bukanlah hal yang mengejutkan. Berdasarkan data yang kami dapatkan di Gambar 5, alasan pemakaian TikTok, 27% responden menggunakan media sosial TikTok untuk mengisi waktu, sedangkan mayoritas lainnya TikTok sebagai media hiburan (menarik, seru, hiburan). Baik alasan pertama maupun kedua sama-sama terjadi karena penerapan physical distancing selama pandemic Covid-19. Physical Distancing memang berperan penting dalam mencegah penularan virus Covid-19, tetapi di sisi lain physical distancing juga merebut kebebasan masyarakat untuk berinteraksi dan bersosialisasi.

Diberlakukannya physical distancing tidak hanya membatasi kebebasan masyarakat untuk berinteraksi dan bersosialisasi, namun juga merebut salah satu esensi terpenting manusia sebagai makhluk sosial. Manusia tidak pernah bisa hidup seorang diri. Manusia memerlukan interaksi-interaksi sosial dalam lingkungan hidupnya, seperti keluarga inti, keluarga luas, atau kelompok masyarakat [9].

Hal ini membawa peneliti ke poin pembahasan selanjutnya, yaitu kondisi psikologis seseorang selama pandemi. Terdapat tiga elemen utama dalam pemenuhan psikologis seseorang, yaitu autonomy (otonomi), competence (kompetensi), dan relatedness (keterkaitan satu sama lain). Ketiga elemen itu adalah komponen dari model penentu motivasi kebahagiaan dan realisasi diri yang bernama Self Determination Theory (SDT). Teori ini menyatakan bahwa kondisi sosial dan kontekstual manusia sangat berpengaruh pada peningkatan atau penurunan dari perkembangan manusia tersebut melalui otonomi, kompetensi, dan keterkaitan orang tersebut dengan lingkungannya. Artinya, kesehatan psikologis seseorang juga bergantung pada faktor-faktor eksternal [10].

Physical distancing mempengaruhi ketiga elemen pemenuhan kebutuhan psikologis tersebut. Misalkan, rasa otonomi yang artinya berlaku secara mandiri sesuai kehendak pribadi, telah dibatasi dengan larangan keluar rumah dan bertemu orang lain di ruang publik. Lalu, rasa kompetensi yang berhubungan dengan keyakinan akan keberhasilan dan prestasi, telah dilahap oleh rasa cemas yang berlebihan selama pandemi Covid-19. Terakhir, rasa keterkaitan satu sama lain yang berhubungan dengan relasi dan afiliasi telah diputuskan oleh physical distancing.

Perasaan tidak puas atas ketiga elemen kepuasan psikologis tersebut semakin melemahkan kondisi psikologis seseorang, terutama remaja. Masa remaja adalah masa dimana anak merasakan perubahan suasana hati yang tidak menentu, sehingga sensitivitas mereka dalam menghadapi suatu hal pun cukup tinggi. Meningkatnya insiden depresi pada remaja pun turut meningkatkan insiden krisis identitas remaja pula [11].

Pembentukan identitas adalah salah satu perkembangan besar yang dialami pada masa remaja. Setiap remaja pasti mengalami krisis identitas ketika mereka berusaha mencari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan fundamental seperti “Siapakah aku?”, “Darimanakah asalku?”, “Aku ingin menjadi apa nantinya?”. Krisis identitas terjadi ketika remaja gagal untuk mengembangkan rasa diri yang koheren dan mengalami kesulitan yang signifikan mengenai peran, nilai, dan pilihannya di masyarakat [12].

Maka dari itu, proses untuk menemukan konsep diri pun dilakukan untuk melawan krisis identitas. Konsep diri, yang merupakan aspek kepribadian yang mewarnai perilaku individu, adalah refleksi diri yang dipandang, dirasakan, dan dialami individu mengenai dirinya sendiri. Dengan konsep diri, individu akan bertindak laku sesuai dengan konsep diri yang telah ia tetapkan [13]. Konsep diri adalah jalan yang ditetapkan individu demi menemukan identitasnya.

Namun, menemukan konsep diri bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Seseorang perlu berusaha untuk mencari dan memahami arti kehidupan bagi dirinya dan meyakinkannya sebagai sebuah bentuk dari nilai batiniah yang utama. Hal inilah yang disebut dengan eksistensi diri. Eksistensi diri dapat dilakukan oleh semua manusia tanpa terkecuali serta dapat disaksikan oleh orang lain [13]. Eksistensi diri ada karena tuntutan manusia sebagai makhluk sosial yang hidup dalam masyarakat.

Eksistensi diri inilah yang menjadi dasar dari meningkatnya jumlah pengguna media sosial TikTok di kalangan remaja pada masa pandemi. Dengan ditutupnya akses ke ruang publik dimana mereka bisa membina eksistensi dirinya, maka platform daring pun menjadi satu-satunya pilihan mereka untuk terus memamerkan karya mereka.

Sayangnya, keberadaan TikTok tidak hanya mendorong remaja untuk memamerkan karyanya ke khalayak publik. Konten-konten yang cenderung vulgar dan tidak sesuai dengan kelompok umur remaja juga ikut menjadi konsumsi publik. Berdasarkan Gambar 6, konten dance adalah konten yang paling banyak dibuat oleh responden kami. Sekitar 70% responden pernah membuat konten dance dan ini terjadi bukan tanpa alasan, karena disaat yang sama, berdasarkan gambar 7, sekitar 73% responden menyatakan bahwa konten yang mereka ingin lihat adalah konten dance.

Dengan mengikuti tren, maka kemungkinan mereka untuk bisa “eksis” di mata orang lain pun ikut meningkat, sehingga memuaskan kebutuhan eksistensi mereka. Namun disisi lain, keberadaan konten-konten seperti itu juga berdampak negatif terhadap remaja-remaja tersebut, terutama ketika mereka melakukannya secara tidak sadar. Penggunaan aplikasi TikTok yang menyimpang telah dilakukan oleh beberapa remaja yang tidak bertanggung jawab, seperti melakukan tindakan asusila yang tidak seharusnya dilakukan maupun dikonsumsi oleh remaja [14]. Selain itu, konsep diri yang mungkin terbentuk dari penggunaan media sosial TikTok adalah konsep diri yang berdasarkan ego. Ego yang berlebihan akan membuat remaja menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitarnya, sehingga berpotensi untuk mengganggu kestabilan masyarakat, alias melakukan tindakan egois [13]. Tingginya intensitas penggunaan aplikasi TikTok dapat menyebabkan narsisme pada remaja [14]. Narsisme merupakan sebuah bentuk perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan [15].

Kedua hal tersebut sangat fatal dalam proses pembentukan konsep diri. Percaya diri itu baik, namun baik kecenderungan terhadap egoisme maupun narsisme bukanlah sifat yang ingin disematkan oleh orang tua pada anaknya. Pengawasan orang dewasa dan kesadaran diri remaja sangat diperlukan dalam menggunakan media sosial TikTok. Dibalik sisi negatif TikTok, masih ada sisi positif TikTok yang layak untuk dipertahankan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan, terdapat 68% jumlah responden yang telah membuat akun TikTok pada tahun 2020 dan 44% responden telah membuat

akun di saat pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan social distancing membuat masyarakat mengurangi untuk interaksi dan sosialisasi.

2. Penggunaan media sosial TikTok berpengaruh atas perubahan perilaku remaja, tetapi selama perubahan yang terjadi adalah perubahan yang positif, maka media sosial TikTok layak untuk tetap digunakan.
3. Orang dewasa tidak dapat terus menerus menyertai remaja dibawah umur ketika menggunakan media sosial. Maka dari itu, harus ada pola pendidikan yang tepat terutama dalam penggunaan media sosial agar remaja bisa menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab.
4. Sangat disayangkan apabila penggunaan TikTok tidak dipergunakan dengan baik oleh remaja. Kebanggaan remaja dalam mengikuti tren dan narsisme menjadi hal yang sangat tidak baik untuk proses pembentukan konsep diri. Pengawasan orang dewasa yang memiliki kewenangan terhadap remaja dan kesadaran remaja itu sendiri menjadi sebuah tanggung jawab yang saling terikat.

4.2 Saran

1. Aktivitas eksplorasi diri selain menggunakan aplikasi TikTok dapat dilakukan melalui kegiatan yang dapat mendukung pengembangan diri, seperti membaca buku, mengerjakan tugas, membaca cerita pengalaman orang sukses, mengikuti pelatihan, dan lainnya.
2. Menggunakan aplikasi TikTok dengan baik dan benar, serta melihat konten yang dapat memberikan hal-hal positif pada remaja.
3. Menunjukkan hal-hal baik di lingkungan masyarakat, agar masyarakat tidak menilai bahwa remaja di bawah umur 18 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok memiliki sifat negatif.
4. Dibutuhkan peran orang tua untuk mengawasi konten-konten pada TikTok yang dilihat oleh para remaja.
5. Selama menggunakan aplikasi TikTok, remaja tidak lupa dengan kewajiban belajar.
6. Lebih banyak melihat konten pengetahuan untuk menambah wawasan terkait kehidupan.
7. Pengguna aplikasi TikTok dibawah umur 13 tahun masih memerlukan bantuan orang tua untuk menjawab beberapa pertanyaan dalam pembuatan akun.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] S. A. S. Ramadhani, A. Rahmanqa, and N. A. Rakhmawati, "Deteksi Lokasi Siswa SMP di Instagram dengan Metode Named Entity Recognition," *J. Sos. Dan Teknol.*, vol. 1, no. 7, pp. 690–696, 2021.
- [2] WHO, "Coronavirus Disease (COVID-19) Situation Reports," 2021. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports> (accessed Jul. 12, 2021).
- [3] M. Mulawarman and A. D. Nurfitri, "Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan," *Bul. Psikol.*, vol. 25, no. 1, pp. 36–44, 2017.
- [4] "10 TikTok Statistics You Need to Know in 2021 [March data]," Feb. 16, 2021. <https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics> (accessed Oct. 11, 2021).
- [5] "TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever." <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion> (accessed Oct. 11, 2021).
- [6] "Is TikTok setting the scene for music on social media? - GWI." <https://blog.gwi.com/trends/tiktok-music-social-media/> (accessed Oct. 11, 2021).
- [7] H. Maulida, A. Jatimi, M. J. A. Heru, Z. Munir, and H. F. Rahman, "Depresi pada komunitas dalam menghadapi pandemi COVID-19: A systematic review," *J. Sains Dan Kesehat.*, vol. 2, no. 4, pp. 519–524, 2020.
- [8] N. Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru, 1988.

- [9] J. Purba, Ed., *Pengelolaan lingkungan sosial*, Ed. 2. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- [10] E. L. Deci and R. M. Ryan, "Self-determination theory.," 2012.
- [11] B. Demir, H. Kaynak-Demir, and E. I. Sönmez, "Sense of identity and depression in adolescents," *Turk. J. Pediatr.*, vol. 52, no. 1, p. 68, 2010.
- [12] E. H. Erikson, *Identity and the life cycle*, Reissued as Norton paperback. New York London: W. W. Norton & Company, 1994.
- [13] Y. R. Fauziah, "Konsep Diri Remaja Penggunaan Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Di Lingkungan Pergaulannya)," PhD Thesis, Universitas Komputer Indonesia, 2019.
- [14] D. Aprilian, Y. Elita, and V. Afriyati, "Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu," *Cons. J. Ilm. Bimbing. Dan Konseling*, vol. 2, no. 3, pp. 220–228, 2019.
- [15] A. Purnamasari and V. Agustin, "Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram Di Kota Prabumulih," *Psibernetika*, vol. 11, no. 2, 2019.