



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

No. 7547/KOM-D/SD-S1/2025

**PENGARUH TAYANGAN TIKTOK TERHADAP  
KOMUNIKASI ANTARPRIBADI SISWA SEKOLAH DASAR  
DI SDN 032 KUALU, KABUPATEN KAMPAR**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**NURLIANA**

**NIM. 11840324339**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**RIAU**

**2025**



UIN SUSKA RIAU

©

Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarprabadi Siswa  
Sekolah Dasar di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar.**

Disusun Oleh:

**NAMA : NURLIANA**

**NIM. 11840324339**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 08 Juli 2025.

**Pembimbing,**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP.19810313 201101 1 004**

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si  
NIP. 19810313 201101 1 004**



UIN SUSKA RIAU



© UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة والاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

#### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nurliana  
NIM : 11840324339  
Judul : Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarprabadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar.

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 14 Juli 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si  
NIP. 19721201 200003 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

Rohayati, S. Sos., M.I.Kom  
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji III,

Xantos, S.IP, M.Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji IV,

Rafdeadi, S.Sos., M.A  
NIK. 19821225 201101 1 011



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

©

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
**كلية الدعوة والاتصال**  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nurliana  
NIM : 11840324339  
Judul : Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Anak Sekolah Dasar Di Desa Koto Lobuk Jambi, Kec. Kuantan Mudik, Kab. Kuantan Singgingi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 11 september 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 september 2023

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

**ASSYARI ABDULLAH, M. I. KOM**  
NIP. 130 417 023

Penguji II,

**RUSYDA FAUZANA, M. SI**  
NIP. 19840504 201903 2 011

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



UIN SUSKA RIAU

©

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran Surat:  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurliana  
NIM : 11840324339  
Tempat/ Tgl. Lahir : Jakarta, 21 Maret 2000  
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi  
Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* :

**“Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarprabadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar”**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan



Nurliana  
NIM : 11840324339

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



UIN SUSKA RIAU

©

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Pekanbaru, Jumat 04 Juli 2025

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nurliana  
NIM : 11840324339  
Judul Skripsi : Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarprabadi Siswa Sekolah Dasar SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Pembimbing,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004

Mengetahui :  
**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**

Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.

Nama : Nurliana

Nim : 11840324339

Judul : Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan TikTok terhadap komunikasi antarpribadi siswa di Sekolah Dasar Negeri 032 Kualu. Fenomena meningkatnya penggunaan TikTok di kalangan anak-anak mendorong peneliti untuk mengkaji bagaimana media sosial tersebut memengaruhi pola komunikasi siswa dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 60 responden siswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi Pearson, regresi linear sederhana, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan TikTok terhadap komunikasi antarpribadi siswa, dengan nilai signifikansi  $0,000 (< 0,05)$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 35,1%. Nilai korelasi sebesar 0,592 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel. Temuan ini diperkuat oleh teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa siswa sebagai pengguna media memiliki motif aktif dalam mengonsumsi tayangan TikTok, seperti mencari hiburan, mengikuti tren, dan membentuk gaya komunikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tayangan TikTok berpengaruh terhadap komunikasi antarpribadi siswa, baik dalam cara berbicara, ekspresi, maupun dalam membangun interaksi sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi orang tua, guru, dan pihak sekolah dalam membimbing penggunaan media sosial secara lebih bijak dan mendidik.

Kata Kunci: TikTok, komunikasi antarpribadi, siswa sekolah dasar, Uses and Gratifications, media sosial.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

## ABSTRACT

Name : Nurliana

NIM : 11840324339

Title : The Influence of TikTok Content on Interpersonal Communication Among Students of SDN 032 Kualu, Kampar Regency.

This study aims to examine the influence of TikTok content on the interpersonal communication of students at SDN 032 Kualu. The background of this research stems from the increasing use of TikTok among children, raising concerns about its impact on their everyday social interactions. A quantitative approach was employed using a survey method, involving 60 student respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, Pearson correlation, simple linear regression, and hypothesis testing. The results show that TikTok content significantly affects students' interpersonal communication, indicated by a significance value of 0.000 ( $< 0.05$ ) and a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 35.1%. The correlation coefficient of 0.592 also suggests a moderately strong relationship between the two variables. These findings are supported by the Uses and Gratifications theory, which explains that media users actively engage with content to satisfy various needs, such as entertainment, trend-following, and shaping communication styles. In conclusion, TikTok has a noticeable impact on how students communicate, including their language, expressions, and ways of building social interactions. This study is expected to provide insights for parents, teachers, and schools in guiding children toward more mindful and educational use of social media.

Keywords: TikTok, Interpersonal Communication, Social Media, Elementary Students, Uses and Gratifications

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiiin, sedalam syukur dan setinggi puji peneliti ucapan kehadiran Allah SWT., yang tlah memberikan rahmat, taufik, dan hidayahnya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam tidak lupa peneliti doakan semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabiyullah, Habibullah Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin dan rahmat Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar**" merupakan karya ilmiah yang disusun guna untuk memenuhi semua persyaratan untuk mencapai gelas sajana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan karya tulis ini, peneliti mendapat banyak bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk serta dukungan dari berbagai pihak secara moril maupun materi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, M.Si., SE., Ak., CA., Selaku Rektor Uin Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D., Selaku Wakil Rektor I, Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng., Akil Rektor II, Dr. Haris Simaremare, M.T., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Artis, S.Ag., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Serta seluruh Bapak Dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu bahkan selalu memberikan dukungan yang luar biasa yang luar biasa



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

dan tak ternilai selama peneliti berkuliah dan menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, petunjuk, nasehat, masukan, beserta dukungan dan motivasi selama awal penyusunan skripsi ini hingga selesai. Dr. Azni, S.Ag., M.Ag., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan nasehat selama masa perkuliahan ini.

Yasni S.Pd., selaku Kepala Sekolah SDN 032 Kualu yang telah berkenan memberikan izin sehingga peneliti bisa melakukan penelitian di Sekolah tersebut. Guru SDN 032 Kualu dan juga siswa kelas VA,VB yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Orantua dan Keluarga yang senantiasa mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan penuh dan mengharapkan yang terbaik untuk ananda, serta memberikan dukungan baik secara lisan maupun materi untuk memudahkan semua yang ananda upayakan untuk menyelesaikan studi sekaligus skripsi ini dari awal hingga akhir. Terimakasih untuk Ayahanda M. Ajis dan Ibunda Sunarti yang tercinta dan tersayang atas semua yang telah diberikan hingga detik ini yang tak terhitung sampai akhir masa dan akhir batas usia, serta Kakak Yulian Desfy dan Abang Baidilah Halian, yang selalu memberikan support dan semangat serta do'a tulusnya yang tidak dapat ternilai harganya.

8. Selanjutnya peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan dengan segala kerendahan hati, kritikan dan saran dari semua pihak guna perbaikan untuk kesempurnaan. Akhirnya kepada Allah SWT peneliti serahkan segala-galanya.

Pekanbaru, 08 Juli 2025

Peneliti

NURLIANA

NIM. 11840324339

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	3
1.2.1 Pengaruh.....	3
1.2.2 Tayangan.....	4
1.2.3 Tiktok.....	4
1.2.4 Komunikasi Antarpribadi.....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Komunikasi .....	10
2.2.2 Komunikasi Antarpriadi .....	14
2.2.3 Media Sosial Tiktok .....	17
2.2.4 Use and Gratifications.....	25
2.2 Konsep Operasional .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
2.5 Sistemati Penulisan .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1 Populasi .....	35
3.3.2 Sampel.....	36



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN</b>	43
4.1 Sejarah Singkat Sdn 032 Kualu .....	43
4.2. Profil Sekolah.....	43
4.2.1 Visi .....	43
4.2.2 Misi .....	43
4.2.3 Tujuan .....	44
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	45
5.1 Hasil Penelitian .....	45
5.2 Pembahasan.....	56
<b>BAB VI PENUTUP</b>	59
6.1 Kesipulan .....	59
6.2 Saran.....	59

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**



**© Hak Cipta Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

**DAFTAR TABEL**

Tabel II.1 .....	29
Tabel III.1 .....	38
Tabel III.2 .....	39
Tabel III.3 .....	40
Tabel III.4 .....	40
Tabel III.5 .....	42
Tabel V.1 .....	45
Tabel V.2 .....	45
Tabel V.3 .....	46
Tabel V.4 .....	46
Tabel V.5 .....	47
Tabel V.6 .....	47
Tabel V.7 .....	48
Tabel V.8 .....	48
Tabel V.9 .....	49
Tabel V.10 .....	49
Tabel V.11 .....	50
Tabel V.12 .....	50
Tabel V.13 .....	51
Tabel V.14 .....	51
Tabel V.15 .....	52
Tabel V.16 .....	53
Tabel V.17 .....	53
Tabel V.18 .....	54
Tabel V.19 .....	54
Tabel V.20 .....	55

**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

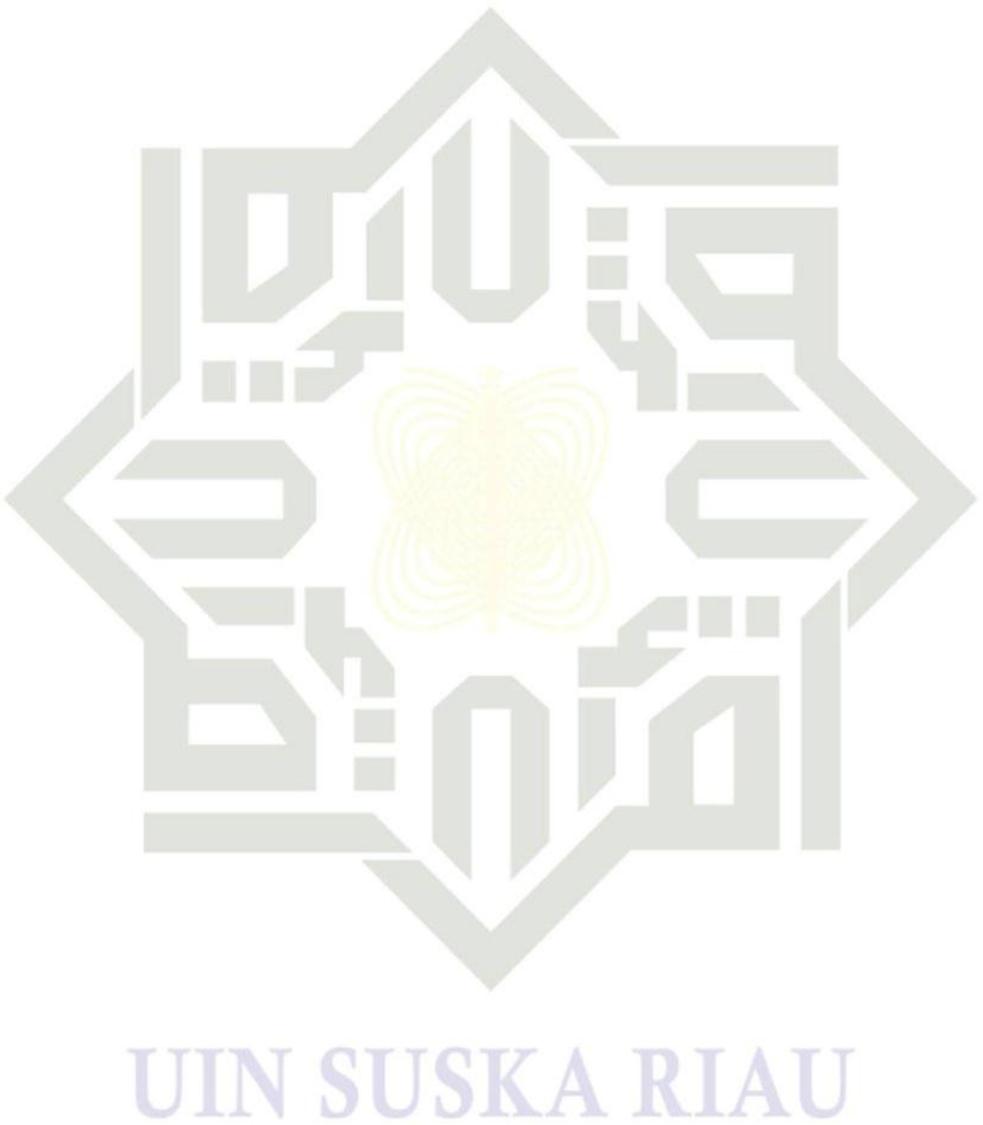
## © Hak Cipta Milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran I  
Lampiran II  
Lampiran III  
Lampiran IV

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## DAFTAR LAMPIRAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**BAB I****PENDAHULUAN****1. Latar Belakang Masalah**

Di zaman yang sudah semakin modern dan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin meningkat, terutamadi dalam bidang teknologi yang semakin pesat pertumbuhannya, sehingga kecanggihannya dapat memudahkan kita agar bisa mencakup selah satunya dalam memudahkan kita mendapatkan informasi, yang dahulunya hanya bisa di dapat dalam surat kabar, radio, dan televisi karna kecanggihan teknologi saat ini kita sudah bisa mendapatkan informasi dengan sangat mudah hanya dengan menggunakan internet dan tidak hanya mengetahui informasi yang terjadi dalam Negeri bahkan kita bisa mengetahui apapun yang terjadi di luar Negeri dalam waktu singkat tanpa harus keluar rumah (Pembangunan et al., 2014)

Penggunaan internet menjadi media untuk memperoleh informasi dalam kehidupan sehari-hari tentunya tidak dapat dihindari, baik itu di rumah, di kantor, saat melakukan perjalanan, dan dimanapun kita berada. Jika pada awalnya penggunaan media pada masa lalu hanya terbatas pada penggunaan media seperti radio, televisi, majalah atau surat kabar, pada era globalisasi, pemilihan media informasi oleh masyarakat menjadi akan lebih kompleks karena tersedianya berbagai situs internet yang dapat kapan saja dan dimana saja memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Dengan demikian masyarakat sebagai pemakai media dapat mengambil keputusan untuk memilih manakah media penyedia informasi dan komunikasi yang tepat guna memenuhi kebutuhan masing-masing (Suci R. Mar' Ih Koesomowidjojo, 2022)

Dan semakin berkembangnya teknologi tentunya mengharuskan kita untuk beradaptasi dan mengerti bagaimana cara menggunakananya, hanya semata agar tidak tertinggal jauh dengan zaman yang sudah mengalami modernisasi yang hampir semua kegiatan dilakukan melalui teknologi (*Handpone*) seperti saat ini. Tentunya perkembangan teknologi ini tidak hanya dalam bidang informasi saja, kecanggihan teknologi sudah merambat kesegala bidang yang dibutuhkan oleh manusia. Sehingga dalam satu *Handpone* sudah merangkup semua kebutuhan kita dalam berbagai aspek (Inge Kurnia Mardia L, 2022).

Melalui *Handpone* kita bahkan bisa mengakses bentuk media masa lainnya seperti dalam bidang hiburan, dahulunya hiburan hanya bisa kita peroleh melalui televisi, radio dan majalah maka sekarang dengan teknologi menghadirkan semua bentuk media masa itu di dalam *Handpone* dan hiburan yang paling sering digunakan oleh masyarakat adalah *Social Media* dan mengaksesnya tentu saja menggunakan internet(Deify Timbowo, 2016).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Media online tidak hanya digunakan sebagai alat korespondensi dan kerjasama, tetapi juga sebagai alat artikulasi diri dan *self-marketing*. Di samping kemajuan inovasi, ada banyak media yang dapat digunakan masyarakat untuk digunakan sebagai metode korespondensi, seperti halnya media online, yang digabungkan untuk menawarkan pesan kepada banyak klien media berbasis *Website* itu sendiri, khususnya sebagai berita (data), gambar (foto), dan antar muka (video). Salah satu media berbasis Web yang banyak dimanfaatkan oleh para pelajar saat ini adalah media online Tiktok. *Understudies* senang menggunakan media online Tiktok karena bagi mereka media berbasis Web ini dapat menghibur mereka ketika kehabisan tenaga ataupun lelah karena seharian belajar. Kehadiran media online memberikan hiburan bagi setiap orang untuk mengurangi rasa lelah atau penat (Asdiniah & Lestari, 2021).

Di zaman sekarang tentunya kebanyakan orang yang sudah berusia di atas 12 (dua belas) tahun rata-rata mereka sudah memiliki *Handpone* sendiri. Bukan hanya sekedar untuk gaya namun sekarang ini *Handpone* adalah salah satu benda elektronik yang wajib dimiliki oleh setiap orang baik sebagai alat komunikasi ataupun hanya sekedar hiburan. Belakangan ini jika diperhatikan aplikasi Tiktok banyak sekali digunakan oleh orang-orang bahkan anak kecil pun sudah banyak yang menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini bisa dilihat dari lagu-lagu yang sering nyanyikan saat bermain bersama teman-temannya. Lagu yang mereka nyanyikan pasti berasal dari lagu yang sedang populer di Tiktok. Tidak hanya anak kecil aplikasi Tiktok sudah menjadi aplikasi populer di semua kalangan usia. Aplikasi Tiktok seiring berjalan perkembangannya banyak mendapat pro dan kontra semenjak kemunculannya hal ini di karenakan beberapa video yang menyajikan konten negatif bagi anak-anak (Toha & Umisara, 2022).

Dan penggunaan *Handpone* semakin meningkat pada saat pandemi covid-19 yang mana semua kegiatan belajar mengajar dilakukan melalui *Daring* (Dalam Jaringan). Dan anak mulai diperkenalkan dengan teknologi ponsel pintar (*Handpone*) sehingga orangtua terbiasa melihat anak mereka berteman dengan teknologi itu bahkan di luar waktu sekolah. Tanpa disadari hal ini menjadi kebiasaan dan mengurangi tingkat kewaspadaan orangtua akan adanya dampak negatif pada anak saat bermain *Handpone* mengingat diusia mereka yang masih belum bisa membedakan hal yang benar dasarnya. Masa anak-na dimana waktu manusia memiliki rasa ingin tahu yang begitu besar, tentunya di kenalkan dengan *Handpone* merupakan hal baru bagi mereka sehingga meningkatkan rasa ingin tahu dan ditambah berkurangnya pengawasan orangtua membuat mereka lebih leluasa meng-akses apapun yang ada di dalam *Handpone* (Magdalena, 2021).

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh kominfo bersama KIC pada tahun 2022 selama periode Agustus-September dengan usia kisaran 13-70 tahun yang tersebar di 34 Provinsi dan 514 Kabupaten /Kota dan latar belakang yang

Indonesia juga menjadi Negara yang menduduki peringkat kedua terbanyak di dunia dalam penggunaan Tiktok dengan jumlah mencapai 119,97 juta pengguna atau bisa diartikan hampir setengah dari penduduk Indonesia memiliki aplikasi Tiktok. Jumlah tersebut hanya berselisih 3,52 juta pengguna dari pengguna Tiktok di Amerika Serikat yang menduduki peringkat pertama (Cindy Mutia annur, 2023a).

Menurut laporan *Business Of App*, hingga tahun 2021 pengguna Tiktok di seluruh dunia didominasi oleh kelompok usia 20-29 tahun dengan proporsi 35%. Kelompok usia 10-29 tahun dengan proporsi 28% secara global. 30-39 tahun 18%, 40-49 tahun 16,3%, dan diatas 49 tahun 1,7% (Vika Azkiya Dihni, n.d.). Sedangkan untuk Indonesia sendiri pengguna aplikasi Tiktok adalah anak-anak muda dengan rata usia 9-24 tahun (Krisno Wisnuadi, n.d.).

Banyak permasalahan yang sama terjadi di berbagai daerah terhadap pengaruh aplikasi Tiktok ini kepada masyarakat. Diantaranya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Dwi Putri Robiatul Adawiyah pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa”. Nabila Ghaisani pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Blangkejereng”.

Berdasarkan penelitian sebelumnya di atas, beberapa penelitian yang memiliki persamaan permasalahan dengan penelitian yang akan penulis tulisi. Perbedaan dari permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada Variabel Y, yaitu dampak Komunikasi Antarpribadi pada siswa sekolah dasar di SDN 032 Kualu setelah mengenal dan menggunakan Tiktok secara berkala.

## 1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian ini, mak penulis perlu menjelaskan istilah yang digunakan supaya tidak menimbulkan perafsiran yang beragam.

### 1.2.1 Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan , sikap dan tingkah laku seseorang. Karena

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai penerima tindakan (Changara, 2004). Pengaruh yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah sebuah perubahan yang tercipta dari individu karena melakukan suatu aktifitas yang berkala (menonton tayangan Tiktok).

Sesuatu yang dikatakan terdapat pengaruh jika komunikasi mengalami perubahan ketika keinginan komunikator. Komunikator menyampaikan pesan dengan maksud tertentu untuk memberikan sesuatu efek kepada komunikasi (Marhaeni Fajar, 2019)

### 1.2.2 Tayangan

Tayangan yang berasal dari kata tayang adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Tayangan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga tayangan dapat menyatakan nama seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibedakan. Sehingga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata tayangan adalah pertunjukan (film dan sebagainya)(*Arti Kata Tayangan Di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, n.d.)

### 1.2.3 Tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi media sosial hiburan yang memberikan efek spesial , unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para penggunanya dengan mudah untuk membuat dapat berkreasi dengan kreatifitas mereka dalam membuat sebuah tayangan pendek sehingga dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Hasil dari video ini bisa diperlihatkan kepada teman-teman sosial media dan pengguna Tiktok lainnya. Aplikasi Tiktok memiliki dukungan yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan tarian, berbagai video unik, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreatifitas penggunanya menjadi konten kreator atau bisa dibilang juga sebagai Tiktokers (Sam et al., 2021)

### 1.2.4 Komunikasi Antarpribadi

Dean Barnlund (1985) menjabarkan komunikasi antarpribadi sebagai “perilaku orang-orang pada pertemuan tatap muka dalam situasi sosial informal dan melakukan interaksi terfokus lewat pertukaran isyarat verbal maupun non verbal yang saling berbalasan”. Sehingga bila suatu proses komunikasi yang tidak menimbulkan pertukaran isyarat verbal maupun non verbal maka interaksi tersebut tidak bisa disebut proses komunikasi Dan dalam penelitian ini mempelajari masalah perubahan komunikasi antarpribadi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

yang terjadi pada anak sekolah dasar saat berkumpul bersama teman sebaya setelah mengenal aplikasi Tiktok (Dr. Edi Harapan M.Pd., Dr. H. Syarwani Ahmad, 2026)

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu”

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata bagi perkembangan ilmu komunikasi.
- b. Penelitian ini dapat bermanfaat dan membantu wawasan akan pentingnya edukasi penggunaan media sosial untuk anak di bawah umur.
- c. Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan kajian komunikasi, terutama di bidang teknologi media komunikasi di Indonesia.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

- a. Meningkatkan pemahaman tentang pengaruh dari tayangan Tiktok bagi anak yang masih di bawah umur.
- b. Memberikan pengetahuan mengenai dampak negatif yang akan didapat jika anak terlalu sering menonton tayangan Tiktok, dan tidak dalam pengawasan orangtua.
- c. Penelitian ini bisa menjadi masukan bagi masyarakat terutama para orangtua akan pengaruh media sosial terutama Tiktok, serta menjadi bahan untuk memahami akan perkembangan dengan teknologi yang semakin canggih sehingga dapat menyesuaikan dengan masa modern sehingga tidak ada lagi kata “yang penting dia anteng (diam)” sehingga anak di bebasan menggunakan teknologi tanpa pengawasan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**BAB II****TINJAUAN PUSTAKA****Kajian Terdahulu**

Untuk dapat memenuhi penulisan skripsi dengan prosedur dan mencapai target yang maksimal, dibutuhkan sebuah kajian dahulu. Kajian terdahulu memberikan gambaran-gambaran tentang letak perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh mahasiswa lain sebelumnya. Kajian terdahulu dapat juga dimaksud untuk mempermudah penulis untuk melakukan penelitian karena sudah ada pedoman penelitian sebelumnya. Penelitian yang mendekati dengan penelitian yang pernah dilakukan ialah sebagai berikut:

- 2.1.1** Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Terhadap Perilaku Anak (Studi Pada Penggunaan Aplikasi Tik-Tok Pada Remaja Di Kota Medan)” yang disusun oleh Frederick Gerhad Sitorus pada tahun 2018. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan tiktok terhadap perilaku anak di Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu definisi, pengukuran darta kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah, berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang dimintahkan untuk menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka. teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian kepustakaan, penelitian lapangan, pengamatan, dan angket. Dari hasil penelitian dan tabel jawaban responden yang diisi oleh responden, penulis mendapatkan bahwa pada durasi waktu penggunaan aplikasi tik-tok adalah aplikasi paling favorit responden, sedangkan menurut sebagian kecil responden mereka tidak terlalu setiap hari membuka aplikasi tik-tok. Jika video tersebut menjadi viral dan banyak diikuti, maka mereka akan membuat video tersebut dengan versi mereka sendiri. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan objek dan lokasi yang berbeda.
- 2.1.2** Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang” yang disusun oleh Dwi Purti Robiatul Adawiyah pada tahun 2020. Tujuan penelitian, Pertama untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan aplikasi tiktok

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang dari sudut pandang teori *uses and grafication*. Kedua untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang dari sudut pandang teori *uses and grafication*. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan paradigma positivistik. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan teori ini menjelaskan mengenai konsekuensi keterlibatan individu secara aktif maupun kurang aktif dalam media. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial tiktok terhadap kepercayaan diri remaja sebesar 54,5 %. Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,545 atau 54,5 % yang bermakna bahwa pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang sebesar 54,5%, sedangkan untuk 45,5% di pengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel (X) media sosial tiktok. Persamaan dengan penelitian ini adalah media sosial tiktok sebagai variabel, perbedaannya terletak pada objek dan lokasi yang berbeda.

- 2.1.3** Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa” yang di susun oleh Mela Rahmayani, Muhamad Ramdhani, Fardiah Oktriani Lubis pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap perilaku kecanduan Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang, angkatan 2018 dan 2019. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh adalah peneliti menemukan bahwa intensitas, dan daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kecanduan mahasiswa, sedang isi konten pada penggunaan aplikasi tiktok tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku kecanduan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kecanduan mahasiswa. Besarnya pengaruh daya tarik terhadap perilaku kecanduan mahasiswa adalah 18,9%, hal tersebut menunjukkan bahwa daya tarik di dalam aplikasi tiktok baik itu musik, efek kamera, video, dan aktris berpengaruh besar terhadap terhadap perilaku kecanduan responden dan pada variabel ini pernyataan kuesioner yang mendapatkan respon sangat baik adalah pada musik dan efek dalam aplikasi tiktok sangat menarik sehingga membuat responden terkesan. Persamaan dengan penelitian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

iniini adalah sama-sama mengangkat permasalahan tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini terletah pada objek dan lokasi yang berbeda.

- 2.1.4** Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Mesia Sosial Tiktok Terhadap Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeru (SMKN) 10 Kota Bekasi.” Yang disusun oleh Assyifa Fauziah pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap keterbukaan diri (*Self Disclosure*) pada siswa SMKN 10 Kota Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 75 responden dan menggunakan *puposive sampling*. Dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS statistika* 22. Dari hasil uji T hanya variabel informasi ( $X_1$ ), Integrasi dan Interaksi Sosial ( $X_3$ ) dan hiburan ( $X_4$ ). Sedangkan variabel Identitas Pribadi ( $X_2$ ) tidak signifikan. Besar pengaruh penggunaan media sosial Tiktok (X) terhadap pengungkapan diri (*Self Disclosure*) adalah sebesar 76% sedangkan sisanya 24% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel dalam penelitian ini. Persamaan dengan penelitian iniini adalah sama-sama mengangkat permasalahan tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini terletah pada objek dan lokasi yang berbeda.
- 2.1.5** Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Blangkejereng” yang disusun oleh Nabila Ghaisani pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Tiktok dan apakah terdapat engaruh yang dapat disebabkan dari penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku keagamaan remaja di Kecamatan Blangkajereng. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan analisisdua variabel yakni media sosial dan keagamaan remaja Kecamatan Blangkajereng. Pengumpulan data dilakukan dengan oenyebaran kuesioner kepada 93 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa penggunaan media sosial Tiktok yang mereka gunakan memiliki intensitas yang cukup tinggi setiap harinya dan terdapat pengaruh yang disebabkan oleh penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku keagamaan remaja di Kecamatan Blangkajereng dengan nilai presentase mencapai 52,3%. hal ini berarti bahwa sangat besar pengaruh yang dapat ditimbulkan dari penggunaan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

media sosial Tiktok sehingga dapat mempengaruhi perilaku keagamaan remaja di Kecamatan Blangkajereng. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat permasalahan tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini terletah pada objek dan lokasi yang berbeda.

- 2.1.6** Jurnal ini berjudul “Pengaruh Intensitas Menggunakan Tiktok Terhadap Perilaku *Body Shaming* Anak” yang disusun oleh Hanifah Islamiyah pada tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan dan besaran pengaruh intensitas Tiktok terhadap perilaku *body shaming* anak. Metode yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan adalah survey. Populasi penelitiannya adalah anak SD yang ada di Kota Cirebon. Teknik sampling menggunakan *multistage cluster sampling*, dan siswa kelas 6B SD Negeri Kebon Baru 5 sebagai sampel. Uji validitas menggunakan Person Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Alfa Cronbach, kemudian data uji normalitas, uji linearitas, dan uji korelasi menggunakan Korelasi Person dan uji regresi. Hasil dari penelitian ini intensitas anak menggunakan Tiktok memberikan besaran pengaruh sebesar 34% terhadap perilaku body shaming anak. Dan diperkuat dengan Teori S-R bahwa stimulus dari penggunaan media Tiktok menghasilkan respon yang sesuai dengan konstruk pesan media tersebut. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat permasalahan tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini terletah pada objek dan lokasi yang berbeda.
- 2.1.7** Jurnal ini berjudul “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja” yang disusun oleh Shazrin Daniyah Khansa, dan Kinkin Yuliati Subarsa Putri pada tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media sosial Tiktok terhadap gaya hidup remaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme merupakan paradigma yang terkait dengan eksperimen dan penelitian kuantitatif, positivisme dianggap sebagai bentuk atau perkembangan empirisme. Hasil dari penelitian ini sebagian besar dari mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di universitas Negeri Jakarta setuju bahwa sosial media Tiktok memberi pengaruh terhadap gaya hidup remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang di dapatkan melalui alikasi tersebut. Berdasarkan hasil analisis

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

bivariat diketahui, bahwa nilai signifikansi di dapat sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti sosial media Tiktok memiliki pengaruh signifikan juga terhadap gaya hidup remaja. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat permasalahan tentang pengaruh tiktok, perbedaan dengan penelitian ini terletah pada objek dan lokasi yang berbeda.

**Landasan Teori****2.2.1 Komunikasi**

Pengertian komunikasi, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan atau memberitahukan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang memiliki makna identik dengan *communicare* adalah *communication* yang boleh dimaknai sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang yang dimana mengandung arti. Dari istilah bahasa Inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna suatu kegiatan untuk menyampaikan ide, opini, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain.

Definisi komunikasi lainnya, yakni komunikasi adalah kata yang mencakup setiap pola interaksi manusia dengan manusia lain yang berbentuk dialog biasa, membujuk, melatih, dan kompromi. Di dalam setiap lembaga yang terbentuk atas manusia-manusia yang mempunyai tanggung jawab masing-masing dan saling berkolaborasi satu dengan yang lain sebagai sebuah sistem pastilah membutuhkan komunikasi yang bagus agar kinerja lembaga berlangsung dengan bagus pula, yang pada akhirnya sasaran lembaga dapat tercapai (Purba, 2020)

Harold D. Lasswell mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi harus mencakup kelengkapan dari unsur-unsur komunikasi sehingga menjadi efektif untuk diterima. Unsur-unsur tersebut terdiri dari: (Dr. Ir. Ratu Mutialela caropeboka, 2017)

- A. Komunikator (*souce/sender/communicator*), yaitu perorangan atau lembaga yang memberikan atau menyampaikan pesan kepada audiens/khalayak secara langsung maupun tidak langsung. Seorang komunikator dapat juga bertindak sebagai sumber informasi atau sumber pesan.
- B. Pesan (*message*), yaitu materi yang disampaikan merupakan objek dari informasi yang menjadi pembahasan.
- C. Media (*channel/saluran*), merupakan sarana penghubung atau penyampaian dan penerima pesan yang digunakan oleh komunikator maupun komunikator dalam menyampaikan pesan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- D. Komunikasi (*communicant*), yaitu perorangan maupun lembaga yang menerima isi pesan, informasi dari pihak komunikator.
- E. Efek (*impact/effect/influence*), yaitu hasil yang dapat dilihat sebagai pengaruh diterima atau ditolaknya suatu isi pesan/informasi.

Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar” mengutip pendapat beberapa pakar komunikasi, seperti John R. Wenburg, William W. Wilmot, Kenneth K. Sereno, dan Edward M. Bodaken untuk menjelaskan tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi sebagai transaksi (Nofrion, 2016)

- a) Komunikasi sebagai tindakan satu arah.

Pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini oleh Michael Burgoon di sebut *source-oriented definition*. Komunikasi dianggap sebagai tindakan yang disengaja (*intentional act*) yang dilakukan seseorang untuk menyampaikan informasi demi memenuhi kebutuhan si penyampai informasi seperti menjelaskan sesuatu. Dapat diartikan bahwa komunikasi sebagai tindakan satu arah adalah penyampaian informasi secara efektif dan mengisyaratkan bahwa komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.

- b) Komunikasi sebagai interaksi.

Pandangan komunikasi sebagai interaksi lebih dinamis ini dianggap lebih dinamis dari konsep komunikasi sebagai tindakan satu arah yang diuraikan sebelumnya. Namun pandangan kedua ini masih membedakan pada peserta sebagai pengirim dan penerima pesan, karena masih berorientasi sumber, meskipun kedua peran tersebut dapat dilakukan secara bergantian. Oleh karena itu, ada satu unsur komunikasi yang dapat ditambahkan yaitu adanya umpan balik (*feedback*) adalah apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan yang sekaligus digunakan si pengirim pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang telah disampaikan sebelumnya, apakah sudah dimengerti, dapat dipahami atau diterima, apakah pesan mengalami kendala atau sebagainya, sehingga berdasarkan umpan balik tersebut, sumber atau si pengirim pesan dapat mengubah pesan, mengganti cara penyampaian pesan atau mengganti/media/saluran pesan agar tujuan penyampaian pesan tercapai.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- c) Komunikasi sebagai transaksi.

Dalam konsep ini, komunikasi dikatakan berjalan jika seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Pemahaman ini mirip dengan konsep “*receiver-oriented definition*” atau definisi berorientasi penerima yang menekankan variabel-variabel yang berbeda yakni menerima, hanya saja penerima pesan itu juga berlangsung dua arah bukan satu arah.

Fungsi Komunikasi, (1) sebagai pemahaman terhadap diri sendiri dan orang lain. (2) menyeimbangkan dan memaknai hubungan. (3) sikap dan perilaku diubah-ubah (Putriana, 2021)

.Unsur-Unsur Komunikasi, merupakan hal-hal mendasar yang harus ada di dalam proses komunikasi. Jika unsur komunikasi ini tidak diketahui, maka proses komunikasi akan mendapatkan hambatan (Sri Lestari Adriyanti, SKM, M.Kes., Salsabila Syafni Aulia, 2022). Untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif, maka sebuah proses komunikasi harus mengandung unsur-unsur komunikasi. Unsur-unsur komunikasi setidaknya harus terdiri dari enam hal; sumber, komunikator, pesan, *channel*, komunikasi itu sendiri dan efek (Dr. Geofakta Razali, 2022)

1. Sumber, adalah unsur komunikasi dasar yang diperlukan dalam penyampaian sebuah pesan dan digunakan untuk memperkuat pesan yang akan disampaikan. Sumber yang dimaksud dalam unsur komunikasi pun memiliki bentuk dan wujud yang beragam.
2. Komunikator, komunikasi tidak akan terjadi jika dalam prosesnya tidak memiliki pengirim pesan yang dikenal dengan komunikator atau narasumber. Pengirim pesan pun biasanya tidak serta merta bisa langsung menyampaikan sebuah pesan(informasi), mereka harus mampun merangkai kata dengan ringan sehingga pesan (informasi) yang akan disampaikan dapat sampai dan dimengerti oleh penerima pesan. Komunikator juga harus bisa menentukan media yang akan digunakan untuk melakukan persuasi sehingga lebih efisien dalam mencapai sasaran.
3. Pesan, salah satu unsur yang penting dalam komunikasi dan dapat dipahami sebagai bahan informasi yang diberikan oleh komunikator pada komunikasi. Komunikator dapat menyampaikan pesan melalui berbagai cara, contoh melalui kata-kata, nada suara seperti lagu, hingga bahasa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

tubuh dan ekspresi. Pesan sebagai salah satu unsur dalam unsur-unsur komunikasi dapat terbentuk;

Pesan informative, memberikan keterangan dan fakta yang menuntun komunikasi memberikan keputusan.

Pesan persuasive, berisikan bujukan yang bertujuan untuk memberikan perubahan sikap komunikasi. Perubahan yang terjadi merupakan perubahan yang tidak dipaksakan, melainkan berasal dari kehendak diri sendiri.

Pesan koersif, bersifat memaksa dengan mengandalkan sanksi-sanksi untuk menekan komunikasi.

4. *Channel*, media untuk menyampaikan pesan. Media komunikasi dapat dibagi menjadi 2; media komunikasi personal dan media komunikasi massa. Media komunikasi personal biasanya terjadi atau dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bertukar informasi bisa juga menjadi pengerat hubungan.. contoh media komunikasi personal adalah telepon, aplikasi *Chatting* (*Whatsapp*, *Line*, *Bbm*) dan *skipe*. Media komunikasi massa digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari satu atau beberapa orang kepada khalayak ramai. Karena bersifat masif, media komunikasi massa memiliki dampak yang banyak bagi orang lain. Contoh media komunikasi massa adalah Televisi, Radio, Hingga Media Sosial (*Instagram*, *X*, *Youtube*, *Tiktok*).
5. Komunikasi, sebagai salah satu unsur komunikasi dapat di bedakan dalam berbagai macam kategori, mulai dari segi sifatnya, arahnya, hingga jumlah orang yang terlibat di dalamnya. Unsur-unsur komunikasi ini umumnya dibedakan berdasarkan kategori sifat, yakni dikelompokan ke dalam dua kategori Komunikasi verbal dan komunikasi non verbal; Komunikasi verbal, bentuk komunikasi yang menggunakan simbol-simbol verbal dalam bentuk lisan maupun tulisan. Untuk dalam bentuk lisan dapat dilakukan oleh dua orang atau lebih melalui hubungan tatap muka secara langsung tanpa ada jarak maupun peralatan yang menjadi medianya.
6. Efek, memiliki definisi hasil akhir dari suatu komunikasi. Efek komunikasi dapat dilihat dari tiga kategori: Personal opinion, sikap dan pendapat seseorang pada suatu masalah tertentu. Publik opinion, penilaian sosial mengenai suatu hal berdasarkan proses pertukaran pikiran. Majority opinion, dapat dipahami sebagai pendapat yang disetujui oleh sebagian besar publik atau masyarakat.

Dampak Komunikasi, setiap aktivitas komunikasi pasti memiliki efek. Dalam konsep komunikasi paradigmatis disebutkan bahwa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

komunikasi merupakan sebuah pola yang meliputi sejumlah komponen (unsur) serta memiliki dampak-dampak tertentu. Adapun pola-pola komunikasi yang memiliki dampak, antara lain penyuluhan, penerangan, propaganda, kampanye pendidikan, acara radio/television, penuturan film/video, dan diplomasi. Pada dasarnya komunikasi memiliki 3 dampak, yaitu: (Drs. Tommy Suprato, 2009)

1. Memberikan informasi, meningkatkan pengetahuan, menambah wawasan. Tujuan ini sering disebut tujuan yang kognitif.
2. Menumbuhkan perasaan tertentu, menyampaikan pikiran, ide atau pendapat. Tujuan ini sering disebut tujuan yang afektif.
3. Mengubah sikap, perilaku dan perbuatan. Tujuan ini sering disebut tujuan konatif atau psikomotorik.

Sasaran Komunikasi, ada dua macam sasaran komunikasi, antara lain:

1. Siapakah sasaran komunikasi yang dituju?

Dalam sasaran berkomunikasi dengan seseorang atau kelompok masyarakat tertentu, respons yang datang kepada kita tidak hanya dari khalayak sasaran yang dikehendaki, melainkan juga datang dari individu atau kelompok yang lain (yang tidak dikehendaki)

2. Bagaimana efek komunikasi?

Bawa pesan yang disampaikan dan diterima oleh komunikasi dapat dibedakan yang sifatnya konsuntif dan instrumental atau kombinasi keduanya.

Efek Konsuntif, adalah efek atau pengaruh komunikasi (pesan) yang dapat langsung diresapi dan dapat diamati.

Efek Instrumental, adalah efek atau pengaruh dari komunikasi (pesan) yang tidak dapat langsung dirasakan manfaatnya oleh komunikasi dan tidak dapat langsung diamati oleh komunikator.

### **2.2.2 Komunikasi Antarpriadi.**

Komunikasi antarpribadi, merupakan proses pertukaran informasi yang dianggap relatif efektif dan prosesnya dapat dilakukan dengan cara sangat sederhana. Dalam hal ini Gary D'Angelo memandang komunikasi antarpribadi berpusat pada kualitas pertukaran informasi antar orang-orang yang terlibat. Pada partisipan yang saling berhubungan merupakan pribadi yang unik, mampu memilih, mempunyai perasaan, bermanfaat dan dapat merefleksikan kemampuan diri masing-masing. Selain, efektif, komunikasi antarpribadi merupakan proses pertukaran informasi bagi setiap insan, baik

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

dalam organisasi formal maupun non-formal (Dr. Edi Harapan M.Pd., Dr. H. Syarwani Ahmad, 2026)

Komunikasi antarpribadi mempelajari dan meneliti perubahan tingkah laku dan pendapat yang diakibatkan oleh informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan pedapat dari Carl I Hovland yang mengatakan: “Proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain komunikasi” (Purba et al., 2022). Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka natara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun kerumunan orang.

Agus M.Harjana mengatakan, komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan dapat menanggapi secara langsung. Arni Muhammad mengatakan komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan orang lain yang dapat langsung diketahui balikannya. Berbeda dengan Deddy Mulyana bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal

Ciri-Ciri Komunikasi Antarprabadi, Alo Liliweri mengutip pendapat Joseph A.Devito mengenai ciri komunikasi antarpribadi yang efektif, yaitu: (Rembang, 2017)

- a) Keterbukaan (*openness*), kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal yaitu; pertama komunikator yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Kedua, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Ketiga, komunikator menyanggupi jika ungkapan yang diutarakan adalah miliknya dan bertanggung jawab atasnya.
- b) Empati (*empathy*), Kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain.
- c) Dukungan (*supportiveness*), Situasi terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungannya terdapat pada sikap mendukung, dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- d) Rasa Positif (*positiveness*), Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
- e) Kesetaraan (*equality*), Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasannya setara. Artinya, ada pengakuan diantara kedua belah pihak secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disampaikan.

Fungsi Komunikasi Antarpribadi, Fungsi komunikasi antarpribadi yaitu berusaha meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut (Maria Victoria, AwiNorma Mewengkang, 2016)

Tujuan Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi antarpribadi sering dilakukan untuk berbagai tujuan:

- 1) Mengenal diri sendiri dan orang lain, Komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk meperbincangkan diri sendiri. Kita juga belajar bagaimana membuka diri pada orang lain. Selain itu kita juga mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain.
- 2) Mengetahui dunia luar, Komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan secara baik melalui objek dan kejadian yang dialami oleh orang lain.
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna, Sebagai makhluk pribadi dan juga makhluk sosial tentu ingin dicintai dan disukai orang lain begitupun sebaliknya. Olehkarna itu menggunakan waktu untuk berkomunikasi antarpribadi yang bertujuan menciptakan dan memelihara hubungan.
- 4) Mengubah sikap dan prilaku, Dalam proses komunikasi antarpribadi ada kecenderungan ingin mengubah sikap dan perilaku orang lain sesuai dengan keinginan kita atau situasi saat itu.
- 5) Bermain dan mencari hiburan, Komunikasi antarpribadi yang dilakukan dengan bermain tanpa disadari penting untuk dilakukan agar memberi suasana yang lepas, dan kita pun lebih terbuka dalam melakukan komunikasi antarpribadi.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- 6) Membantu, Psikiater, psikolog, dan ahli terapi adalah contoh profesi yang memanfaatkan komunikasi antarpribadi untuk membantu orang lain.

**2.2.3 Media Sosial Tiktok.**

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga video yang dihasilkan keren (bagus) serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak kreativitas pengguna menjadi *content creator*.

Pengaruh dari penggunaan sosial media sendiri sangat berdampak, baik itu dampak positif maupun negatifnya. Dampak positif yang ditimbulkan antara lain dapat dengan mudah menjaring pertemanan, dapat digunakan sebagai media promosi, sebagai media komunikasi dengan teman, dapat digunakan sebagai alternatif untuk mencari informasi baik itu berita terkini, serta pendidikan teknologi. Selain dampak positif ada pula dampak negatif yang ditimbulkan terutama dengan terlalu sering mengakses dan menggunakan sosial media dapat mengakibatkan kurangnya sosialisasi dengan lingkungan, kurangnya konsentrasi dalam pembelajaran, adanya perilaku negatif dan penyebaran berita hoax.

Di Indonesia sendiri, aplikasi Tiktok diluncurkan pada bulan Mei 2017. Aplikasi milik Zhang Yiming ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi Tiktok dibuktikan oleh Firma intelijen aplikasi sensor tower yang menjelaskan bahwa jumlah instal Tiktok lebih tinggi dibandingkan Facebook, Instagram, Snapchat dan Youtube di AS. Empat aplikasi terbesar itu mampu dilampaui oleh Tiktok dalam unduhan harian pada tanggal 29 September 2018 dimana 29,7% unduhan berdatangan pada aplikasi Tiktok tersebut. Sampai saat ini, aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42,4% unduhan pada tanggal 30 Oktober 2019. Pengunduhan aplikasi Tiktok di AS juga meningkatkan 23,7% dibanding bulan Oktober 2017 (Ahmad Haidar et al., 2023)

Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018 jumlah tersebut mengalahkan aplikasi popeuler lain semacam Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, da Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tiktok di indonesia adalah anak milenial usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun pernah diblokir pada 3 juli 2018.

Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapat banyak sekali masuknya laporan yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

mengeluarkan tentang aplikasi ini terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Aji, 2020).

Menurut Mulyana, dalam penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan, dan harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor Eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, interaksi intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakaksungan objek (Deriyanto et al., 2018)

**a. Faktor Internal**

Faktor Internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor Internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi TikTok. Jadi dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatifnya penggunaan aplikasi TikTok ini juga dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan

**b. Faktor Eksternal**

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikannya, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat berpengaruh juga terhadap penggunaan aplikasi TikTok.

Dalam penggunaan aplikasi TikTok ini cara setiap orang membuatnya berbeda, dengan berbagai situasi perasaan yang berbeda-beda. Jika perasaan sedang senang tingkahnya dalam pembuatan video pada aplikasi TikTok sesuai dengan perasaannya. Karna tingkah laku pada saat mereka menggunakan aplikasi TikTok ini membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya.

Sosial media seperti TikTok menjadi budaya yang populer di Indonesia meruakan salah satu perwujudan dari dimana asyarakat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Indonesia yang suda terbiasa dengan perkembangan teknologi serta sosial media dengan menggunakan gawai smartphone untuk memutar lipsync. Aplikasi TikTok menjadi budaya populer di Indonesia, kerena beberapa alasan yakni (Hasiholan et al., 2020)

- a) Video pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum.  
Video dan lagu yang berdurasi pendek yang dibuat oleh *creator* (sebutan untuk pembuat konten di TikTok) memiliki kedekatan realitas masyarakat, dan dibalut dengan hiburan, sains, dan fashion sebagai konten utama sehingga mudah menarik perhatian audiens.
- b) Layanan video pendek yang sederhana  
Pada TikTok para creator dibebaskan membuat konten video dengan durasi pendek (15 detik hingga 1 menit), disini creator diberikan kemudahan untuk membuat konten, mulai dari pemilihan lagu yang sudah ada layanan “search” dan pada layanan pemilihan lagu ini juga memberikan kemudahan dengan mengklasifikasikan lagu yang ada, mulai dari genre hingga sampai klasifikasi yang sedang tranding saat ini, bila creator tidak tahu judul lagu yang akan digunakan maka creator bisa langsung memilih judul lagu pada video creator lain yang menggunakan, sehingga proses produksi konten yang rumit dimasa lalu sudah diminimalisir.
- c) Antar muka aplikasi yang friendly  
Dari semua layanan (fitur) yang memanjakan creator dan audience tidak akan maksimal penggunaannya bila tanpa antar muka yang mudah dan *user friendly*, TikTok menyediakan kemudahan itu sehingga pengguna TikTok dapat memilih anatarmuka musik mereka sendiri, menambahkan efek khusus seperti keindahan dan gerak lambat, dan kemudian membuat video pendek musik favorit mereka.
- d) Tingkat produksi yang canggih  
TikTok dapat mudah berkembang menjadi populer karena mereka menerapkan fungsi mendorong konten yang diproduksi secara akurat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna, hal ini dapat terwujud karena teknologi yang digunakan cukup mumpuni sehingga video yang disuguhkan pada halaman utama *relate* dengan pengguna.
- e) Kebebasan untuk pengguna.  
Aplikasi TikTok memberikan kebebasan bagi para penggunanya sesuai dengan teori komunikasi, yakni membantu masyarakat untuk mengekspresikan diri dan merekan kehidupan yang baik adalah makna dari keberadaan video tersebut.
- f) Konten utama yang membahas trend saat ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Pengguna TikTok yang kebanyakan kaum millennial sangatlah mengikuti trend yang sedang berlaku saat ini, mulai dari trend kebugaran, interpretasi emosional, pemandangan indah, kecantikan dan gerakan fisik yang memiliki trend mode saat ini.

g) Efek selebriti

Dengan semakin maraknya selebriti di Indonesia yang menggunakan aplikasi TikTok membuat masyarakat mengikutinya. Jika di tahun 2017 lalu sangat sedikit selebriti tanah air yang menggunakan TikTok, kini banyak sekali selebriti yang membuat akun TikTok mereka, dan memposting ulang ke akun sosial media mereka lainnya.

h) Pemasaran yang menarik.

TikTok memasarkan aplikasi mereka dengan menarik, dengan mengurangi biaya ekspresi dan meningkatkan konten yang menyenangkan serta dapat berkontribusi pada penyebarluasan video dengan cepat.

Tiktokers adalah sebutan untuk individu yang melakukan suatu kegiatan seperti membuat video unik di tiktok dan membuat dirinya bisa dikenal sehingga memiliki banyak pengikut di tiktok dan membuat dirinya menjadi terkenal karena video-video yang dibuat sangat kreatif, unik dan juga menginspirasi. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau dari pengguna lain. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer asal Cina yakni Zhang Yiming. Aplikasi Tiktok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Tiktok yang kita kenal seperti sekarang awalnya tidak muncul sebagai Tiktok. Pada September 2016 perusahaan asal Cina yakni Byte Dance meluncurkan aplikasi video pendek bernama *Douyin*.

Dalam 1 tahun *Douyin* memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, *Douyin* melakukan ekspansi ke luar Cina dengan nama baru yang lebih dikenal yaitu Tiktok. Meskipun Negara Cina yang membuat aplikasi Tiktok tetapi bukan mereka yang banyak mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu aplikasi Tiktok ini dapat menjadi sebuah wadah informasi seperti mendapat ilmu dengan menonton video tentang pengetahuan dunia dan juga bisa menghibur para penonton yang sedang mengalami tekanan. Di aplikasi Tiktok ada sebuah kata yang sering digunakan para Tiktokers yaitu FYP (For Your Page). Aplikasi Tiktok ini

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

juga bisa digunakan untuk mempromosikan bisnis seperti membuat video yang kreatif agar menarik perhatian (Sam et al., 2021)

Adapun fitur yang ditampilkan dalam media sosial TikTok adalah sebagai berikut:

**A. Fitur Halaman Pertama (Beranda)**

Pada saat membuka aplikasi TikTok pengguna sudah langsung akan menjumpai berbagai macam video yang diunggah oleh para pengguna TikTok dalam halaman Beranda ini. Dalam halaman ini banyak sekali fitur yang bisa diakses.

**1) Mulai Dari Bagian Atas Layar Terdapat:**

**Fitur Live** untuk mengakses siaran langsung dan menampilkan siapa saja sedang melakukan siaran langsung pada saat itu.

**Fitur Teman** menampilkan saran pertemanan berdasarkan kontak ataupun teman yang mengikuti.

**Fitur Mengikuti** menampilkan unggahan dari creator-creator ataupun teman yang pengguna ikuti, disana pengguna juga dapat melihat siapa yang sedang melakukan live (siaran langsung) tetapi terbatas karena hanya akan menampilkan live dari orang-orang yang sudah berteman dengan si pengguna ataupun yang pengguna ikuti berbeda dengan *fitur live* sebelunya yang memang menampilkan semua pengguna yang sedang melakukan siaran langsung.

**Fitur Untuk Anda**, TikTok akan menyaring video-video yang biasanya anda sukai dan akan lebih sering menayangkan video-video yang serupa. Biasanya saat pengguna membuka aplikasi TikTok langsung akan diarahkan pada fitur ini yang menayangkan video-video yang biasanya disukai atau mungkin akan disukai oleh pengguna.

**Ikon Search**, pengguna bisa melakukan pencarian apapun pada fitur ini mulai dari akun seseorang hingga video yang sedang viral saat ini.

**2) Beralih Pada Bagian Kanan Layar, Disana Terdapat:**

**Ikon Bendera**, untuk membuat pengaduan tentang video yang sedang tayang.

**Ikon Profil**, untuk menunjukkan foto dari pemilik akun dan jika pengguna tidak mengikuti akun tersebut maka pengguna akan menemukan simbol tambah berwarna merah pada bagian bawah profil untuk mempermudah pengguna jika ingin mengikuti akun itu, hanya perlu klik simbol tambah maka pengguna sudah mengikuti creator tanpa harus pergi keluar akunnya.

**Ikon Love**, ikon ini adalah cara pengguna untuk mengapresiasi creator, pengguna hanya tinggal klik ikon tersebut jika menyukai unggahan atau dengan cara lain bisa menggunakan double klik pada layar. Ikon

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

sematkan, ikon ini untuk menyimpan video pada akun pengguna tetapi tidak masuk kedalam perangkat.

**Ikon Panah**, pada ikon panah ini terdapat banyak fitur yang memudahkan pengguna, disana terdapat fitur untuk memposting ulang video yang sedang tayang, membagikan video ke sosial media lainnya, dan juga fitur lainnya seperti, Laporkan, Tidak menyukai (untuk memberhentikan TikTok menayangkan video sejenis yang akan ditayangkan pada akun pengguna), Mengapa video ini, Nonaktifkan Keterangan, Duet, dan Stich.

**Ikon Musik**, untuk menampilkan musik apa yang digunakan oleh creator pada video itu.

### 3) Pada Bagian Bawah Layar Terdapat Nama Creator Dan Deskripsi Postingan Yang Dibuat.

#### B. Fitur Halaman Kedua (Shop)

Pada halaman ini menampilkan semua barang yang sedang di jual dalam aplikasi TikTok, dalam halaman ini juga sudah dilengkapi dengan fitur-fitur yang biasanya terdapat pada aplikasi belanja online. Seperti keranjang, voucher, pesanan, kolom pencarian produk, barang yang sedang sale, dan tayangan produk-produk yang dijual.

#### C. Fitur Halaman Ketiga Ikon Tambah (untuk membuat video)

Semua pengguna TikTok bisa membuat video apapun pada aplikasi ini. Pada halaman ini berisikan fitur-fitur yang diperlukan untuk membuat video.

- 1) Pada bagian atas layar pengguna dapat menambahkan lagu dengan klik ikon Tambah Lagu
- 2) Bagian kanan layar terdapat:
  - Balik**, untuk membalik/mengganti kamera depan dan belakang.
  - Kecepatan**, untuk menentukan kecepatan pemutaran video.
  - Filter**, untuk memberi efek pada kamera.
  - Mempercantik**, untuk mengedit struktur wajah.
  - Pengaturan Waktu**, untuk settingan waktu saat video akan diambil.
  - Jawab**, untuk mengambil/menjawab komentar penonton pada komentar di postingan sebelumnya.
- 3) Pada bagian bawah, pengguna juga terdapat pilihan kecepatan gerakan video, lalu dibawahnya terdapat pilihan durasi waktu video yang akan dibuat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Efek**, berbeda dengan filter yang lebih berfokus pada kamera, fitur ini lebih banyak fariasisnya. Fitur efek dapat membuat pengguna terlihat cantik dengan warna mata, kulit, rambut yang berbeda-beda, mulai dari efek yang membuat cantik, efek menangis, dan efek-efek lucu lainnya. Dan terakhir fitur kamera, stories, dan templat pada paling bawah layar.

**D. Fitur Halaman Keempat (Kotak Masuk)**

Pada halaman ini pengguna bisa mengirim dan menerima pesan. Jika akun bersifat privat maka pengguna akan menerima informasi persetujuan akun lain untuk mengikuti pada laman ini. Jika pengguna membeli barang melalui aplikasi TikTok, halaman ini yang akan memberi informasi keberadaan barang yang sedang dalam proses pengiriman.

**E. Fitur Halaman Kelima (Profil)**

Di halaman terakhir ini berisikan semua informasi tentang akun pengguna. Mulai dari nama, foto profil, jumlah yang diikuti dan diikuti, jumlah suka yang didapat. Dan fitur untuk melihat kembali video yang disimpan dan disukai oleh pengguna pada halaman beranda sebelumnya.

**F. Jenis Content Tiktok**

## 1. Konten hiburan (entertainment content)

Konten Hiburan adalah jenis konten yang paling dominan di TikTok. Tujuan dari konten ini adalah untuk membuat pengguna tertawa, merasa terhibur, atau sekadar menikmati kreativitas dari kreator.

- *Lipsync* (Singkronisasi bibir)

Pengguna menirukan lirik lagu atau dialog film/drama dengan ekspresi dan gestur dramatis. Banyak kreator yang menambahkan efek suara, ekspresi wajah yang unik, atau elemen tambahan agar kontennya lebih menarik.

- *Dance Challenge*

Tantangan menari dengan koreografi unik mengikuti lagu yang sedang viral. Dance challenge sering kali dibuat oleh kreator ternama dan diikuti oleh banyak pengguna.

- *Sketsa*

Video humor yang biasanya berupa sketsa singkat dengan tema keseharian, kehidupan sosial, atau parodi tren yang sedang viral.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- *Parodi*

Meme berbasis video sering muncul di TikTok, baik dalam bentuk reaksi terhadap tren viral maupun parodi dari berbagai situasi lucu.

2. Konten Edukasi

Banyak pengguna TikTok yang mulai mencari informasi atau edukasi melalui konten pendek dan informatif. Konten edukasi dikemas dalam bentuk menarik, sering kali menggunakan animasi, teks tambahan, atau voice-over.

- Tips dan Life Hack

Berisi trik atau solusi cepat untuk menyelesaikan masalah sehari-hari, mulai dari cara membersihkan noda pakaian hingga trik teknologi sederhana.

- Sejarah dan Sains

Video ini menjelaskan fenomena ilmiah, fakta sejarah, atau konsep sains dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

- Belajar Bahasa

Mengajarkan kosakata baru, idiom, atau cara pengucapan yang benar dalam berbagai bahasa.

- Kesehatan

Dokter atau praktisi kesehatan sering membuat video edukasi singkat mengenai kesehatan fisik, mental, dan pola hidup sehat

3. Konten Tren dan Challenge

TikTok terkenal dengan tren yang berubah dengan sangat cepat. Challenge menjadi cara utama bagi pengguna untuk terlibat dalam tren tersebut.

- Hashtag Challenge

TikTok sering mendorong tren melalui hashtag tertentu, di mana pengguna diminta membuat video sesuai dengan tema yang ditentukan.

- Glow-up Challenge

Berisi transformasi sebelum dan sesudah seseorang berdandan, berolahraga, atau mengubah gaya hidup mereka.

- Filter dan Efek

Pengguna sering mencoba filter atau efek baru yang dirilis TikTok, baik untuk konten hiburan maupun challenge.

4. Konten Motivasi dan Self-Improvement

Banyak pengguna TikTok yang tertarik dengan video yang membahas pengembangan diri, baik dari segi fisik maupun mental.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Kata-Kata Motivasi

Biasanya berupa teks inspiratif yang ditampilkan dengan musik latar yang emosional atau voice-over yang menenangkan.

- Self-care dan Mental

Berisi tips menjaga kesehatan mental, cara mengatasi stres, atau berbagi pengalaman terkait kesehatan mental.

**5. Konten Storytelling dan Curhat**

Banyak pengguna yang suka menonton video yang memiliki alur cerita, entah itu berupa cerita fiksi, pengalaman pribadi, atau teori konspirasi.

- Pengalaman Pribadi

Banyak pengguna berbagi pengalaman hidup mereka yang unik, inspiratif, atau lucu.

**6. Konten Review dan Rekomendasi**

Konten ini membantu pengguna TikTok menemukan produk atau tempat yang direkomendasikan oleh kreator.

- Review produk

Ulasan skincare, makeup, gadget, atau makanan yang sedang viral.

- Rekomendasi tempat

Menampilkan tempat-tempat menarik seperti kafe aesthetic, wisata tersembunyi, atau destinasi viral.

**2.2.4 Use and Gratifications.**

Teori *use and gratifications* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hioidermik. Teori ini diperkenalkan oleh hebert blumer dan elihu kartz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Use On Mass Communication: Curret Perspectives On Gratifications Research*. Teori ini mengangkat bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *use and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan (Nurudin, 2017)

Ada dua hal utama yang mendorong pendekatan penggunaan media. Pertama, terdapat oposisi terhadap pemandangan deterministik tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari “penemuan kembali manusia” yang terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. Kedua, ada

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

keinginan untuk lepas dari debat yang bekepanjangan tentang selera media massa. Oleh karena itu, *use and gratifications* memberikan alternatif lain dalam memandang hubungan antara isi media dan komunikasi dan dalam pengategorian isi media menurut fungsi (Dr. H. Mahi M. Hikmat, 2018)

Teori komunikasi *use and gratifications* dipelajari langkah dan pendekatan untuk memhami mengapa masyarakat secara aktif harus mencari media informasi dan komunikasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, media harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mencari informasi dan menjembatani komunikasi sesuai dengan usia dan latar bbelakang dari khalayak. Pendekatan dalam teori komunikasi *use and gratifications* memiliki beberapa asusi dasar diantaranya adalah (Suci R. Mar' Ih Koesomowidjojo, 2021)

- a) Masyarakat dianggap aktif dalam mengunduh informasi dan melakukan komunikasi. Pengguna media massa diasumsikan memiliki visi dan tujuan masing-masing. Masyarakat akan memilih dan memilah masing-masing media massa yang memiliki kesamaan visi.
- b) Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber informasi lainnya untuk memuaskan kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan informasi.
- c) Dalam proses kounikasi massa, dibutuhkan inisiatif yang intens sehingga pemuasan kebutuhan dan pemilihan media yang dilakukan masyarakat dapat tercapai. Pemenuhan kebutuhan informasi ini tentunya akan menyesuaikan dengan kebutuhan sosial dan psikologis masyarakat yang mengunduh informasi dan melakukan komunikasi.

Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan isi media untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan seseorang. Dalam hal ini, sebagian besar perilaku audien akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Penggunaan media itu terdiri dari, misalnya, jumlah waktu yanng digunakan untuk mengikuti media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Berbagai penggunaan dan pemuasan terhadap media ini dapat dikelompokkan ke dalam empat tujuan, yaitu pengetahuan, hiburan, kepentingan sosial, dan pelarian (Morissan, 2018)

- 1) Pengetahuan, menggunakan media massa untuk mendapatkan informasi tentang sesuatu.
- 2) Hiburan, kebutuhan dasar lainnya pada manusia adalah hiburan dapat diperoleh melalui media massa. Hiburan dapat diperoleh melalui

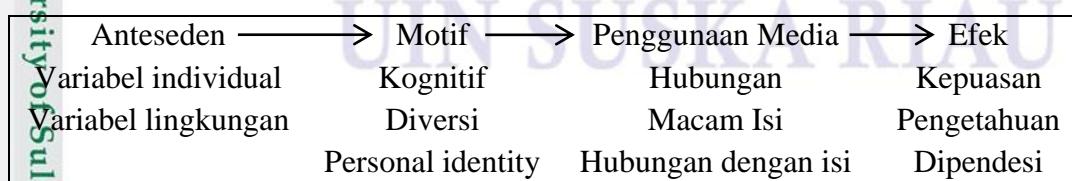
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- beberapa bentuk salahsatunya berupa stimulasi atau pencarian untuk mengurangi rasa bosan atau melepaskan diri dari rutinitas biasanya.
- 3) Kepentingan Sosial, kebutuhan ini diperoleh melalui pembicaraan atau diskusi tentang sebuah program televisi, film terbaru, atau program radio siaran terbaru. Media juga berfungsi untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman dan yang lainnya dalam masyarakat.
  - 4) Pelarian, menggunakan media massa untuk mengatasirintangan antara mereka denga orang lain, untuk menghindari aktivitas lain. Dan juga menjadi pelarian untuk melupakan sejenak masalah yang sedang dihadapi untuk mengurangi tekanan yang dihasilkan oleh masalah tersebut.

Teori *use and gratifications* (penggunaan dan kepuasan) dikembangkan oleh Blummer dan Kutz (1974). Teori menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perseptif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai pertisipan yang aktif dalam prses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri, teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu (Christine Purnamasari andu, S.IP., 2015)

Teori *use and gratifications* adalah khayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap brusaha memenuhi motif khayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media memenuhi kebutuhan khayak disebut media efektif.(Christine Purnamasari andu, S.IP., 2015)

**Model II.1 Use And Gratification**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## 2.2 Konsep Operasional.

Operasional mendefinisikan variabel secara rasional berdasarkan karakteristik yang diamati memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Definisi operasional adalah penelitian berdasarkan parameter yang dijadikan ukuran dalam penelitian. Sedangkan cara mengukuran adalah cara di mana variabel dapat diukur dan ditentukan karakteristiknya. Definisi operasional mencakup penjelasan tentang (Dr. Drs. Ismail Nurdin, M.Si., dra. Sri Hartati, 2019)

- a) Nama variabel
- b) Definisi variabel berdasarkan konsep/maksud penelitian.
- c) Hasil ukur/Kategori
- d) Skala pengukuran.

Konsep operasional ini merupakan konsep yang digunakan untuk memberikan batasan-batasan terhadap kerangka teoritis, hal ini sangat diperlukan agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami tulisan ini dan yang menjadi fokus penelitian ini adalah pengaruh tayangan TikTok (variabel x) dan perilaku Siswa sekolah di SDN 032 Kualu (variabel y).

### 1. Pengaruh tayangan Tiktok (Variabel X)

Dengan judul penelitian “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Perilaku Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar.” Maka sesuai dengan judul yang menjadi Variabel (X) adalah pengaruh tayangan Tiktok sebagai saran mencari hiburan dan kesenangan bagi siswa di luar sekolah.

### 2. Perilaku komunikasi antarpribadi siswa (Variabel Y)

Sesuai dengan judul penelitian ini “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Perilaku Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar.” Variabel Y pada penelitian adalah Perilaku, suatu pengaruh bagi siswa setelah menonton tayangan Tiktok secara berkala.

Penulis juga memberi batasan dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalah pahaman dan persepsi sehingga permasalahan yang ingin disampaikan pada penelitian ini tersampaikan dan tidak keluar dari fokus permasalahan. Adapun konsep operasional dalam variabel penelitian ini:

- A. Stimulus
  - a. Frekuensi menonton video hiburan di TikTok
  - b. Intensitas dalam menonton video di TikTok
- B. Respon

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

**Tabel II.1 Konsep Operasional**

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN	SKALA LIKERT 1-4
Faktor X	- Durasi Penggunaan	- Waktu yang dihabiskan untuk menonton Tiktok	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam sekali menonton	1. Kurang dari 10 menit 2. 10 – 20 menit 3. 20 – 30 menit 4. Lebih dari 30 menit
	- Frekuensi penggunaan	- Seberapa sering menonton Tiktok	Saya menonton Tiktok setiap hari.  Dalam satu hari Saya menonton video tiktok lebih dari	1. Sangat Jarang 2. Jarang 3. Sering 4. Sangat Sering  1. 5 – 10 video 2. 11 – 15 video 3. 16 – 20 video 4. Lebih dari 20 video

	- Interaksi sosial	- Intensitas interaksi dengan teman dibandingkan dengan TikTok	Saya lebih sering menonton TikTok daripada bermain dengan teman.	1. Sangat jarang 2. Jarang 3. Sering 4. Sangat sering
	- Partisipasi Tren.	- Seberapa sering meniru atau mengikuti tren TikTok	Saya meniru tren TikTok yang sedang viral.	1. sangat jarang 2. jarang 3. sering 4. sangat sering
Faktor Y	- Keterbukaan	- Kemampuan berbicara - Kejelasan berbicara	Setelah sering menonton video di TikTok, saya merasa lebih mudah menceritakan pengalaman pribadi kepada teman secara langsung.	1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Setuju 4. Sangat tidak setuju
	- Empati	- Kemampuan mendengarkan - Memahami lawan bicara	Dari video di TikTok tentang pengalaman orang lain (misalnya cerita sedih atau inspiratif), saya jadi lebih mudah memahami perasaan teman ketika mereka bercerita.	1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Setuju 4. Sangat tidak setuju
	- Dukungan	- Intensitas interaksi dengan	Saya sering menggunakan fitur <i>like, comment, atau</i>	1. Sangat tidak setuju

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

		konten, Like, comment, share	share di TikTok untuk memberikan dukungan kepada teman atau orang lain. Dan membuat saya lebih sering memberikan dukungan secara langsung pada teman, dalam contoh mendukung saat mereka mengikuti lomba.	2. Tidak setuju 3. Setuju 4. Sangat setuju
	- Rasa Positif	- Kemampuan atau Keberanian dalam kegiatan positif	Sering menonton motivasi atau edukasi di TikTok membuat saya lebih mudah memahami dan merasa belajar semakin menyenangkan	1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Setuju 4. Sangat setuju
	- kesetaraan	- Interaksi sosial - Frekuensi berbicara dengan teman secara langsung	Karena tayangan Tiktok, Ketika berdiskusi dengan teman/melakukan pekerjaan kelompok, saya merasa semua teman punya kesempatan yang sama untuk berbicara dan semua anggota kelombok mendapat pembagian tuhas yang adil	1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Setuju 4. Sangat setuju

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Kerangka Pemikiran.**

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, diliat atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antara variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.

Kerangka berpikir juga menggambarkan alur pemikiran penelitian dan memberikan penjelasan kepada pembaca mengapa ia mempunyai anggapan seperti yang dinyatakan dalam hipotesis. Kerangka berpikir dapat disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur piir peneliti serta berkaitan antar variabel yang diteliti. Bagan tersebut disebut juga dengan nama paradigma atau model penelitian (Unaradjan, 2019)

**Model II. 2 Kerangka Berpikir**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

©

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**2.4 Hipotesis.**

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel atau antar variabel (Periantalo, 2016). Rumusan Hipotesis harus sesuai dengan masalah penellitian. Oleh sebab itu, rumusan hipotesis dan rumusan masalah penelitian harus jelas, spesifik, dan terukur sehingga masalah dapat dijawab dan hipotesis dapat diuji kebenarannya berdasarkan data-data yang dikumpulkan (Zainal Arifin, 2012).

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik. Langkah-langkah penyelidikan hipotesis disebut dengan pengujian hipotesis (Drs. Husein Umar, S.E., M.M., 2005)

Ha : Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar.

Ho : Tidak Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar.

**UIN SUSKA RIAU**



© 25 Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## Sistematik Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka penelitian membuat sistematik penulisan sebagai berikut:

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| BAB I                    | : PENDAHULUAN   |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan, Latar Belakang Masalah, Penegasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian Dan Sistematik Penulisan.  |
| BAB II                   | : TINJAUAN PUSTAKA  |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan Kajian Terdahulu, Landasan Teori, Konsep Operasional, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis  |
| BAB III                  | : METODE PENELITIAN   |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan Desain Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Populasi Dan Sampel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas Dan Reabilitas, Teknik Analisi Data.  |
| BAB IV                   | : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN   |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan Penjelasan Mengenai Hasil Temuan Dan Analisis Data Seperti Deskripsi Data Responden Penelitian. Selain Itu Bab Ini Juga Berisikan Tenteng gambaran umum lokasi penelitian.   |
| BAB V                    | : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN   |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan Hasil Penelitian Dan Pembahasan Yang Menjelaskan Tentang Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Perilaku Komunikasi Antarprabadi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. Dan Penjelasan Uraian Yang Mengaitkan Latar Belakang Masalah, Teori Dan Rumusan Masalah Dari Hasil Data Dan Temuan Penelitian Serta Mendiskusikan Dari Hasil Penelitian. |
| BAB VI                   | : PENUTUP   |
|                          | Pada Bab Ini Berisikan Penutup Atas Pembahasan Masalah Yang Telah Diuraikan Pada Skripsi Ini Mengenai Kesimpulan, Serta Saran-Saran Yang Bermanfaat Untuk Para Orangtua Agar Lebih Mengawasi Anak Saat Bermain Handpond (Gadget), Terutama Untuk Aplikasi Tiktok.   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>    |   |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> |   |



### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini adalah termasuk dalam jenis penelitian Kuantitatif dengan pendekatan, Deskriptif yaitu usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu enomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian Deskriptif Kuantitatif yang ditujukan untuk mengungkap fakta, dan menemukan atau menyelesaikan sebuah masalah ilmiah. Penelitian ini dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat postivisme. Digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan indtrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian Kuantitatif juga menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digenresiasikan(Drs. Husein Umar, S.E., M.M., 2005).

Tujuan dari penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh tayangan Tiktok terhadap perilaku anak. Langkah-langkah dalam peneltian ini, berpedoman pada Arikunto ialah: 1) mengidentifikasi isu dan masalah penting, hangat dan mendesak yang dihadapi saat ini dan memiliki banyak kegunaan jika isu atau makalah itu diteliti, 2) merumuskan dan membatasi masalah, 3) melakukan studi kepustakaan, 4)merumuskan hipotesis, 5) menentukan desain dan metode penelitian, 6) mengumpulkan data, 7) menganalisis data dan menyajikan data, 8) membuat kesimpulan dan saran.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di SDN 032 Kualu. Waktu yang digunakan untuk penelitian yaitu pada bulan Maret – April 2025.

### 3.3 Populasi dan Sampel.

#### 3.3.1 Populasi.

Populasi merupakan keseluruhan dari jumlah sampel yang akan diambil. Popolasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditari kesimpulannya (Sugiyono, 201 C.E.)

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Berdasarkan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Andini Carla dan Dea Mustika (2023), serta Lebyana Norma Belinda dan Yunus Abidin (2023), penggunaan Tiktok memiliki dampak terhadap perilaku berbahasa dan keterampilan komunikasi siswa sekolah dasar, terutama pada kelas IV dan V. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lenny Tri Utami Santoso dan Wahyu Sukartiningsih (2023) menunjukkan bahwa TikTok dapat memengaruhi keterampilan berbicara siswa SD.

Dengan mempertimbangkan temuan tersebut, penelitian ini menetapkan bahwa sampel yang digunakan adalah siswa kelas V (Lima) di SDN 032 Kualu. Pemilihan kelas didasarkan pada asumsi bahwa siswa pada tingkat ini sudah cukup matang dalam keterampilan komunikasi antarpribadi dan lebih aktif dalam penggunaan media sosial, termasuk TikTok. Selain itu, siswa kelas V dianggap mampu memberikan respons yang lebih komprehensif terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini.

Jadi dapat disimpulkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas V (Lima) dengan jumlah 163 siswa di SDN 032 Kualu, Jln. Tuanku Tambusai, Kualu, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau.

### 3.3.2 Sampel.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruhnya yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana dan biaya, tenaga dan waktu, maka leh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili. Menurut Arikunto: sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel (Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes., M. Ali. Sodik, M.A., 2015). Sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, yang mana Rumusnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populas

e : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

yang di tolerir 1%, 2%, 3%, 5%, atau 10%.

Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah:

$$n = \frac{163}{1 + 163(10\%)^2}$$

$$n = \frac{163}{1 + 163 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{212}{2,63}$$

$$n = 62$$

Maka ditemukan responden yang akan berpartisipasi sebanyak 62 siswa kelas V.

### 3.4 Teknik pengumpulan data.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Metode observasi merupakan metode yang paling umum digunakan khususnya dalam studi yang berkaitan dengan ilmu tentang perilaku. Melalui metode observasi peneliti mencari informasi dengan mengamati secara langsung kejadian/fenomena yang terjadi di lingkungan tersebut tanpa menanyakan responden (Nikolaus Duli, 2019). Sebagai contoh dalam kasus penelitian ini, alih-alih bertanya apa yang suka anak-anak lihat di handpone hingga menghabiskan waktu bermain mereka, karna penulis bisa melihat sendiri jawabannya dari setiap gerak-gerik anak-anak yang selalu menyanyikan dan mengikuti gerakan yang sedang viral pada aplikasi TikTok tersebut.

#### 2. Angket atau Kuesioner

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Angket Langsung Tertutup dimana angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut (Dr. Abd. Mukhid, 2021)Sebagai contoh berdasarkan penelitian ini:

“Saya menonton tayangan TikTok setiap hari”

- |                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| 1) Sangat setuju       | : diberi skor 4 |
| 2) Setuju              | : diberi skor 3 |
| 3) Tidak setuju        | : diberi skor 2 |
| 4) Sangat tidak setuju | : diberi skor 1 |

**Uji Validitas dan Reabilitas.****3.5.1 Uji Validitas**

Validitas adalah salah satu ciri menantai tes hasil belajar yang baik. Untuk dapat menentukan apakah suatu tes hasil belajar telah memiliki validitas atau daya ketepatan mengukur, dapat dilakukan dari dua segi, yaitu: dari segi tes itu sendiri sebagai totalitas, dan dari segi itemnya, sebagai bagian yang tak terpisahkan dari tes tersebut (Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes., M. Ali. Sodik, M.A., 2015)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel yang sudah ditentukan melalui jumlah sampel. Uji instrumen ini dilakukan kepada 62 responden dari Siswa SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar. Dengan korelasi uji validitas taraf signifikansi untuk uji dua arah 0,5. Dimana  $df = 60$  ( $df = 62-2$ ). Sehingga diperoleh r tabel 0,254, dengan dasar pengambilan keputusan pada uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,254), maka instrumen atau item-item pernyataan tersebut valid.
- b. Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  (0,254), maka instrumen atau item-item pernyataan tersebut tidak valid.

**Tabel III.1****Uji Validitas variabel Tayangan Tiktok (X)**

Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Kesimpulan	Keterangan
P1	0,591	0,254	Valid	Digunakan
P2	0,562	0,254	Valid	Digunakan
P3	0,452	0,254	Valid	Digunakan
P4	0,426	0,254	Valid	Digunakan
P5	0,414	0,254	Valid	Digunakan
P6	0,520	0,254	Valid	Digunakan
P7	0,564	0,254	Valid	Digunakan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Dari hasil pengujian validitas untuk variabel Tayangan Tiktok (X) pada tabel terlihat bahwa variasi nilai 1-7 memiliki nilai yang valid, yaitu berada diatas nilai R-tabel 0,254 hasil ini dapat dinyatakan layak untuk dilakukan model pengujian selanjutnya.

**Tabel III.2****Uji Validitas Variabel Komunikasi Antarprabadi Siswa (Y)**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan	Keterangan
P8	0,527	0,254	Valid	Digunakan
P9	0,547	0,254	Valid	Digunakan
P10	0,513	0,254	Valid	Digunakan
P11	0,394	0,254	Valid	Digunakan
P12	0,546	0,254	Valid	Digunakan
P13	0,459	0,254	Valid	Digunakan

Dari hasil pengujian validitas untuk variabel Komunikasi Antarprabadi Siswa (Y) pada tabel terlihat bahwa variasi nilai 8-13 memiliki nilai yang valid, yaitu berada diatas nilai R-tabel 0,254 hasil ini dapat dinyatakan layak untuk dilakukan model pengujian selanjutnya.

**3.5.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Mendesain reliabilitas penelitian sehingga reliabel adalah tujuan proses pengumpulan data yang akan gagal karena penelitian memiliki reliabilitas yang buruk.

Pada penelitian ini peneliti juga menggunakan uji reliabilitas untuk mengetahui konsisten dari alat ukur yang digunakan apakah bisa diandalkan dan konsisten jika dilakukan pengkukuran ulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dan di bantu dengan fasilitas aplikasi SPSS.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen dapat diandalkan. Teknik yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Tabel III.3**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,796	13

**Tabel III.4****Pengujian Reliabilitas Angket Pengaruh Tayangan Tiktok Dan Komunikasi Antarpribadi Siswa**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	37,2833	30,715	0,522	0,774
P2	37,3333	30,124	0,516	0,774
P3	37,2667	32,673	0,416	0,784
P4	37,1667	31,667	0,371	0,789
P5	37,3167	32,186	0,396	0,785
P6	37,3000	32,180	0,489	0,779
P7	37,6167	31,732	0,386	0,787
P8	37,9167	31,061	0,378	0,789
P9	37,6500	31,723	0,412	0,784
P10	37,2333	32,690	0,442	0,783
P11	37,3333	32,463	0,396	0,785
P12	37,3833	31,257	0,449	0,781
P13	37,4000	32,515	0,427	0,783

Karena nilai tersebut  $> 0,60$ , maka seluruh item dinyatakan reliabel. Nilai korelasi antar item menunjukkan konsistensi internal yang baik, mendukung hasil bahwa Cronbach's Alpha sebesar 0,796 memenuhi kriteria reliabilitas.

**3.6 Teknik Analisis Data.**

Setelah data diperoleh selanjutnya data tersebut di uji kebenarannya melalui analisis kuantitatif menggunakan rumus statistik. Pengolahan data ini bertujuan agar data yang diperoleh bisa dianalisa dan kemudian memudahkan

©

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

dalam mengambil kesimpulan atau menjawab permasalahan yang sedang dialami. Berikut variabel X dengan Variabel Y ini yaitu:

- a) Variabel bebas : Tayangan TikTok, diberi tanda X.
- b) Variabel terikat: Komunikasi Antarpribadi Siswa, diberi tanda Y.

Adapun metode teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear. Data yang sudah dikategorikan kemudian dimasukan kedalam rumus dengan menggunakan rumus regresi sederhana yang berguna untuk mencari hubungan variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut (Sugiyono, 201 C.E.)

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan, dalam hal ini adalah variable, "Komunikasi Antarpribadi Siswa".

X : Nilai variabel independen, dalam penelitian ini adalah variabel, "Tayangan TikTok".

a : Bilangan konstan (ketika harga X=0).

b: Koefisien regresi.

Analisis data deskriptif (Kuantitatif), Statistik deskriptif merupakan kegiatan statistic yang dimulai dari pengumpulan data, menyusun atau mengatur data, mengolah data, menyajikan dan menganalisis data angka, guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa atau keadaan (Hartono, 2011)

Dalam menganalisis data variabel Game Online dan Perilaku Komunikasi yang diperoleh dari angket, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan (Sudijono, 2014)

P = Angka Presentase

F = Frekuensi yang dicari

N = Number of case (Jumlah frekuensi atau banyak individu).

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X (tayangan TikTok) dengan variabel Y (Komunikasi Antarpribadi) diukur dengan skala nilai yaitu:



**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Tabel III.5**

KATEGORI	SKOR
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Data yang telah dipresentasikan kemudian direkapitulasikan dan diberikan kriteria sebagai: (Ridwan, 2011)

- |            |                     |
|------------|---------------------|
| 81% - 100% | = Sangat Baik       |
| 61% - 80%  | = Baik              |
| 41% - 60%  | = Cukup Baik        |
| 21% - 40%  | = Tidak Baik        |
| 0% - 20%   | = Sangat Tidak Baik |

## 4.1 Profil Sekolah

### 4.2.1 Visi

Menjadi sekolah unggul yang berfokus pada pembangunan karakter dan prestasi peserta didik.

### 4.2.2 Misi

- c. Pembelajaran inovatif dan berpusat pada murid

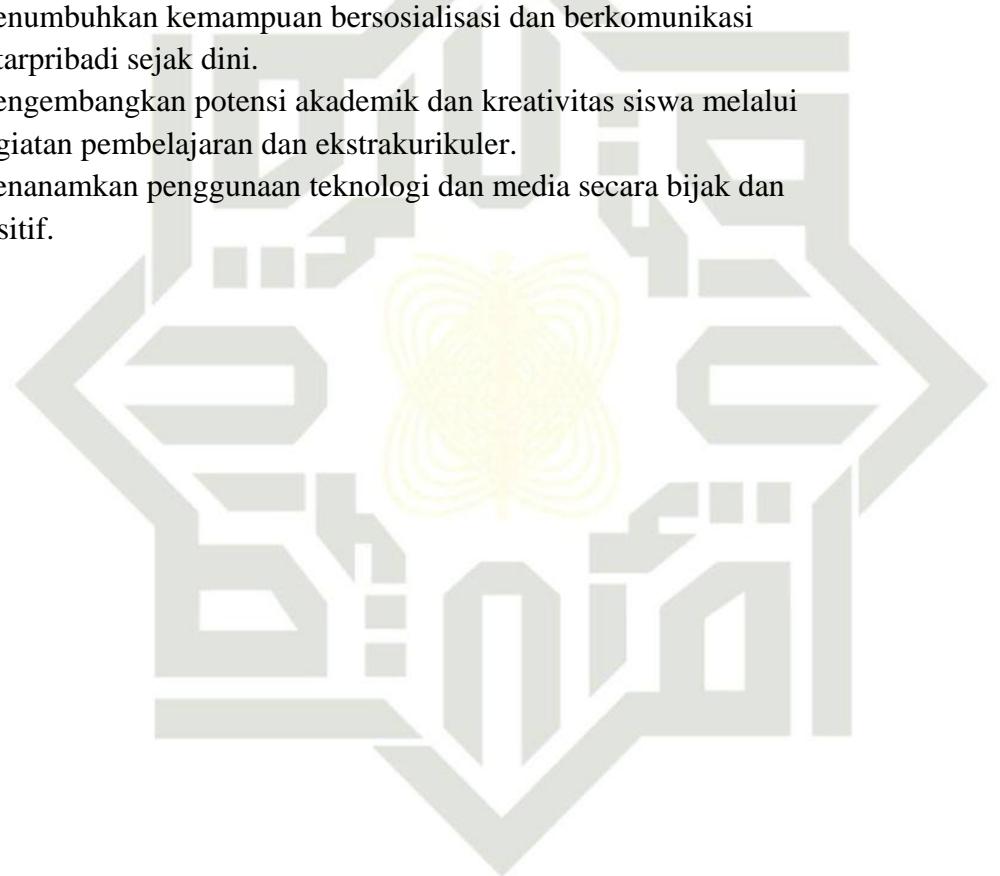
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- b. Pembentukan karakter cerdas dan kreatif
- c. Lingkungan belajar kondusif
- d. Profesionalisme tenaga pendidik

**4.2.3 Tujuan**

- a. Memberikan pendidikan dasar yang berkualitas dan merata bagi anak-anak di wilayah Kualu dan sekitarnya.
- b. Membentuk karakter siswa yang beriman, disiplin, dan berakhhlak mulia.
- c. Menumbuhkan kemampuan bersosialisasi dan berkomunikasi antarpribadi sejak dini.
- d. Mengembangkan potensi akademik dan kreativitas siswa melalui kegiatan pembelajaran dan ekstrakurikuler.
- e. Menanamkan penggunaan teknologi dan media secara bijak dan positif.



**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**BAB VI**  
**PENUTUP****6.1 Kesipulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarprabadi Siswa Sekolah Dasar Negeri 032 Kualu, Kabupaten Kampar” dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dapat disimpulkan bahwa Tayangan TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi antarprabadi siswa. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) dan kontribusi sebesar 35,1%. Artinya, tayangan TikTok turut membentuk cara siswa dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, terutama teman sebaya.

Terdapat hubungan positif yang cukup kuat antara tayangan TikTok dan komunikasi antarprabadi, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,592. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas siswa mengonsumsi tayangan TikTok, maka semakin tinggi pula kecenderungan perubahan dalam pola komunikasi mereka.

Tanggapan responden menunjukkan bahwa siswa menggunakan TikTok secara aktif untuk hiburan, mengikuti tren, dan meniru ekspresi atau gaya bahasa dari konten yang mereka lihat. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan sosial dan identitas diri.

TikTok telah menjadi salah satu media yang memengaruhi pola komunikasi siswa secara tidak langsung. Siswa tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga secara aktif membentuk gaya komunikasi berdasarkan konten yang mereka konsumsi.

**6.2 Saran**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

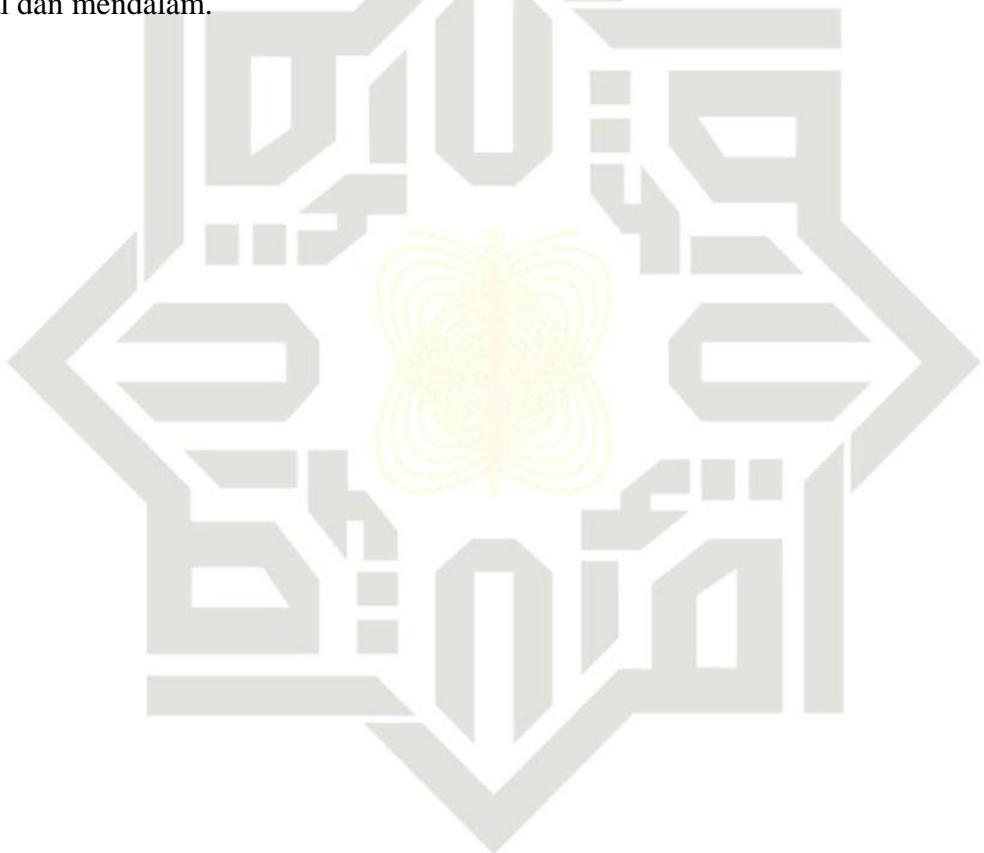
1. Untuk orang tua: Diharapkan dapat lebih aktif mengawasi dan membimbing penggunaan media sosial oleh anak-anak, terutama TikTok. Pengawasan tidak harus bersifat membatasi, namun lebih pada mendampingi dan mengarahkan agar anak bisa memahami mana konten yang baik dan tidak layak ditiru.
2. Untuk guru dan pihak sekolah: Sebaiknya memperkuat pendidikan literasi digital bagi siswa sejak dini, agar mereka mampu menggunakan media sosial

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

secara bijak. Selain itu, sekolah juga dapat menyelenggarakan kegiatan yang mendorong komunikasi langsung dan kerja sama sosial agar anak tidak terlalu bergantung pada komunikasi digital.

3. Untuk siswa: Disarankan agar lebih selektif dalam memilih tayangan di TikTok dan tidak meniru semua hal yang dilihat tanpa berpikir terlebih dahulu. Media sosial sebaiknya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan kreativitas, bukan sebagai satu-satunya referensi dalam berkomunikasi.
4. Untuk peneliti selanjutnya: Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain, seperti peran keluarga, teman sebaya, atau faktor psikologis, serta memperluas populasi penelitian agar hasilnya lebih general dan mendalam.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.

3

Arti Kata Tayangan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (n.d.).  
[kbbi.lektur.id/tayangan](http://kbbi.lektur.id/tayangan)

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Haidar, G., Nazli Nur Fadilah, W., Nabila Yusuf, Z., Haura Shafa, D., Alghifari Binadibu, M., & Bahasa Arab, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Karakter Siswa Kelas IXB SMPN 29 Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27008–27013. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10980>
- Asdmiah, E. N. A., & Lestari, T. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1675–1682. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1156/1036>
- Changara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Christine Purnamasari andu, S.I.P., M. I. K. (2015). *Pilihan Politik Masyarakat Kelas Menengah*. K-Media.
- Cindy Mutia annur. (2023a). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*
- Cindy Mutia annur. (2023b). *survei kic-kominfo: pengguna tiktok di indonesia meroket tajam semenjak pandemic cov-19*. Databoks.
- Deify Timbowo. (2016). *e-journal “Acta Diurna” Volume V. No.2 . Tahun 2016*. V(2).
- Defriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip*, 7(2), 77. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Dr Abd. Mukhid, M. P. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Dr. Drs. Ismail Nurdin, M.Si., dra. Sri Hartati, M. S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Dr. Edi Harapan M.Pd., Dr. H. Syarwani Ahmad, M. M. (2026). *Komunikasi Antarprabadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. PT RajaGravindo Persada.
- Dr Geofakta Razali, M. I. K. (2022). *Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Media Sains Indonesia.

©

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.

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

- H. Mahi M. Hikmat, M. S. (2018). *Jurnalistik Literary Journalism*. KENCANA.
- Ir. Ratu Mutialela caropeboka, M. S. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. ANDI.
- Sandu Siyoto, SKM., M.Kes., M. Ali. Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Husein Umar, S.E., M.M., M. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tommy Suprato, M. S. (2009). *PENGANTAR TEORI DAN MANAJEMEN KOMUNIKASI*. MedPress.
- Harmono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Inge Kurnia Mardia L. (2022). *Pendidikan Global Berbasis Teknologi Digital Diera Milenial*. UNISRI Pres.
- Krisno Wisnuadi. (n.d.). *Data Statistik Jumlah Pengguna TikTok [April 2022], Lengkap!* <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-tiktok-april-2022-lengkap/>
- Magdalena, I. (2021). *4 1)3)4). 3(3)*, 9–20.
- Marhaeni Fajar. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Graha Ilmu.
- Maria Victoria, AwiNorma Mewengkang, A. G. (2016). *e-journal "Acta Diurna" Volume V. No.2 . Tahun 2016. V(2)*.
- Morissan. (2018). *manajemen media penyiaran: strategi mengelola radio & televisi*. Kencana.
- Nikolaus Duli. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. DEEPUBLISH.
- Nofriion. (2016). *KOMUNIKASI PENDIDIKAN: Penerapan Teori dan konsep komunikasi dalam Pembelajaran*. KENCANA.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT RAJAGRAFINDO

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- PERSADA.
- Pembangunan, J., Fondasi, P. ;, Aplikasi, D., Ngafifi, M., Negeri, S., & Wonosobo, S. (2014). *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia ... Muhamad Ngafifi 33 KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA.* <http://www.tempo.co/read/news/2010/12/23>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi.* Pustaka Pelajar.
- Purba, B. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar.* Yayasan Kita Menulis.
- Putriana, A. (2021). *Psikologi komunikasi.* Kata Menulis.
- Rembang, R. D. N. S. (2017). *e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 2. Tahun 2017. VI(2).*
- Ridwan. (2011). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian.* Alfabeta.
- Sam, U., Manado, R., Malimbe, A., Waani, F., Suwu, E. A. A., & Belajar, M. (2021). *Jurnal ilmiah society.* 1(1).
- Sri Lestari Adriyanti, SKM, M.Kes., Salsabila Syafni Aulia, A. K. (2022). *Komunikasi. Global Eksekutif Teknologi.*
- Suci R. Mar' Ih Koesomowidjojo, M. S. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi. Bhuana Ilmu Populer.*
- Suci R. Mar' Ih Koesomowidjojo, M. S. (2022). *Pekanbaru 1443 h./2022 m.*
- Sudijono, A. (2014). *Pengantar Statistik Pendidikan.* Rajawalipers.
- Sugiyono. (201 C.E.). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabetta.
- Toha, M., & Umisara, E. (2022). Respon Mahasiswa terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Salah Satu Media Pengembangan Media Pembelajaran di Universitas Kabupaten Brebes. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan,* 4(4), 5607–5616. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i4.3331>
- Unradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Grafindo.
- Vika Azkiya Dihni. (n.d.). *Pengguna TikTok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-majoritas-berusia-muda-ini-rincianya>



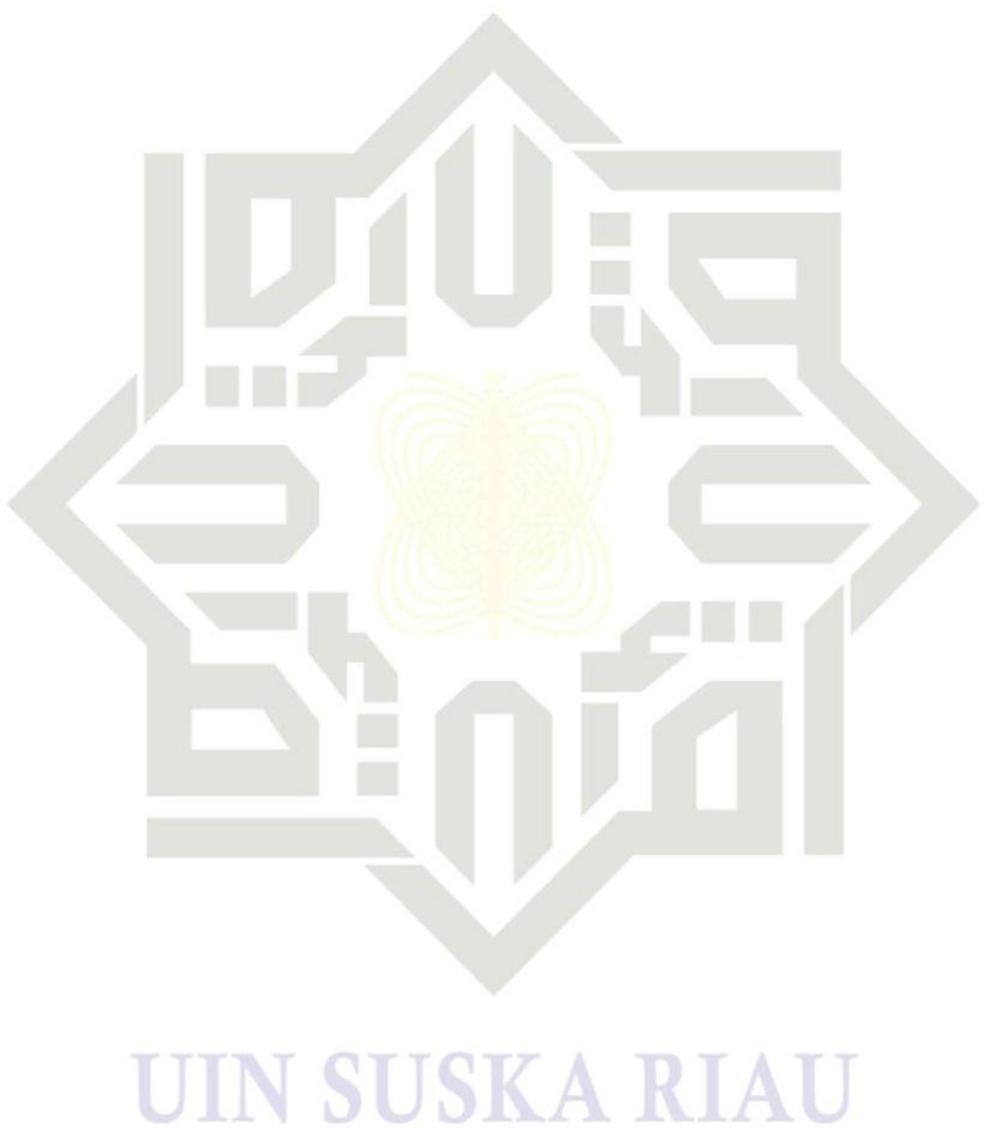
UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



Zainal Arifin. (2012). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. PT Remaja Rosdakarya Offset.

© Mak ciptaan ini UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
LAMPIRAN 1

## KUISIONER PENELITIAN

Melalui kesempatan ini, saya mengharapkan kesediaan Siswa SDN 032 Kualu meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuisioner ini dengan baik sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya. Adapun tujuan dari pengisian keisioner ini adalah sebagai data dalam penelitian Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribasi Siswa Sekolah Dasar Di SDN 032 Kualu, Kabupaten Kampar” dimana ini merupakan salah satu persyaratan ujian sarjana pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Ilmu Komunikasi.

Adapun pengajuan pernyataan ini semata-mata untuk mengumpulkan data dan informasi sehubung dengan penelitian ilmiah tersebut dan tidak berpengaruh terhadap jabatan siapapun atas bantuan siswa Siswa SDN 032 Kualu yang telah berpartisipasi memberikan waktu dan mengisi kuisioner ini saya ucapan terimakasih.

Penulis

Nurliana

UIN SUSKA RIAU

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

©  Hak cipta milik UIN SUSKA RIAU

### Angket Pengaruh Tayangan Tiktok Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Nama : ..

Kelas : ..

No. absen : ..

Har/tanggal : ..

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan cara memberi tanda ( ✓ ) pada kolom yang disediakan !

Setiap pertanyaan yang anda berikan tidak mempengaruhi nilai saudara jadi jawablah dengan jurjur!

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering menghabiskan waktu menonton Tiktok setiap harinya.				
2.	Saat menonton Tiktok saya sering lupa waktu.				
3.	Saat menonton Tiktok saya bisa menggulir/menonton video lebih dari 20 video.				
4.	Saya lebih sering menghabiskan waktu menonton Tiktok dari pada bermain bersama teman.				
5.	Saya suka mengikuti tren video Tiktok yang sedang viral.				
6.	Saya lebih sering menonton konten hiburan yang ada di Tiktok				
7.	Saya lebih sering menonton konten edukasi yang ada di Tiktok				

<p><b>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</b></p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</li> <li>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.</li> </ul> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p><b>© Hak Cipta milik UIN Suska Riau</b></p>	8.	Saya lebih sering menonton konten siaran langsung (live) di Tiktok				
		9.	Setelah sering menonton video di Tiktok, saya merasa lebih mudah menceritakan pengalaman pribadi kepada teman dekat secara langsung.				
		10.	Dari video yang saya tonton di Tiktok contoh seperti konten sedih atau inspiratif, saya jadi lebih mudah memahami perasaan teman ketika mereka bercerita.				
		11.	Saya sering memberikan like, comment, dan share di tiktok untuk memberikan dukungan kepada teman atau orang lain. Dan hal itu membuat saya lebih sering memberikan dukungan secara langsung pada teman, dalam contoh mendukung saat mereka mengikuti perlombaan.				
		12.	Sering menonton video motivasi atau edukasi di tiktok membuat saya lebih mudah memahami dan merasa belajar semakin menyenangkan.				
		13.	Karena tayangan tiktok, ketika berdiskusi dengan teman atau melakukan pekerjaan kelompok, saya merasa semua teman punya kesempatan yang sama untuk berbicara dan semua anggota kelompok mendapat pembagian tugas yang adil.				

**LAMPIRAN II**

**TABULASI DATA PENELITIAN**

no	nama	kelas	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	total
1	Aila Mukhbita	5 B	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	39
2	Raysa Balqis F	5B	3	3	4	3	3	2	4	1	3	4	3	4	3	40
3	Anindya Meisya Fandriani	5B	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	3	41
4	Febriana Riyan	5A	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	33
5	Ayu Wanda Pratiwi	5A	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	49
6	Arabella Ralin	5A	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	41
7	Zaskia	5A	2	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	33
8	Zihan Mardillah	5A	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	3	3	36
9	Amira Salsa Nurlita	5A	4	3	3	2	4	3	2	1	3	3	3	3	3	37
10	Fitri Kairunisa	5A	3	3	3	4	4	2	3	1	1	2	3	3	3	35
11	Zany	5B	3	3	4	2	4	3	2	2	2	2	3	3	3	36
12	Naura Laylatul Ramadhan	5B	3	4	4	1	4	3	2	1	3	3	4	3	3	38
13	Manvella Tionora	5B	3	3	4	2	3	4	4	1	2	4	4	3	3	40
14	Jihana Febrika	5B	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	44
15	Satria Almajid	5B	1	3	3	4	4	1	2	3	1	2	3	4	2	33
16	M. Farhan Kumar	5B	3	4	3	4	2	3	4	2	3	2	2	1	1	34
17	Masha Andindia Tanjung	5A	3	3	2	4	4	4	4	1	3	3	4	4	3	42
18	Najhwa Arfiliyanti	5A	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	3	4	3	44
19	Hanifah Ratin Ramadhani	5A	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	46
20	Nazira Ramadani	5A	3	4	4	3	3	3	4	1	4	4	3	4	3	43
21	Dina Herlinda Ratih	5B	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	2	42
22	Zulfa Sudira	5A	4	3	3	4	3	3	3	1	3	1	1	3	3	35
23	Nurannisa	5B	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	1	3	1	36
24	Muhammad Alif	5B	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	37
25	Akila Farah Nuraini	5B	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	45
26	Syaqila Violeta Akhwandra	5B	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	38
27	Sherly Hyuandary	5B	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	48
28	Feiysa Cahya Putri	5B	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	46
29	Sherin Putri Sifandra	5B	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	48
30	Klandra Dwi Putra	5B	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
31	Faiqa Nuramalina	5B	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	49
32	Khansa Thifana Humairo	5B	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	46
33	Latifah Qotrunnada	5B	4	2	4	4	3	4	1	3	3	4	2	1	4	39
34	Arin Ambiya R.	5A	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	1	2	40
35	M. Arkan Alfatih	5A	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	46

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waajar UIN Suska Riau.

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

©

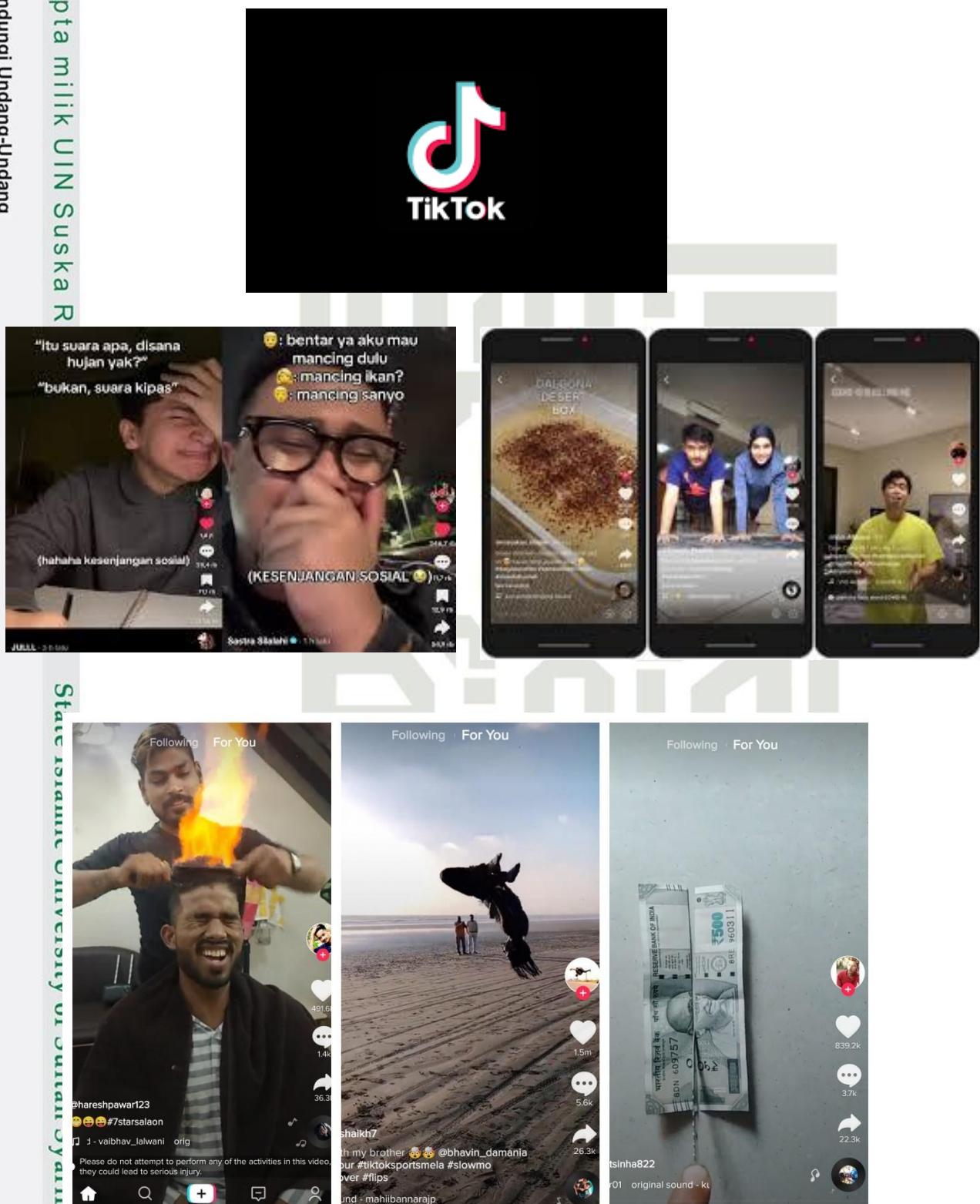
36	M. Rifki	5A	1	1	1	1	3	3	1	2	3	3	1	3	3	26
37	M. Habizar	5A	1	1	3	1	3	1	1	3	2	3	3	3	3	28
38	Ibrahim Fenbrian Toni	5A	1	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	3	4	31
39	Ibnu Rafa Adinata	5A	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	49
40	Alfadil Pratama	5A	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	45
41	Ardahani Juma Prayata	5A	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	47
42	M. Fariz Naufal	5A	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	45
43	Brian Adi Putra Sitompul	5B	4	1	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	40
44	Raffi Surya Gunawan	5B	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	44
45	Gaga	5B	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	47
46	M. Ridho	5B	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	47
47	Agung	5B	3	4	2	4	1	3	1	3	2	3	4	2	3	35
48	Nadifa Michyla Purba	5B	1	3	1	3	3	3	1	4	3	3	3	1	3	32
49	Agung	5A	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	48
50	Azan Kurniawan S	5A	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	49
51	Surya Alfarrizqy	5A	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	47
52	Deya Fira Wir	5A	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	44
53	Bintang Hasurungan Siregar	5B	4	2	3	4	2	3	3	2	1	3	4	2	2	35
54	Afdhal Emir Nugraha	5B	4	1	3	4	3	3	2	3	1	3	4	3	3	37
55	Abyan Hinelazha	5B	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	4	2	3	38
56	Fais Syahputra	5A	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	44
57	Kayla Nadhira Zunata	5A	3	1	3	1	1	3	3	1	2	4	3	3	3	31
58	Aqila Nia Jasmin	5A	3	1	3	1	2	3	3	2	3	4	3	3	2	33
59	Anugrah Alvaro	5B	4	1	4	3	3	2	2	1	4	3	3	2	3	35
60	Alva Khairi Ramadhan	5B	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	44

Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

### LAMPIRAN III

#### POSTER TIKTOK



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Mak cipta milik UIN Suska Riau  
LAMPIRAN IV

DOKUMENTASI SEKOLAH DAN PENELITIAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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





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