

**KREATIVITAS MASYARAKAT BANDA ACEH
DALAM MENGUMPULKAN *GIFT* DI TIKTOK
(*Studi Etika Penyiaran Islam*)**

SKRIPSI S-1

Diajukan Oleh

**Iwansah
NIM. 170401115**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/ 1445 H**

LEMBAR PENGESAHAN

KREATIVITAS MASYARAKAT BANDA ACEH DALAM MENGUMPULKAN *GIFT* DI TIKTOK (*Studi Etika Penyiaran Islam*) SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Beban Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

Iwansah
NIM. 170401115

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Drs. Muhsinah, M.Ag.
NIP: 196312311992032015

Drs. Yusri, M.L.I.S
NIP. 196712041994031

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dan
Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai Tugas Akhir
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh:

IWANSAH
NIM. 170401115

Pada Hari/Tanggal:


Selasa, 7 Mei 2024

28 Syawal 1445

Di

Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,


Drs. Muhsinah, M.Ag
NIP. 1963123111992032015

Sekretaris,


Drs. Yusri, M.L.I.S
NIP. 196712041994031

Anggota I,


Fajri Chairawati, S.Pd. I., M.A
NIP. 197903302003122002

Anggota II,


Syaiful Furgan, M.I.Kom
NIP. 198904282019031011


Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Prof. Dr. Kusnawati Hatta, M.Pd
NIP. 196112201984122001

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini


Nama : Iwansah
NIM : 170401115
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, Saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menyebutkan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan karya ini dan mampu mempertanggungjawabkan karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelarak ademis saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Darussalam-Banda Aceh,
15 Ramadhan 1445 H
28 April 2024

Yang Menyatakan

Iwansah
NIM 170401115



ABSTRAK

Nama : Iwansah
NIM : 170401115
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Penelitian : Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan Gift di TikTok (*Studi Etika Penyiaran Islam*)

Penelitian ini merupakan penelitian tentang Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* di TikTok (*Studi Etika Penyiaran Islam*). Suatu penelitian yang mencoba mengkaji suatu fenomena di dalam Masyarakat Banda Aceh dalam memanfaatkan media sosial TikTok melalui fitur *live streaming* untuk mendapatkan *gift* dari pengguna TikTok lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa dengan melalui berbagai tahapan yaitu: Pertama, tahap deskripsi atau orientasi yaitu dimana peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan. Tahap Kedua, tahap reduksi, pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi yang telah diperoleh pada tahap pertama untuk memfokuskan pada masalah tertentu, data yang perlu disortir adalah data yang bersifat menarik, penting berguna dan baru. Tahap Ketiga adalah tahap seleksi, pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Masyarakat Banda Aceh melakukan berbagai macam kreativitas pada saat *live streaming* TikTok seperti membuka ruang interaksi diskusi secara bergantian dengan host yang diinginkan oleh penonton yang memberikan *gift*. Melakukan *streamer game* dan melakukan kemampuan atraksi kemampuan seni tari. 2) Kreativitas yang dikembangkan oleh masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* TikTok belum memperhatikan etika penyiaran Islam sepenuhnya sehingga masih ada interaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam sebagai Syariat yang dianut oleh mayoritas masyarakat Banda Aceh.

Kata kunci: Kreativitas, *Gift*, TikTok

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Swt, yang telah memberi rahmat serta karuni-Nya kepada kita semua. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad Saw, keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliyyah ke alam islamiah yang penuh ilmu pengetahuan. Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah Allah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan Gift di TikTok (Studi Etika Penyiaran Islam)**”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan banyak pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, mengingatkan keterbatasan lembaran ini. Kendati demikian rasa hormat dan puji syukur diutarakan keharibaan-Nya dan semua individu baik secara langsung maupun tidak, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Tidak ada satupun yang sempurna didunia ini, begitu juga penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan dan hal-hal yang perlu ditingkatkan baik dari segi isi maupun tata penulisannya. Kebenaran selalu datang dari Allah dan kesalahan itu datang dari penulis sendiri, untuk itu penulis sangat

mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya hanya kepada Allah swt jualah harapan penulis, semoga jasa yang telah disumbangkan semua pihak mendapat balasan Nya, Amin Ya Rabbal 'alamin.

Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, terkhusus ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Kedua orangtua tercinta, Ayah Suadi Bancin dan Ibu Siti Aman yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan studi saya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
3. Ibu Prof. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
4. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
5. Ibu Dra. Muhsinah, M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Yusri, M.L.I.S selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

7. Kepada seluruh kawan-kawan yang telah banyak memberikan motivasi saya dan serta dukungan yang kuat dalam membuat proses skripsi ini.

Banda Aceh, 1 April 2024

Iwansah
NIM 170401115



DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN SAMPUL JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| E. Penjelasan Istilah | 8 |
| F. Sistematika Pembahasan..... | 10 |
| BAB II : TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| A. Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| B. Teori New Media..... | 16 |
| C. Kreativitas..... | 20 |
| D. Aplikasi TikTok..... | 28 |
| E. Teori Psikologi Komunikasi | 35 |
| F. Etika Penyiaran..... | 39 |
| BAB III : METODOLOGI PENELITIAN | 50 |
| A. Pendekatan Metode Penelitian..... | 50 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 52 |
| C. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian..... | 52 |
| D. Subjek dan Informan Penelitian..... | 53 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 53 |
| F. Teknik Analisis Data | 55 |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 58 |
| A. Deskripsi Lokasi Penelitian | 58 |
| B. Hasil Pengolahan dan Analisis Data | 60 |
| C. Pembahasan | 72 |
| BAB V : PENUTUP | 79 |
| A. Kesimpulan | 79 |
| B. Saran | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 83 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, teknologi komunikasi dan informasi berkembang pesat serta membawa dampak besar bagi kehidupan manusia. Kemajuan teknologi saat ini membuat manusia tidak lagi mengenal batas jarak, ruang dan waktu, yakni dengan cara memanfaatkan gadget yang tersambung internet. Karena internet memberi manfaat dan kemudahan begitu besar, maka tidak heran apabila internet menjadi gaya hidup bagi manusia. Internet berhasil menjadi idola semua kalangan masyarakat dunia, sehingga dengan internet tersebut orang dapat mengunduh aplikasi apa saja melalui gadget. Adapun media sosial yang terkenal sekarang ini adalah Youtube, Snack Video dan TikTok.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi

dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.¹

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. TikTok adalah sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.

Aplikasi TikTok diciptakan oleh Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa, remaja serta anak-anak di bawah umur. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga dapat melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya.² Pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Indikator media sosial TikTok dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Adanya dampak positif dan negatif dalam menggunakan aplikasi TikTok.

¹ Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara", Jurnal Ilmiah Society, Volume 2 No. 1 Tahun 2022. Hal 2.

² Kuswati Ambar, "Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Di Desa Buntun Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021", Skripsi, Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Imam Ghozale Cilacap Tahun 2021

2. Adanya kreatifitas mereka dalam penggunaan aplikasi TikTok.

Dalam aplikasi media sosial TikTok banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat serta menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dan lain-lain, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Aplikasi TikTok merupakan salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur dan mendapatkan informasi. Aplikasi ini bisa dikatakan aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini merupakan aplikasi yang dapat membuat penggunanya terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda.

Tetapi semakin kesini TikTok bukannya sebagai media berbagi video semata tapi juga sebagai media mencari uang baik itu melalui endors dan mengumpulkan *gift* di *live streaming* TikTok, selain itu pengguna TikTok juga banyak yang melenceng dari pada aturan moral dan adap dalam melakukan pengumpulan *gift* di *live streaming* TikTok, para pengumpul *gift* TikTok melakukan berbagai macam cara demi meraih uang dari *live streaming* TikTok.

Dalam tayangan tersebut berbagai macam cara dilakukan sesuai dengan kreativitas masing-masing. Semakin kreatif (menghibur) diduga semakin banyak uang yang di peroleh dari penonton. Ada yang melakukan *live* secara

pribadi, namun tidak jarang membuat tantangan yang di *live* tersebut untuk menghibur penonton sehingga mereka bisa mendapatkan uang lebih banyak. Pendapatan yang di peroleh berdasarkan ketertarikan penonton yang mengunjungi *live streaming* mereka sehingga tentu para *TikToker* tersebut melakukan cara-cara terbaru dalam setiap *live streaming* nya sehingga mengundang ketertarikan lebih banyak pengunjung dan memberikan mereka lebih banyak *gift* TikTok tersebut.

Hasil penelitian terdahulu mengonfirmasi bahwa penonton wanita dari *streaming* langsung *Douyin* yang dilakukan oleh pria, menggunakan *gift Douyin* sebagai sarana sosial, penghargaan dan dukungan untuk persahabatan dalam interaksi online parasosial.³

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *live streaming* aplikasi TikTok ditinjau *Maqasid Shari'ah* memiliki dua dampak yaitu sosial dan ekonomi. Pertama, dampak sosial dibagi menjadi dua yaitu positif (*masalahah*) dan negative (*mafsadah*). Dapat kita lihat dampak sosial aplikasi TikTok lebih banyak mengarah pada konten negatif (*mafsadah*), sehingga perkara yang sedikit mendatangkan kebaikan (*masalahah*) dan lebih banyak mendatangkan keburukan. (*mafsadah*) lebih baik ditinggalkan.⁴

Kedua, dampak ekonomi dibagi menjadi dua yaitu positif (*masalahah*) dan negative (*mafsadah*). Dilihat dari dampak ekonomi diatas lebih banyak

³ Huilian Sophie Qiu dan Daniel Klug. "Motivations And Expectations For Virtual Gift-Giving In Douyin Live Streams". 2021

⁴ Wahyu Nurhidayah. "Tinjauan Maqasid Shari'ah Terhadap Fitur Live Streaming Aplikasi TikTok" 2022.

mengandung kebaikan (*maslahah*) dari pada keburukan (*mafsadah*), sehingga selama aplikasi TikTok digunakan dalam hal baik dan tidak melanggar syariat Islam maka diperbolehkan. Tetapi Fitur *live streaming* aplikasi TikTok cenderung meningkatkan ekonomi tapi sosial atau moralnya rendah bahkan bisa dikatakan buruk, disini terjadi kontradiksi antara dampak sosial dan ekonomi sehingga terjaditidak seimbang.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa penggunaan aplikasi TikTok untuk hal yang positif, hal ini dapat dilihat dari jawaban para informan atas beberapa pertanyaan instrumen yang ditanyakan oleh peneliti, mereka menyatakan bahwa menggunakan aplikasi TikTok hanya untuk mencari informasi, hiburan serta menghilangkan kebosanan.⁵

Pernyataan ini dapat ditinjau dari video yang mereka tonton, waktu yang mereka habiskan dalam sehari untuk menggunakan aplikasi TikTok, serta video yang biasa ditiru dari aplikasi Tik Tok. Perilaku mereka masih terbilang wajar karena mereka menggunakannya hanya sebagai penghilang kebosanan serta hiburan semata.

Kreativitas yang dimunculkan sangat beragam, bahkan untuk memperoleh *gift* TikTok banyak pengguna TikTok yang melakukan *live streaming* tidak memperhatikan kaidah-kaidah penyiaran yang sesuai dengan syariat Islam, tidak jarang diantara mereka memamerkan aurat terutama dari

⁵Penelitian Ria Listika Dewi. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Perolehan Komisi Live Streaming Tik Tok” Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi di Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong. 2022

kalangan wanita, pemberian umpatan yang tidak pantas, pemberian tantangan yang di nilai kurang layak (tidak beretika) hanya demi orang terhibur.

Padahal TikTok dapat digunakan sebagai media dakwah dengan membuat konten-konten Islami yang menghibur para pengguna media sosial tersebut. Namun oleh generasi muda (pengguna TikTok) banyak menggunakannya sebagai media adu pencapaian, joget-joget, dan konten *gaming* yang jika di lihat dari sudut pandang dakwah dan etika penyiaran Islam sangat jauh melenceng dari esensi nya. Oleh sebab itu, hal ini perlu di pandang serius mengapa minim sekali pengguna TikTok khususnya warga Banda Aceh yang memanfaatkan *live streaming* TikTok sebagai media Dakwah, Berjualan dan lainnya yang sesuai dengan pelaksanaan syariat Islam di Banda Aceh.

Masyarakat Banda Aceh merupakan masyarakat yang hidup dalam kemajuan teknologi terbaik di provinsi serambi Mekah, di kota yang dikenal dengan nama *KoetaRadja* itu masyarakatnya sangat melek terhadap perkembangan teknologi dibandingkan dengan kabupaten/kota lain di Aceh, Kota ini juga terkenal dengan penerapan syariat Islamnya. Sehingga hampir dapat dipastikan semua lapisan masyarakat Banda Aceh tersebut memiliki akun TikTok dan melakukan *live streaming*. Sebagai masyarakat kota tentu lebih banyak memiliki ide-ide yang dibalut dengan berbagai macam rupa sehingga bisa mengundang pengunjung lebih banyak untuk berkunjung ke akun mereka. Namun pada beberapa kasus, pada *live streamer* tersebut kurang memperhatikan adab dan kesopanan (etika).

Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk menyusun sebuah tugas akhir yang berjudul “**Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan Gift di TikTok (Studi Etika Penyiaran Islam)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja kreativitas yang dilakukan oleh masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* saat *live streaming* Tiktok?
2. Apakah kreativitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* saat *live streaming* Tiktok mengedepankan etika penyiaran Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja kreativitas yang dilakukan oleh masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* saat *live streaming* Tiktok.
2. Untuk mengetahui apakah kreativitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* saat *live streaming* Tiktok mengedepankan etika penyiaran Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, peneliti berharap semoga dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta sumbangan kajian hingga referensi ilmu komunikasi, khususnya pada penelitian ini sangat berkaitan dengan pengaruh moral terhadap pengguna media sosial TikTok.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini semoga dapat digunakan sebagai masukan yang terekomendasi, serta dapat memberikan sumbangan gagasan bagi berbagai pihak yang berkepentingan dengan permasalahan penelitian yang sedang peneliti kaji yaitu, mengenai pengaruh *gift* kepada pengguna TikTok.

E. Penjelasan Istilah

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini agar tidak terdapat menjadi salah pengertian dalam pembahasan penelitian. Sebelum penulis membahas lebih jauh mengenai judul skripsi yaitu Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* Melalui TikTok (*Studi Etika Penyiaran Islam*), maka penulis akan memberikan batasan pada skripsi ini dan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat

didalamnya. Adapun istilah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kreativitas

Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk bisa memadukan berbagai informasi dengan cara baru, guna menemukan solusi bagi masalah, menciptakan temuan baru, atau menciptakan karya seni.⁶ Kreativitas juga di sebut sebagai dasar bagi kelangsungan di dunia ini, karena kemampuan itu adalah kemampuan kita untuk menyesuaikan diri pada perubahan, ini menjadi intisari bagi kelangsungan hidup manusia. kreativitas melibatkan karakteristik yang berhubungan dengan kemampuan untuk menemukan atau melakukan sesuatu yang baru.⁷

Kreativitas juga merupakan proses kontruksi ide yang orisinil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda/lebih baik). Dalam penelitian ini, kreativitas yang dimaksud adalah Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* Melalui TikTok.

2. TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi sosial media yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa di gunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan

⁶Mahfud. 2017. Berpikir Dalam Belajar: Membentuk Karakter Kreatif Peserta Didik. *Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah Vol 1 No 1 ISSN 2407-6805*. Jurusan Pendidikan Agama Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

⁷Richard. Keefektifan E-Learning Sebagai Media Pembelajaran (Studi Evaluasi Model Pembelajaran E-Learning Smk Telkom Sandhy Putra Purwokerto). *Jurnal Pendidikan Vokasi*. Volume 3. No. 1. Tahun 2023. Hlm. 92.

bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. selain pembuatan video pendek tersedia fitur-fitur pengeditan video sehingga menjadi lebih menarik dan juga tersedia fitur *live streaming*.⁸

TikTok adalah aplikasi sosial media yang banyak digunakan oleh masyarakat, dan penggunaannya tidak membatasi usia baik dari kalangan anak-anak, remaja dan juga orangtua. Dalam aplikasi TikTok merupakan tempat mengepresikan suatu kegiatan melalui video pendek, dan dalam pembuatan video pendek banyak tersedia juga fitur pengeditan sehingga video yang di upload akan tampak lebih bagus. Selain itu aplikasi TikTok juga menyediakan fitur *live streaming* bagi akun yang pengikutnya telah mencapai 100.

F. Sistematika Pembahasan

Terdapat lima bab terkait yang memberikan uraian komprehensif mengenai temuan penelitian ini. Halaman judul, halaman persetujuan, halaman validasi, pernyataan keaslian, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, daftar lampiran dan halaman abstrak semuanya boleh ditempatkan sebelum bab pertama.

⁸Armylia Malimbe, Fonny Waane, Evie A.A Suwu. "Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado". *Jurnal Ilmia Society*, Volume 1, No. 1 Tahun 2021

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama, atau pendahuluan, dipecah menjadi beberapa bab kecil: konteks, pernyataan masalah, tujuan studi, hasil, dan metodologi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua, yang sering disebut tinjauan pustaka dan latar belakang teori, Anda dapat memberikan deskripsi teori yang relevan dengan topik yang dibahas, serta hasil penelitian dan kerangka teori terkait.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga, “Metode Penelitian”, dapat memuat informasi sebagai berikut: gambaran umum objek penelitian, meliputi sejarah, struktur, visi, dan misinya; bagan organisasi; perincian berbagai jenis dan pendekatan penelitian; uraian tentang metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data; dan penjelasan tentang bagaimana data akan diinterpretasikan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat, berjudul “Hasil dan Pembahasan”, kami menyajikan temuan penelitian kami mengenai “Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* di TikTok (*Studi Etika Penyiaran Islam*)”.

BAB V: PENUTUP

Bab kelima terakhir membahas temuan menarik beberapa kesimpulan akhir dari pengujian yang dilakukan. Skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka.



BAB II **TINJAUAN PUSTAKA**

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti akan mengangkat judul penelitian ini dengan judul Kreativitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* melalui TikTok. Peneliti telah melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terkait yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Terdapat 5 penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi penelitian ini, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Antonio López Peláez & Chaime Marcuello-Servós (2018) mengenai “*e-Social work and digital society: reconceptualizing approaches, practices and technologies*” hasil penelitiannya menemukan bahwa dalam masyarakat digital, pekerjaan e-Sosial dengan cepat menjadi bidang spesialisasi baru, sementara digitalisasi mempengaruhi semua aktivitas manusia secara transversal. Baik dalam pendidikan tinggi maupun praktik profesional, lingkungan digital juga telah menjadi batas baru yang dapat membuat profesi pekerjaan sosial menjadi usang (efek Kodak) atau sebaliknya, menciptakan dinamika baru yang menempatkan masyarakat di garis depan perubahan teknologi. Sehingga memperkuat pekerjaan sosial sebagai disiplin ilmu dan sebagai profesi.

Penelitian Ria Listika Dewi (2022) tentang “Tinjauan Hukum Islam Tentang Perolehan Komisi *Live Streaming* TikTok” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi di Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong menggunakan

Aplikasi TikTok untuk hal yang positif, hal ini dapat dilihat dari jawaban para informan atas beberapa pertanyaan instrumen yang ditanyakan oleh peneliti, mereka menyatakan bahwa menggunakan aplikasi TikTok hanya untuk mencari informasi, hiburan serta menghilangkankebosanan. Pernyataan ini dapat ditinjau dari video yang mereka tonton, waktu yang mereka habiskan dalam sehari untuk menggunakan aplikasi TikTok, serta video yang biasa ditiru dari aplikasi TikTok. Perilaku mereka masih terbilang wajar karena mereka menggunakannya hanya sebagai penghilang kebosanan serta hiburan semata.

Penelitian oleh Xiaoxing Zhang, Yu Xiang & Lei Hao (2019) mengenai “Virtual gifting on China’s live streaming platforms: hijacking the online gift economy” Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti selama enam bulan observasi partisipan dan 37 wawancara mendalam, penelitian ini mengungkapkan bahwa infrastruktur platform sengaja dirancang untuk memaksimalkan monetisasi konten melalui pemberian hadiah virtual. Temuan juga menunjukkan bahwa serikat streamer korporat secara institusional mengedepankan kapasitas menghasilkan uang dari pemberian virtual dengan mengorbankan potensinya untuk menciptakan kepekaan komunitarian dan hubungan timbal balik.

Penelitian Wahyu Nurhidayah (2022) mengenai “Tinjauan Maqasid Shari’ah Terhadap Fitur Live Streaming Aplikasi TikTok”. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti selama enam bulan observasi partisipan dan 37 wawancara mendalam, penelitian ini mengungkapkan bahwa infrastruktur platform sengaja dirancang untuk memaksimalkan monetisasi konten melalui pemberian hadiah virtual. Temuan juga menunjukkan bahwa serikat streamer

korporat secara institusional mengedepankan kapasitas menghasilkan uang dari pemberian virtual dengan mengorbankan potensinya untuk menciptakan kepekaan komunitarian dan hubungan timbal balik.

Penelitian Huilian Sophie Qiu dan Daniel Klug (2021) yang membahas tentang “Motivations And Expectations For Virtual Gift-Giving In Douyin Live Streams” Hasil penelitian tersebut mengonfirmasi bahwa penonton wanita dari streaming langsung Douyin yang dilakukan oleh pria, menggunakan giftDouyin sebagai sarana sosial, penghargaan dan dukungan untuk persahabatan dalam interaksi online parasosial.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan pada variable mengumpulkan *gift* yaitu sama-sama membahas mengenai pemberian hadiah (*gift*) di *live streaming* TikTok yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Kemudian persamaan terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan pada variabel masyarakat digital yang dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu sama-sama membahas mengenai kemajuan teknologi dan interaksi digital pada masyarakat digital yang bisa menimbulkan suatu ide baru (kreativitas) di media sosial TikTok.

Akan tetapi, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variable pengumpulan *gift* TikTok beberapa penelitian hanya memfokuskan pengumpulan *gift* dari kacamata bidang ekonomi sebagai bentuk keuntungan dan bidang agama saja. Sedangkan,

penelitian yang akan dilakukan lebih memfokuskan pada kretaitas yang dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengumpulkan *gift* TikTok.

B. Teori New Media

1. Pengertian New Media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru.

Era Media baru digambarkan oleh Little John diantaranya Era Media yang pertama (1) Sentralisasi Produktif (satu menjadi banyak), (2) Komunikasi satu arah, (3) kendali situasi untuk sebagian besar, (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media, (5) audiens massa yang terpecah, dan (6) pembentukan kesadaran sosial. Era Media Kedua, digambarkan (1) desentralisasi, (2) dua arah, (3) di luar kendali situasi, (4) demokratisasi, (5) mengangkat kesadaran individu, dan (6) orientasi individu.⁹

Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, PC

⁹ Littlejohn, Stephen W Littejohn dan Karen A foss. 2009. *Teori Komunikasi, Theory of Humsn Communication*. Edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika.

maupun *Notebook*) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan. Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui jaringan internet serta informasinya selalu terbaru dan kilat serta lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada masyarakat/ khalayak umum. Media baru atau New Media sangat berbeda dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain – lain.

2. Ciri-ciri Media Baru

Martin Lister, dalam bukunya berjudul *New Media: A Critical Introduction* menjelaskan ciri-ciri media baru, berikut adalah ciri-cirinya:¹⁰

- a. Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola dari konsumsi media (permainan komputer, simulasi, efek khusus film)
- b. Cara baru dalam mempresentasikan dunia, penggunaan media yang menawarkan kemungkinan representasional baru.
- c. Bentuk hubungan baru antara pengguna, konsumen, dengan teknologi media.
- d. Bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi.
- e. Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media.

¹⁰ Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge

3. Karakteristik Media Baru

Ada beberapa karakteristik dari media baru yang disuguhkan oleh Martin Lister, yaitu: Digital, interaktif, *hypertextual*, virtual, *networked*, dan tersimulasikan.

- a. Digital: proses digitalisasi membuat media baru berbeda dari media sebelumnya. Dalam proses ini, data yang sudah didapat (suara, teks, gambar) diubah menjadi kode biner, yang nantinya akan diolah dengan cara tertentu oleh komputer.
- b. Interaktif: khalayak ikut berperan aktif dalam mengubah atau membuat ulang teks, gambar, maupun suara yang ia dapat. Dalam hal ini khalayak tidak hanya diposisikan sebagai konsumen yang hanya dapat menerima, namun juga sebagai produsen atau pengguna.
- c. *Hypertextual*: dalam hal ini pengguna dapat menggunakan bahasan atau karya orang lain, yang dapat disematkan pada karyanya sendiri berupa sebuah link. - R A N I R Y
- d. Virtual: dalam hal ini informasi yang dikonsumsi dapat tampak lebih nyata. Hal tersebut membuat pengguna akan merasa seperti ditempat suatu kejadian terjadi. Contoh seperti teknologi VR (*Virtual Reality*).
- e. *Networked*: hal ini memungkinkan pengguna untuk berhubungan dengan orang lain, dimanapun orang tersebut berada. Dengan kata lain tidak ada batasan yang menghalangi pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya.

- f. Tersimulasikan: hal ini seperti pada karakteristik virtual. Apa yang pengguna dapatkan pada virtual hanyalah sebuah simulasi dari kejadian aslinya. Dapat dikatakan bahwa kejadian pada ranah virtual merupakan kejadian semu.¹¹

Penggunaan istilah media baru sejatinya tidak hanya terlepas dari perkara teknis, namun juga sampai ke ranah perubahan sosial budaya, dan ekonomi. Dalam istilah tersebut terdapat perubahan besar yang terjadi pada masyarakat yang menimbulkan fenomena-fenomena tertentu.

4. Teknologi Komunikasi dalam New Media

Denis McQuaill dalam bukunya berjudul *Mass Communication Theory* yang menjelaskan didalamnya mengenai Teori New Media

- a. Media komunikasi interpersonal (*interpersonal communication media*)

Pesan dalam jenis teknologi ini bersifat privat dan mudah hilang. Mengedepankan interaksi beberapa orang, diharapkan memang kebutuhan akan komunikasi selaras dengan perubahan media baru. Karakteristik lainnya adalah hubungan yang terbangun dan dikuatkan oleh teknologi ini lebih utama dibandingkan dengan informasi yang disampaikan. Contoh: telepon, handphone, e-mail, media sosial.

- b. Media pencari informasi (*information search media*) Teknologi ini meliputi kategori yang luas dan dapat diakses dengan mudah. Interaktivitas dalam pencarian informasi juga merupakan aspek yang diperkuat oleh teknologi ini. Informasi memiliki keterkaitan satu sama

¹¹ Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge

lain dan setiap pengguna dapat membagikan dan memperbaiki informasi yang telah tersedia. Contoh: internet, *world wide web*.¹²

C. Kreativitas

1. Pengertian Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang sama sekali baru atau kombinasi dari karya-karya yang telah ada sebelumnya menjadi suatu karya baru yang dilakukan melalui interaksi dengan lingkungannya untuk menghadapi permasalahan dan mencari alternatif pemecahannya melalui cara-cara berpikir *divergen*.¹³

Kreativitas juga didefinisikan sebagai kemampuan untuk bisa memadukan berbagai informasi dengan cara baru, guna menemukan solusi bagi masalah, menciptakan temuan baru, atau menciptakan karya seni.¹⁴ Kreativitas juga disebut sebagai dasar bagi kelangsungan di dunia ini, karena kemampuan itu adalah kemampuan kita untuk menyesuaikan diri pada perubahan, ini menjadi intisari bagi kelangsungan hidup manusia. kreativitas melibatkan karakteristik yang

Kreativitas juga digambarkan sebagai kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru yang pada hakikatnya membedakan manusia dari mesin dan binatang, karena kemampuan inilah yang memungkinkannya untuk merubah

¹² McQuaill, Denis. 2010. *McQuaill Mass Comunication Theory*. SAGE

¹³Ali. 2014. *Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

¹⁴Mahfud. 2017. Berpikir Dalam Belajar: Membentuk Karakter Kreatif Peserta Didik. *Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah Vol 1 No 1 ISSN 2407-6805*. Jurusan Pendidikan Agama Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

berhubungan dengan kemampuan untuk menemukan atau melakukan sesuatu yang baru.¹⁵

dan memperkaya dunianya dengan penemuan-penemuannya di bidang ilmu, teknologi, seni maupun dalam bidang-bidang lainnya yang merupakan hasil ciptaannya. Kreativitas merupakan kemampuan untuk memikirkan sesuatu dengan cara yang baru dan tidak biasa serta melahirkan solusi yang unik terhadap masalah-masalah yang dihadapi. Kreativitas dapat di lihat sebagai kemampuan untuk melihat berbagai kemungkinan penyelesaian terhadap suatu masalah.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan yang ada didalam diri setiap individu dalam menciptakan suatu ide atau gagasan baru untuk menghadapi permasalahan dan mencari alternatif pemecahan masalah serta dapat mengaktualisasikan identitas individu tersebut secara terpadu. Kreativitas juga merupakan salah satu ciri yang hanya dimiliki oleh manusia untuk mengembangkan akal budi. Kreativitas dinilai sebagai dasar bagi kelangsungan hidup seorang manusia dan dapat dilihat sebagai kemampuan untuk memecahkan sebuah masalah.

2. Tahap-Tahap Kreativitas

Proses kreatif yang dihasilkan setiap individu melalui suatu tahapan. tahap-tahap kreativitas dibagi menjadi empat yaitu:¹⁶

¹⁵Richard. 2003. Keefektifan E-Learning Sebagai Media Pembelajaran (Studi Evaluasi Model Pembelajaran E-Learning Smk Telkom Sandhy Putra Purwokerto). *Jurnal Pendidikan Vokasi*. 3(1): 92. (28 April)

¹⁶ Mahfud. 2017. Berpikir Dalam Belajar: Membentuk Karakter Kreatif Peserta Didik. *Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah Vol 1 No 1 ISSN 2407-6805*. Jurusan Pendidikan Agama Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

a. Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap untuk meletakkan dasar, dalam tahap ini dilakukan pengumpulan informasi, data-data dan bahan-bahan untuk memecahkan masalah. Pada tahap ini juga individu mempelajari latar belakang masalah, seluk beluk dan problematikanya.

b. Inkubasi

Tahap inkubasi merupakan tahap diteraminya proses pemecahan masalah dalam alam prasadar. Tahap ini berlangsung dalam tahap waktu tak menentu bisa lama dan bisa juga hanya sebentar. Dalam tahap ini ada kemungkinan terjadi proses pelepasan terhadap konteksnya, dan akan teringat lagi pada saat berakhirnya tahap pengeraman dan munculnya masa berikutnya.

c. Iluminasi

Tahap iluminasi merupakan tahap munculnya pendapat atau gagasan-gagasan untuk memecahkan masalah. Dalam tahap ini muncul bentuk-bentuk ciptaan spontan, R ide atau R gagasan, pemecahan masalah, penyelesaian, cara kerja, dan jawaban baru.

d. Verifikasi

Tahap verifikasi merupakan tahap munculnya aktivitas evaluasi terhadap gagasan secara kritis yang sudah mulai dicocokkan dengan keadaan nyata atau kondisi kenyataan.

3. Aspek-Aspek Kreativitas

Ciri-ciri kreativitas dibagi menjadi dua yaitu, kemampuan dalam ciri-ciri kognisi (berpikir kreatif) dan ciri-ciri afektif. Ciri-ciri dengan kemampuan menggunakan kognisi disebut dengan *aptitude* sedangkan ciri-ciri yang berkaitan dengan sikap dan perasaan disebut dengan *non aptitude*, berikut beberapa uraian dari pengertian di atas, yaitu:¹⁷

a. Ciri-ciri *attitude*

1) Kelancaran berpikir lancar

Kelancaran berpikir lancar yaitu kemampuan yang dimiliki individu untuk menghasilkan banyak ide, gagasan, jawaban serta penyelesaian masalah yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Kelancaran berpikir lancar juga diartikan sebagai kemampuan dalam memberikan saran ataupun cara untuk melakukan berbagai hal.

2) Berpikir Luwes

Keluwesan berpikir yaitu kemampuan untuk menghasilkan sejumlah gagasan, jawaban ataupun pertanyaan yang bervariasi. Keluwesan berpikir juga didefinisikan sebagai sebuah kemampuan dalam melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mencari banyak alternatif atau arah yang berbeda-beda dan mampu mengubah cara pendekatan atau cara pemikiran.

3) Berpikir Orisinal

¹⁷ Munandar. 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT. Gramedia.

Berpikir orisinal merupakan kemampuan untuk melahirkan ataupun menciptakan ungkapan baru dan unik. Berpikir orisinal juga merupakan kemampuan membuat kombinasi-kombinasi

yang tidak lazim dari suatu bagian-bagian atau unsur-unsur.

b. Ciri-ciri *non adtitude*

1) Rasa Ingin Tahu

Rasa ingin tahu merupakan untuk mengetahui segala sesuatu yang baru, mengajukan sebuah pertanyaan, selalu memperhatikan orang, objek dan situasi serta kemampuan untuk peka dalam pengamatan dan ingin mengetahui/meneliti.

2) Bersifat Imajinatif

Bersifat imajinatif merupakan kemampuan untuk memperagakan atau membayangkan hal-hal yang tidak maupun belum terjadi. Berpikir imajinatif ini menggunakan khayalan, tetapi mengetahui perbedaan antara khayalan dan kenyataan.

3) Tertantang oleh Kemajemukan

Tertantang oleh kemajuan merupakan suatu sikap untuk terdorong dalam mengatasi masalah yang sulit dan merasa tertekan oleh situasi- situasi yang rumit serta lebih tertarik pada tugas-tugas yang rumit.

4) Berani Mengambil Risiko

Berani mengambil risiko merupakan suatu sikap untuk berani dalam memberikan jawaban meskipun belum tentu benar, tidak takut gagal atau mendapat kritik dan sikap untuk tidak menjadi ragu-ragu karena

ketidakjelasan terhadap hal-hal yang tidak konvensional, atau yang kurang berstruktur.

5) Menghargai

Menghargai merupakan suatu sifat saling menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup serta menghargai kemampuan berkat-berkat sendiri yang sedang berkembang.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas, antara lain:¹⁸

a. Faktor internal individu

Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu yang dapat mempengaruhi kreativitas, yaitu:

- 1) Keterbukaan terhadap pengalaman dan rangsangan dari luar atau dalam individu. Keterbukaan terhadap pengalaman adalah kemampuan menerima segala sumber informasi dari pengalaman hidupnya sendiri dengan menerima apa adanya, tanpa ada usaha, tanpa kekakuan terhadap pengalaman-pengalaman tersebut. Dengan demikian individu kreatif adalah individu yang mampu menerima perbedaan dan menerima keadaan di masa lalu.
- 2) Evaluasi internal, yaitu kemampuan individu dalam menilai produk yang dihasilkan ciptaan seseorang ditentukan oleh dirinya sendiri, bukan

¹⁸Mahfud. Berpikir Dalam Belajar: Membentuk Karakter Kreatif Peserta Didik. *Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah*. Vol 1 No 1. Tahun 2017. Jurusan Pendidikan Agama Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

karena kritik dan pujian dari orang lain. Kemampuan untuk bermain dan mengadakan eksplorasi terhadap unsur-unsur, bentuk-bentuk, konsep atau membentuk kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

b. Faktor eksternal (Lingkungan)

Faktor eksternal (lingkungan) yang dapat mempengaruhi kreativitas individu adalah lingkungan kebudayaan yang mengandung keamanan dan kebebasan psikologis. Peran kondisi lingkungan mencakup lingkungan dalam arti kata luas yaitu masyarakat dan kebudayaan. Kebudayaan dapat mengembangkan kreativitas jika kebudayaan itu memberi kesempatan adil bagi pengembangan kreativitas potensial yang dimiliki anggota masyarakat.

5. Hambatan dalam Kreativitas

Hambatan untuk menjadi lebih kreatif disebabkan oleh:¹⁹

a. Kebiasaan

Kebiasaan adalah reaksi dan respons yang telah kita pelajari untuk bertindak secara otomatis tanpa berpikir atau mengambil keputusan terlebih dahulu. Kebiasaan pada umumnya dianggap sebagai hal yang tidak kreatif, dan merupakan respons yang stereotip.

b. waktu

Kesibukan merupakan alasan untuk tidak menjadi kreatif. Di pihak lain, orang yang mempunyai waktu untuk menjadi lebih kreatif mencari waktu 24 jam yang sama yang tersedia bagi setiap orang.

¹⁹ Oslon.W Robert. 1989. *Seni Berpikir Kreatif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

c. Dibanjiri masalah

Kita gampang dibanjiri permasalahan terutama jika kita menyadari bahwa masalah didefinisikan, dalam arti yang luas sekali, sebagai perbedaan antara siapa kita dan mau jadi apa kita. Dengan definisi ini, jika kita kreatif dan mau menjadi lebih kreatif, maka kita menghadapi suatu masalah. Oleh karena itu, untuk menjadi lebih kreatif, kita harus mengidentifikasi dan memprioritaskan permasalahan kita.

d. Tidak ada masalah

Kita adalah makhluk pemecah masalah yang terus menerus menghadapi dan memecahkan sejumlah masalah. Jika masalah kita dipecahkan secara otomatis atau menurut kebiasaan, kita tidak akan mengenal masalah tersebut dan kita merasa bahwa kita tidak akan pernah mempunyai masalah.

e. Takut gagal

Kegagalan dapat berbentuk pengasingan, kritik, kehilangan waktu, kehilangan pendapatan, atau kecelakaan. Akan tetapi, lebih baik gagal daripada tidak pernah mencoba sama sekali.

f. Kebutuhan akan sebuah jawaban sekarang

Manusia tidak mau mengalami kesulitan karena tidak memiliki suatu jawaban langsung. Ketika suatu masalah dikemukakan, kita secara langsung memberikan sebuah pemecahan. Hanya jika pemecahan pertama tidak berjalan maka kita mencoba cara lain.

g. Kesulitan kegiatan mental yang diarahkan

Kerap kali secara mental kita menyisipkan perasaan khawatir atau kekacau-balauan berpikir di dalam jangkauan kita. Dari keadaan serupa itu kadangkadangkang timbul suatu pemikiran yang bernilai. Akan tetapi karena dari mula kita memang tidak mencari suatu pemecahan atau jawaban bagi suatu masalah, maka tidak ada gagasan atau wawasan yang muncul dari dalam pikiran kita.

h. Takut bersenang-senang

Manusia sering tidak sadar bahwa rileks, bergembira dan bersantai-santai merupakan aspek-aspek yang penting dari proses pemecahan masalah secara kreatif.

i. Mengenali cara-cara pemecahan yang baik

Orang yang tidak terpaku pada pemecahan masalah yang sudah sering dilakukan dan bahkan tidak diragukan keberhasilannya, maka akan lebih sulit membuka diri terhadap sudut pandang lain dalam memecahkan masalah. Faktor takut gagal salah satu penyebabnya. Termasuk juga orang yang merasa caranya lebih baik daripada yang orang lain rekomendasikan terhadap dirinya, akan sulit berpikir secara terbuka untuk mendapatkan pengetahuan lain yang mungkin lebih sesuai bagi pemecahan masalahnya.

j. Kritik orang lain

Banyak orang meyakini bahwa kritik tidak selamanya membangun. Namun kritik juga berarti mematikan. Padahal orang akan membutuhkan umpan balik terhadap apa yang sudah dilakukan. Selain meningkatkan kebermaknaan, kritik juga dapat mengubah paradigma yang selama ini

selalu kita gunakan, yang tanpa kita sadari sudah usang. Kritik hakikatnya akan membantu manusia tetap berpijak pada kenyataan.

6. Kreativitas pada tahap dewasa awal

Masa dewasa dini merupakan masa kreatif, bentuk kreativitas yang akan terlihat sesudah dewasa akan tergantung pada minat dan kemampuan individual, kesempatan umenyalurkan hobi, menyalurkan kreativitasnya melalui hobi, ada yang menyalurkntuk mewujudkan keinginan dan kegiatan-kegiatan yang memberikan kepuasan sebesar-besarnya. Ada yang an melalui pekerjaan yang memungkinkan ekspresi kreativitas.²⁰

Masa dewasa muda sering dianggap sebagai masa untuk berprestasi yang setinggi-tingginya sehingga tidak menutup kemungkinan mereka dapat mengekspresikan segala potensinya untuk menciptakan karya-karya yang baru, inovatif, dan kreatif. Kreativitas seringkali muncul dari kaum muda, mahasiswa sebagai kaum muda yang banyak menghasilkan kreativitas, hal ini dikarenakan mahasiswa sebagai intelektual muda selalu diharapkan oleh masyarakat mempunyai daya kreatif yang tinggi untuk menghasilkan inovasi yang selanjutnya bermanfaat bagi kehidupan masyarakat secara keseluruhan²¹

²⁰Hurlock, Elizabeth B. 1977. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

²¹Mulyana. 2017. Lembaga Kreativitas Mahasiswa Sebagai Wadah Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Penelitian & PPM*. Universitas Padjajaran Bandung

7. Hambatan dalam Kreativitas (Berpikir Kreatif)

Penghambat seorang dalam kreativitas (berpikir kreatif), yaitu:²²

- a. Pengajaran yang terlalu sempit, tidak membuka kesempatan pada orang untuk mempelajari berbagai pengetahuan seluas mungkin. Hal ini membuat mahasiswa sulit untuk menuangkan ide atau gagasan yang ada didalam dirinya karena mahasiswa dituntut untuk mengikuti pembelajaran yang sudah diberikan oleh dosen.
- b. Pengalaman yang terlampau lama dalam satu bidang pekerjaan saja. Hal tersebut dapat menjadi hambatan karena pengalaman tersebut hanya membuat mahasiswa sulit untuk mencoba sesuatu yang baru.
- c. Cara kerja yang telah sangat terbiasakan dalam menyelesaikan suatu tugas. Metode yang monoton digunakan dalam mengerjakan suatu tugas dan pekerjaan dapat membuat seorang mahasiswa cenderung malas dalam mengerjakan suatu tugas karena sudah terbiasa menggunakan cara lama maka sulit untuk mencoba cara baru.

D. Aplikasi TikTok

1. Sejarah Aplikasi TikTok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Hasil dari video pendek ini bisa diperlihatkan ke teman-

²² Gie. 2003. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

teman di sosial media dan pengguna Tiktok lainnya. Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan tarian, gaya bebas, video unik dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreatifitas penggunanya menjadi konten creator atau bisa di bilang juga sebagai Tiktokers.²³

Tiktokers adalah suatu 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.²⁴

Pada September 2016 perusahaan asal Cina yakni *Byte Dance* meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam waktu 1 tahun Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Akibat meroketnya popularitas, Douyin melakukan ekspansi ke luar Cina dengan

²³ Armylia Malimbe, dkk. Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*. Vol 1 No. 1 Tahun 2021. hlm. 4

²⁴ Armylia Malimbe, dkk. Dampak Penggunaanhlm. 4

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 duniadan juga bisa menghibur para penonton yang sedang mengalami tekanan. di aplikasi Tiktok ada sebuah kata yang sering digunakan para Tiktokers yaitu FYP (*For You Page*).

FYP yang di maksud adalah halaman utama dari Tiktok yang menampilkan konten saat pertama kali membuka aplikasi Tiktokdan akan muncul video yang bertuliskan FYP. Aplikasi Tiktok ini bisa juga digunakan untuk mempromosikan bisnis seperti membuat video yang kreatif agar supaya menarik pelanggan.Namun disisi lain terdapatkelemahan dari Tiktok yaitu banyak masyarakat yang sering salah menggunakan aplikasi tersebut dengan sembarangan sehingga video negatif sering bermunculan di Tiktok.²⁵

Mayoritas dari pengguna aplikasi TikTok di Indonesia sendiri 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 mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan.

²⁵Armylia Malimbe, dkk. Dampak Penggunaan..... hlm. 4

Pada saat awal-awal diluncurkannya aplikasi ini sampai sekarang, aplikasi ini sangat dikenal banyak orang terutama anak-anak milenial, anak usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Banyak sekali konten-konten yang tidak pantas untuk dilihat dan ditiru oleh anak-anak dibawah umur, anak-anak milenial, atau anak-anak generasi Z.

Pada saat awal diluncurkannya aplikasi TikTok ini banyak sekali remaja-remaja tanggung atau anak-anak milenial yang membuat video dengan bergoyang goyang dengan musik DJ atau dangdut-dangdut terkini. Dan pada saat itu juga banyak anak-anak yang terkenal karna pembuatan videonya seperti Bowo dan Nuraini.

Banyak juga dari setiap orang atau setiap individu yang mencoba eksis seperti Bowo dan Nuraini, bagi mereka dengan menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ajang eksistensi diri dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh media sosial TikTok tersebut. Hal tersebut membuat mereka (Peserta didik) merasa senang karena bisa terhibur jika mereka menggunakan video tersebut.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan jugaminat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan

dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawananan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.²⁶

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi TikTok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok.

Jadi dalam penggunaan media sosial seperti 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 negatif nya juga penggunaan aplikasi TikTok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

²⁶ Demmy Deriyanto, Fathul Qorib, Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Tik Tok, Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi dan FISIP, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 7 No. 2 (2018), h.78

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi 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 mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang TikTok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi TikTok, bahkan sampai menjadi penggunanya.

Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

3. Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Bagi Remaja

Mewabahnya demam TikTok dikalangan masyarakat pastinya memiliki dampak positif maupun negatif. Dari segi positif sendiri aplikasi TikTok memiliki beberapa manfaat yaitu:²⁷

²⁷Muthiara Ardhiani, Dampak Positif Dan Negatif Bermain TikTok, terdapat di <https://medium.com/@Muthiaardian/dampak-positif-dan-negatif-bermain-TikTok-10efc94748e9>

a. Kreatif

Aplikasi TikTok memicu seseorang membuat berbagai karya untuk menunjukkan kreatifitasnya dari berbagai bidang, seperti bakat berjoget, melukis, dan lain sebagainya. Tak hanya itu, TikTok mampu menambah kemampuan pembuatan video. TikTok juga menyuguhkan berbagai macam musik untuk latar video, sehingga penggunaanya dapat menciptakan video yang menarik.

b. Meningkatkan suasana hati

Saat sendiri seringkali muncul rasa bosan, salah satu cara untuk membuat suasana hati menjadi lebih baik adalah dengan cara bermain TikTok. Bahkan bermain gadget disaat berkumpul dengan teman atau keluarga bukan lagi hal yang tidak bisa dilakukan. Kita bisa saja membuat suasana berkumpul semakin asik dengan membuat berbagai video bersama-sama.

c. Olahraga

Gerakan yang dilakukan untuk membuat suatu video, merupakan bentuk olahraga yang asik dilakukan agar kita terhindar dari rasa malas untuk bergerak.

Namun, ada juga dampak negatif yang ditimbulkan diantaranya

a. Batasan umur

Banyak konten dibuat pengguna TikTok tidak menyaring video mana yang pantas atau tidak pantas untuk diunggah, karena bukan hanya remaja namun saat ini anak di bawah usia pun dapat melihat konten-

konten tersebut dengan mudah. Sehingga itu menjadikan contoh negatif untuk ditiru.

b. Ingin viral

Keinginan untuk viral menjadikan beberapa orang rela membuat berbagai video yang tidak layak untuk ditampilkan seperti bergoyang dengan pakaian terlalu vulgar ataupun beradegan yang tidak pantas untuk ditonton.

c. Percakapan Grup

Aplikasi TikTok memiliki fasilitas percakapan dalam grup sesama pengguna dengan orang yang tidak dikenal. Jika tidak bijak dalam menggunakannya hal tersebut sangat berdampak negatif.

d. Menghabiskan Waktu

Melihat video-video yang diunggah pengguna lain memang mengasikan namun hal tersebut dapat membuang-buang waktu. Para remaja menjadi kurang produktif untuk mengerjakan sesuatu lain yang lebih bermanfaat. Ada beberapa netizen yang setuju dan tidak setuju dengan adanya dampak dari bermain TikTok, karena dianggap TikTok memiliki dampak positif dan negatif maka semua hal tersebut tentunya kembali lagi kepada diri sendiri yang perlu bijak dalam menggunakannya.

E. Teori Psikologi Komunikasi

Pengertian Psikologi Komunikasi Psikologi berasal dari perkataan Yunani “psyche” yang artinya jiwa, dan “logos” yang artinya ilmu pengetahuan.

Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu.²⁸

Mencermati definisi di atas yang telah dikemukakan oleh para praktisi maupun ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi, bagaimanapun bentuk kontekstualnya, adalah peristiwa psikologis dalam diri masing-masing peserta komunikasi. Dengan kata lain, psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikan, psikologi menganalisa karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Pada diri komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya: apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam mempengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak.

Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai “*a transaccional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such away as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.*” (proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu

²⁸ Abu Ahmadi, Psikologi umum, (Jakarta: Rineka Cipta: 1998), h. 1

orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.²⁹

Pengertian di atas menunjukkan makna komunikasi sebagaimana yang digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam dunia psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi. Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dan alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme.³⁰

Psikologi mencoba menganalisis seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasikan, psikologi menganalisa karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Pada komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya: Apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam mempengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat ke dalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personal dan situasional yang mempengaruhinya, dan menjelaskann berbagai corak komunikan ketika sendirian atau dalam kelompok.

²⁹Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Jakarta: Rineka Cipta: 1998, h. 3

³⁰ *Ibid*, h.4

Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan dikenainya masukan kepada organ-organ penginderaan kita yang berupa data. Stimuli berbentuk orang, pesan suara, warna, pokoknya segala hal yang mempengaruhi kita. Ucapan “Hai, apa kabar”, merupakan satuan stimuli yang terdiri dari berbagai stimuli: pemandangan, suara, penciuman dan sebagainya. Stimuli ini kemudian diolah dalam jiwa kita –dalam “kotak hitam” yang tidak pernah kita ketahui. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada “kotak hitam” dari respons yang tampak. Kita mengetahui bila ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengetahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sinilah timbul perhatian pada gudang memori (*memory storage*) dan set (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi. Komunikasi adalah peristiwa sosial –peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Memang, bila ditanyakan dimana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakkannya sebagai bagian dari psikologi sosial. Karena itu, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

F. Etika Penyiaran

1. Etika Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata etika memiliki arti: (1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk serta tentang hak dan kewajiban moral; (2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.³¹

Menurut Achmad Charis, istilah etika sering diidentikan dengan susila (Sansekerta). Su yang berarti lebih baik dan Sila yang berarti atau lebih menunjuk kepada dasar-dasar, prinsip, serta aturan hidup. Jadi susila memiliki arti prinsip, dasar, atau aturan hidup yang lebih baik.³²

Berdasarkan penjelasan etimologi tersebut, etika berarti nilai-nilai kebaikan yang tumbuh selama kehidupan manusia. Nilai-nilai tersebut sengaja diciptakan sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai tersebut dipelihara dan diwariskan secara turun-temurun guna menjamin kebahagiaan serta kesejahteraan. Nilai-nilai tersebut menjadi norma dan aturan yang harus dipatuhi. Pelanggaran terhadap aturan tersebut berdampak pada munculnya sanksi yang akan diterima.³³

Etika juga dikenal dengan akhlak. Kajian akhlak dalam konteks pembahasan etika dakwah, akan memfokuskan pada beberapa aspek perbuatan pada seluruh kehidupan dai. Akhlak, penampilan, kepribadian dan

³¹ Hajir Tajiri, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, h. 13.

³² Hajir Tajiri, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, h. 12.

³³ Hajir Tajiri, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, h. 13.

profesionalisme menopang kualitas dakwah yang akan atau sedang dilakukannya, dan menjadi ciri dari seorang dai. Salah satu pendapat mengenai akhlak menyebutkan bahwa tolak ukur baik buruknya perilaku akhlak ditentukan oleh sejauh mana perilaku tersebut memiliki kesesuaian dengan ajaran Islam.³⁴

Dakwah dalam penyiaran Islam mempunyai kode etik yang berkaitan dengan jenis keahlian tabligh dengan berbagai sarana seperti media mimbar, tulisan, radio maupun televisi. Adapaun rumusan kode etik dakwah dalam penyiaran Islam menurut Hajir Tajiri adalah sebagai berikut:³⁵

- a) Penyiaran Islam hendaknya tidak dilakukan terhadap mereka yang sudah beragama.
- b) Hendaknya tidak memaksakan keyakinan.
- c) Tidak mencela, mencerca, menyinggung, apalagi menghina keyakinan orang lain.
- d) Disampaikan dengan penuh kelembutan dan menjunjung tinggi kearifan.
- e) Tidak melakukan provokasi maupun fitnah.
- f) Tidak menghina atau merendahkan kelompok yang ada di masyarakat.
- g) Sopan dan memenuhi ketentuan syariat dalam berbusana/berpenampilan.
- h) Tidak memungut imbalan walaupun tidak disalahkan jika menerima pemberian.

³⁴ Hajir Tajiri, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, h. 43-44.

³⁵ Hajir Tajiri, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, h. 81

- i) Tidak dibenarkan mematok harga jasa dakwah secara berlebihan, atau kecuali dalam batas-batas yang wajar dan tidak memberatkan masyarakat.
- j) Memiliki kepekaan terhadap kemajemukan.

2. Kode Etik Penyiaran

Kode etik merupakan salah satu kelengkapan yang mesti ada dalam dunia profesi. Tampaknya ragu jika mengatakan bahwa sebuah pekerjaan dinamakan profesi, tetapi tidak memiliki kode etik sebagai rambu-rambu yang mengaturnya.³⁶ Kode etik adalah sebuah istilah yang lazimnya merujuk pada aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang merumuskan perlakuan benar dan salah, atau dengan kata lain merupakan kumpulan kewajiban yang mengikat para pelaku profesi dalam menjalankan tugasnya.³⁷

Terdapat poin-poin terkait tema isi siaran yang dirangkum pada masing-masing pasal kelima dalam P3 dan SPS. Namun berkaitan dengan hal tersebut, poin-poin tema isi siaran yang akan diambil penulis hanya pada tema yang mempunyai keterkaitannya dengan Kode Etik Dakwah yang sudah disebutkan diatas pada poin (a.). Adapun pasal P3 dan SPS terangkum dalam tabel berikut:

³⁶ Hidajanto Djamal, *Dasar-dasar Penyiaran*, h. 75.

³⁷ Hidajanto Djamal, *Dasar-dasar Penyiaran*, h. 77.


Tabel 2.1 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran

| No. | PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN (P3) | STANDAR PROGRAM SIARAN (SPS) |
|-----|--|---|
| 1. | <p>BAB IV PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTAR GOLONGAN</p> <p>Pasal 6</p> <p>Lembaga penyiaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.</p> <p>Pasal 7</p> <p>Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, mempertentangkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.</p> <p>Pasal 8</p> <p>Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan/atau menyiarkan sebuah program siaran yang berisi tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu wajib</p> | <p>BAB IV PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTAR GOLONGAN</p> <p>Pasal 6</p> <p>(1) Program siaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/ atau kehidupan sosial ekonomi.</p> <p>(2) Program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan:</p> <p>a. suku, agama, ras, dan/atau antargolongan; dan/atau</p> <p>b. individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.</p> <p>Pasal 7</p> <p>Materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:</p> <p>a. tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinanantar atau dalam agama tertentu serta</p> |


| | | |
|---|---|---|
| | <p>mempertimbangkan kemungkinan munculnya ketidaknyamanan khalayak atas program siaran tersebut</p> | <p>menghargai etika hubungan antarumat beragama;</p> <p>b. menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan.</p> <p>c. tidak menyajikan perbandingan antaragama; dan</p> <p>d. tidak menyajikan alasan perpindahan agama seseorang atau sekelompok orang.</p> <p>Pasal 8 Program siaran tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu dengan muatan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan khalayak wajib disiarkan dengan gambar longshot atau disamarkan dan/atau tidak dinarasikan secara detail.</p> |
| 2 | <p>BAB V PENGHORMATAN TERHADAP NILAI DAN NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN</p> <p>Pasal 9</p> <p>Lembaga penyiaran wajib menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.</p> | <p>BAB V PENGHORMATAN TERHADAP NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN</p> <p>Pasal 9</p> <p>(1) Program siaran wajib memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik terkait</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>agama, suku, budaya, usia, dan/atau latar belakang ekonomi.</p> <p>(2) Program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif terhadap keberagaman norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh masyarakat.</p> |
| 3 | <p>BAB VIPENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI</p> <p>Pasal 10</p> <p>(1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat.</p> <p>(2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.</p> | <p>BAB VIPENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI</p> <p>Pasal 10</p> <p>(1) Program siaran wajib menghormati etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat.</p> <p>(2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.</p> |
| 4 | <p>BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK</p> <p>Pasal 11</p> <p>(1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik.</p> <p>(2) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan</p> | <p>BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK</p> <p>Pasal 11</p> <p>(1) Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu.</p> <p>(2) Program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>netralitas isi siaran dalam setiap program siaran.</p> | <p>pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya.</p> <p>(3) Program siaran yang berisi tentang kesehatan masyarakat dilarang menampilkan penyedia jasa pelayanan kesehatan masyarakat yang tidak memiliki izin dari lembaga yang berwenang.</p> |
| 5 | <p>BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI</p> <p>Pasal 13</p> <p>Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung</p> | <p>BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI</p> <p>Pasal 13</p> <p>(1) Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran.</p> <p>(2) Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan public</p> <p>(3) Kepentingan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas terkait dengan penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana.</p> <p>Pasal 14</p> <p>Masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan</p> |

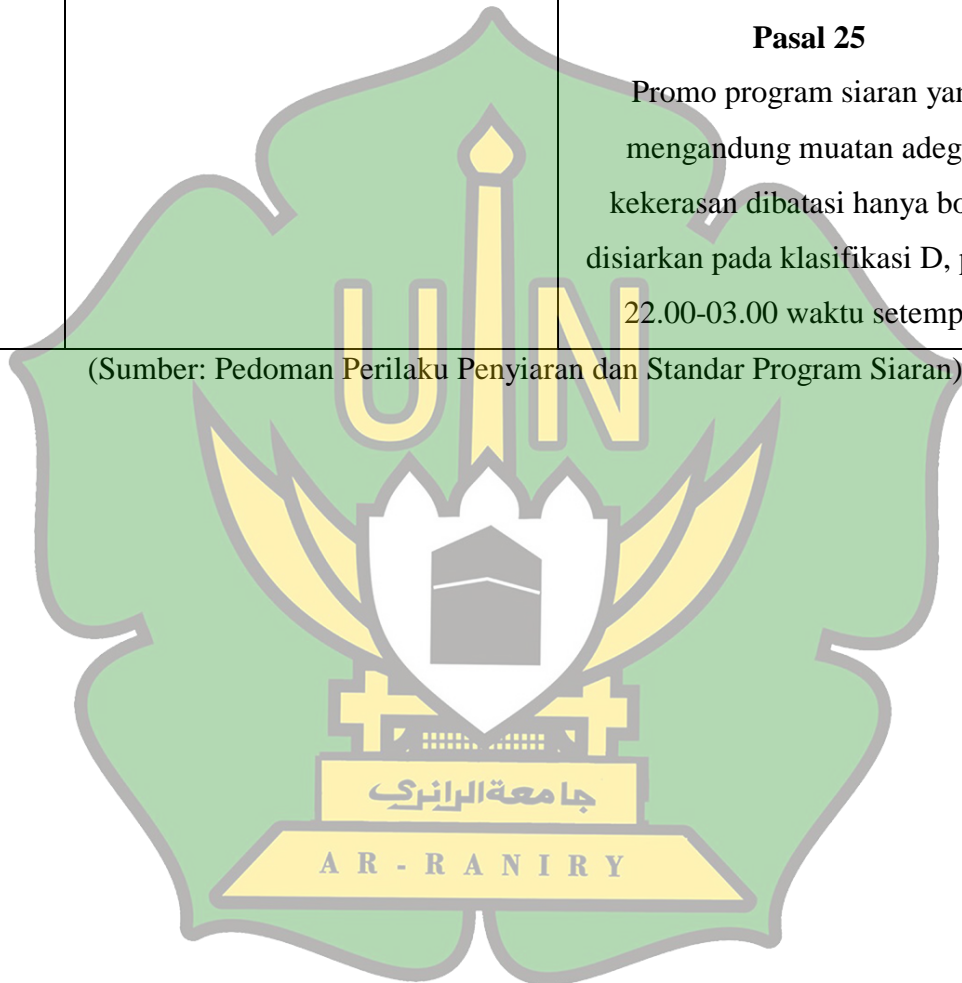
| | | |
|---|---|---|
| |  | <p>sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan; b. tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan; c. tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik; d. tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja; e. tidak dilakukan tanpa dasar fakta dan data yang akurat; f. menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka-ulang atau diperankan oleh orang lain; g. tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan cercaan; dan h. tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan. |
| 6 | <p>BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN KELOMPOK MASYARAKAT TERTENTU</p> <p>Pasal 15</p> <p>(1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan dan melindungi hak dan kepentingan:</p> | <p>BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN MASYARAKAT TERTENTU</p> <p>Pasal 17</p> <p>(1) Program siaran dilarang menampilkan muatan yang melecehkan orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>a. orang dan/atau kelompok pekerja yang dianggap marginal;</p> <p>b. orang dan/atau kelompok dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu;</p> <p>c. orang dan/atau kelompok dengan kondisi fisik tertentu;</p> <p>d. orang dan/atau kelompok yang memiliki cacat fisik dan/atau mental;</p> <p>e. orang dan/atau kelompok pengidap penyakit tertentu; dan/atauf. orang dengan masalah kejiwaan.</p> <p>(2) Lembaga Penyiaran tidak boleh menyajikan program yang menertawakan, merendahkan, dan/atau menghina orang dan/atau kelompok masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).</p> | <p>(2) Orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) antara lain, tetapi tidak terbatas:</p> <p>a. pekerja tertentu, seperti: pekerja rumah tangga, hansip, pesuruh kantor, pedagang kaki lima, satpam;</p> <p>b. orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu;</p> <p>c. lanjut usia, janda, duda;</p> <p>d. orang dengan kondisi fisik tertentu, seperti: gemuk, ceking, cebol, bibir sumbing, hidung pesek, memiliki gigi tonggos, mata juling</p> <p>e. tunanetra, tunarungu, tunawicara, tunadaksa, tunagrahita, autisme;</p> <p>f. pengidap penyakit tertentu, seperti: HIV/AIDS, kusta, epilepsi, alzheimer, latah; dan/atau</p> <p>g. orang dengan masalah kejiwaan.</p> |
| <p>7. BAB XIII PROGRAM SIARAN I BERMUATAN KEKERASAN</p> <p>Pasal 17</p> <p>Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan kekerasan.</p> | <p>BAB XIII PELARANGAN DAN PEMBATAHAN KEKERASAN</p> <p>Bagian Pertama</p> <p>Pelarangan Adegan Kekerasan</p> <p>Pasal 23</p> <p>Program siaran yang memuat adegan kekerasan dilarang:</p> <p>a. menampilkan secara detail peristiwa kekerasan, seperti: tawuran, pengeroyokan, penyiksaan, perang, penusukan, penyembelihan,</p> |

| | |
|---|---|
|  <p>جامعة الرانيري A R - R A N I R I</p> | <p>mutilasi, terorisme, pengrusakan barang-barang secara kasar atau ganas, pembacokan, penembakan, dan/atau bunuh diri;</p> <p>b. menampilkan manusia atau bagian tubuh yang berdarah-darah, terpotong-potong dan/atau kondisi yang mengesankan akibat dari peristiwa kekerasan;</p> <p>c. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap manusia;</p> <p>d. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan; dan/atau e. menampilkan adegan memakan hewan dengan cara yang tidak lazim.</p> <p>Bagian Kedua Ungkapan Kasar dan Makian Pasal 24</p> <p>(1) Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/ mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan.</p> <p>(2) Kata-kata kasar dan makian sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas mencakup kata-kata</p> |
|---|---|

| | |
|--|--|
| | <p>dalam bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing.</p> <p>Bagian Ketiga Pembatasan Program Bermuatan Kekerasan Pasal 25</p> <p>Promo program siaran yang mengandung muatan adegan kekerasan dibatasi hanya boleh disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.</p> |
|--|--|

(Sumber: Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran)



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Metode Penelitian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia “Metode” adalah cara yang telah diatur dan terpikir baik-baik untuk mencapai suatu maksud (dalam ilmu pengetahuan dan sebagainya); cara menyelidiki. Sedangkan penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang dimaksudkan untuk mengembangkan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan. Sebuah kegiatan ilmiah mengandung tiga persyaratan yakni bertujuan, terencana, dan sistematis.³⁸ Metodologi penelitian berasal dari kata metode yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan *logos* yang artinya ilmu atau pengetahuan.

Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporannya.³⁹ Metode penelitian merupakan acuan yang berfungsi sebagai penelaah suatu kajian yang berpusat pada topik yang akan dibahas serta membatasi ruang lingkup suatu penelitian terhadap suatu masalah yang akan digali mengenai informasi pada topik yang diinginkan.

Oleh karena itu, dalam penyusunan suatu karya ilmiah juga selalu diikuti sertakan dengan metode-metode yang dipandang sebagai jalan dalam upaya menggali ilmu pengetahuan serta diiringi dengan teknik penulisan dan penelitian tertentu sehingga dapat memperjelas apa maksud dan tujuan dari penelitian

³⁸ W.J.S. Poerwadahminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003, hal 767

³⁹ Suharsimi Ari Kunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013, h. 7

tersebut. Sejalan dengan itu, dalam membahas skripsi yang berjudul Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* Melalui TikTok ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif kualitatif ialah penggambaran secara kualitatif fakta, data, atau objek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan ungkapan bahasa atau wacana (apapun itu bentuknya) melalui interpretasi yang tepat dan sistematis. Metode deskriptif-kualitatif dalam rangka menjelaskan fenomena-fenomena secara praktis atau dalam rangka menyusun atau merumuskan teori, prinsip, konsep, atau pengetahuan baru berdasarkan data yang dikumpulkan oleh sipeneliti.⁴⁰

Dengan demikian yang dimaksud dengan “Metode Penelitian” adalah suatu cara yang harus dilalui dalam upaya menggali suatu hal yang dimaksud; sehingga dapat dijadikan sebagai data berdasarkan fakta dan kebenaran yang telah ditemukan, yang dengan itu memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan kemudian mengembangkannya.

Jadi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menyediakan alternatif untuk menyelesaikan problematika yang ada dengan cara menganalisis data yang sudah didapat serta tidak keluar dari lingkup kajiannya. Dengan melakukan teknik penelitian lapangan (*Field Research*) diharapkan dapat mengetahui keadaan dan atau kondisi tertentu yang terdapat dalam kehidupan masyarakat.

⁴⁰ Wahyu Wibowo, *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2011, h. 43-44

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat yang dipilih sebagai lokasi yang ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah halaman *live streaming* TikTok masyarakat Banda Aceh.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan, mulai dari Maret sampai dengan April 2024, sehingga peneliti dapat menemukan data sesuai dengan kebutuhan peneliti.

C. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Fokus Penelitian

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas atau menyimpang, maka perlu kiranya dibuat fokus penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui kreativitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* melalui TikTok.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan batasan-batasan yang ditetapkan untuk mengarahkan agar penelitian menjadi fokus dan tidak keluar dari konteks serta tujuan penelitian, mencakup cakupan dan waktu bahasan. Ruang lingkup dalam penelitian ini mencakup kreativitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* melalui TikTok.

D. Subjek Dan Informan Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan memberi informasi yang diperlukan selama penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dikenal dengan informan. Informan adalah tempat memperolehnya informasi yang dikumpulkan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini ditentukan sendiri oleh peneliti dengan kriteria sebagai berikut: Masyarakat Banda Aceh, memiliki akun TikTok, aktif melakukan *live streaming*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis. Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. langkah-langkah analisis isi sebagai berikut: menentukan objek penelitian, menentukan bahan-bahan yang hendak dikaji,

menentukan kategori-kategori yang akan diteliti, menentukan unit analisis, memilih sampel penelitian, membuat kerangka koding, membuat koding analisis isi, uji coba instrument, melatih petugas koding, mengkode data, menganalisis data dan membuat laporan penelitian.⁴¹

1) Tahapan Analisis Isi Kualitatif

Proses penelitian *content analysis* dengan pendekatan kualitatif memiliki beberapa tahap yaitu: Pertama, tahap deskripsi atau orientasi yaitu dimana peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan. Tahap Kedua, tahap reduksi, pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi yang telah diperoleh pada tahap pertama untuk memfokuskan pada masalah tertentu, data yang perlu disortir adalah data yang bersifat menarik, penting berguna dan baru. Tahap Ketiga adalah tahap seleksi, pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci. Pada tahap ketiga ini setelah peneliti melakukan analisis yang mendalam terhadap data dan informasi yang diperoleh maka peneliti dapat menemukan tema dengan cara mengkonstruksikan data yang diperoleh menjadi suatu pengetahuan, hipotesis atau ilmu baru.⁴²

⁴¹ Haryati, Sri. 2012. *Research and development (R&D)* sebagai salah satu model dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Research and development*, 1 (15) , 11-26

⁴² Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: IKAPI

G. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode kualitatif yang dilakukan dengan cara memanfaatkan data dari hasil observasi dan wawancara yang relevan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas dari hasil yang telah diperoleh tersebut. Kemudian data tersebut diolah dengan tahapan editing, lalu dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menjawab berbagai bentuk tujuan dari penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersamaan dengan pengumpulan data. Maka langkah-langkah yang peneliti gunakan adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu memilih, mengelompokkan, menyederhanakan dan mentransformasikan data kasar yang terdapat dari catatan-catatan di lapangan dengan tujuan untuk memudahkan pemahaman peneliti terhadap data yang terkumpul. Peneliti melakukan pemilahan bagian data yang perlu diberi kode, memilah data yang tidak dapat digunakan, meringkas data-data yang susah dipahami. Jadi dalam reduksi data penelitian melakukan penggolongan data, pembuangan data yang tidak perlu dan pengorganisasian data untuk bahan menarik kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dapat dijadikan sebagai kumpulan informasi yang tersusun, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang sering digunakan adalah dalam bentuk naratif, bentuk matriks, grafik dan bagan.

3. Verifikasi Data

Verifikasi data ini dibuat berdasarkan pada pemahaman terhadap data yang sudah disajikan dan dibuat dalam pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan berpedoman pada pokok permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, dalam penelitian ini pengumpulan data, pengolahan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagai satu kesatuan yang berkaitan baik sebelum dan sesudah pengumpulan data. Dalam analisis data kualitatif terdapat dua metode dalam penarikan kesimpulan (generalisasi), yaitu metode induktif dan metode deduktif.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode induktif dalam melakukan penarikan kesimpulan. Metode induktif adalah cara analisis berdasarkan contoh-contoh konkrit atau fakta-fakta yang diuraikan menjadi suatu kesimpulan umum atau generalisasi. Bogdan dan Biklen dalam Joko Subagyo mengatakan analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Data yang sudah diperoleh dipilah atau diorganisasikan sesuai dengan pertanyaan dan permasalahan masing-masing yang bertujuan untuk menggambarkan secara aktual dan teratur tentang masalah penelitian sesuai data fakta, yang didapat dari lapangan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan

setelah data terkumpul, data tersebut kemudian diolah dan dianalisis. Adapun langkah-langkah yang peneliti gunakan adalah:

- a. Mengumpulkan atau merangkum data yang diperoleh untuk dianalisis.
- b. Menafsirkan data yang diperoleh.
- c. Menarik kesimpulan terhadap apa yang diteliti.⁴³



⁴³ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Renika Cipta, 2004, h. 248.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Aplikasi TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.⁴⁴ Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.⁴⁵

Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

Dalam aplikasi media sosial TikTok terdapat berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat

⁴⁴ <https://www.mastekno.com/id/apa-itu-TikTok/>, diakses (minggu, 8 Oktober 2023), pukul 10.30 WIB

⁴⁵ Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2

menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain. Aplikasi TikTok adalah salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur.

Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda. Aplikasi TikTok ini pun dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreatifitasnya, ada juga yang terkenal karena videonya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lain. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat vidio musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan september tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer asal Tiongkok. *Byte Dance Inc*, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video music dan jejaring sosial bernama Tik Tok.⁴⁶ Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali.

Mayoritas dari pengguna aplikasi TikToki Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun

⁴⁶ <https://tipsandroid.id/apa-fungsi-dan-kegunaan-aplikasi-TikTok-di-android/>, diakses (Minggu,10 maret 2023), pukul 10.40 WIB

pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan.⁴⁷

Pada saat awal-awal diluncurkannya aplikasi ini sampai sekarang, aplikasi ini sangat dikenal banyak orang terutama anak-anak milenial, anak usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Banyak sekali konten-konten yang tidak pantas untuk dilihat dan ditiru oleh anak-anak dibawah umur, anak-anak milenial, atau anak-anak generasi Z. Pada saat awal diluncurkannya aplikasi TikTok ini banyak sekali remaja-remaja tanggung atau anak-anak milenial yang membuat video dengan bergoyang goyang dengan musik DJ atau dangdut-dangdut terkini. Dan pada saat itu juga banyak anak-anak yang terkenal karna pembuatan videonya seperti Bowo dan Nuraini.

Banyak juga dari setiap orang atau setiap individu yang mencoba eksis seperti Bowo dan Nuraini, bagi mereka dengan menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ajang eksistensi diri dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh media sosial TikTok tersebut.

B. Hasil Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian yang berjudul Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* melalui TikTok ini penulis menggunakan metode deskriptif

⁴⁷ Wisnu Nugroho Aji, Op.cit, h.433

kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ialah penggambaran secara kualitatif fakta, data, atau objek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan ungkapan bahasa atau wacana (apapun itu bentuknya) melalui interpretasi yang tepat dan sistematis. Metode deskriptif-kualitatif dalam rangka menerangkan fenomena-fenomena secara praktis atau dalam rangka menyusun atau merumuskan teori, prinsip, konsep, atau pengetahuan baru berdasarkan data yang dikumpulkan oleh sipeneliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis. Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Konten yang akan di analisis berkaitan dengan kreatifitas masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* TikTok.

Dalam penggunaan aplikasi TikTok ini cara setiap orang membuatnya berbeda, dengan berbagai situasi perasaan mereka juga yang berbeda-beda. Jika perasaan sedang senang tingkah nya dalam pembuatan aplikasi TikTok juga sesuai dengan perasaannya, begitupun sebaliknya. Karena tingkah laku pada saat mereka menggunakan aplikasi TikTok ini membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok.

Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti 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 negatif nya, penggunaan aplikasi TikTok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

Merebaknya pengguna aplikasi ini mempengaruhi pengguna maupun sekedar penikmat. Salah satu kekhawatiran ini muncul karena aspek popularitas TikTok baik dikalangan anak-anak, remaja maupun dewasa. Hal ini dinilai cukup meresahkan. Pertama, konten kreatif atau sekedar jiplak atau salin. TikTok menciptakan fitur *bubble* pada jenis video yang disaksikan. Dampaknya, muncul kecenderungan pengguna TikTok untuk meniru. Kecenderungan lainnya pengguna dapat membuat video hanya untuk mencari popularitas. Kedua, banyak orang yang sekedar ikut-ikutan tren tanpa memahami konten yang diunggah atau dinikmatinya. Ketiga, terjadi *bubble* pada generasi muda masa kini, yang sering juga menyebut dirinya sebagai *kidz zaman now*, yang gagap dunia nyata.

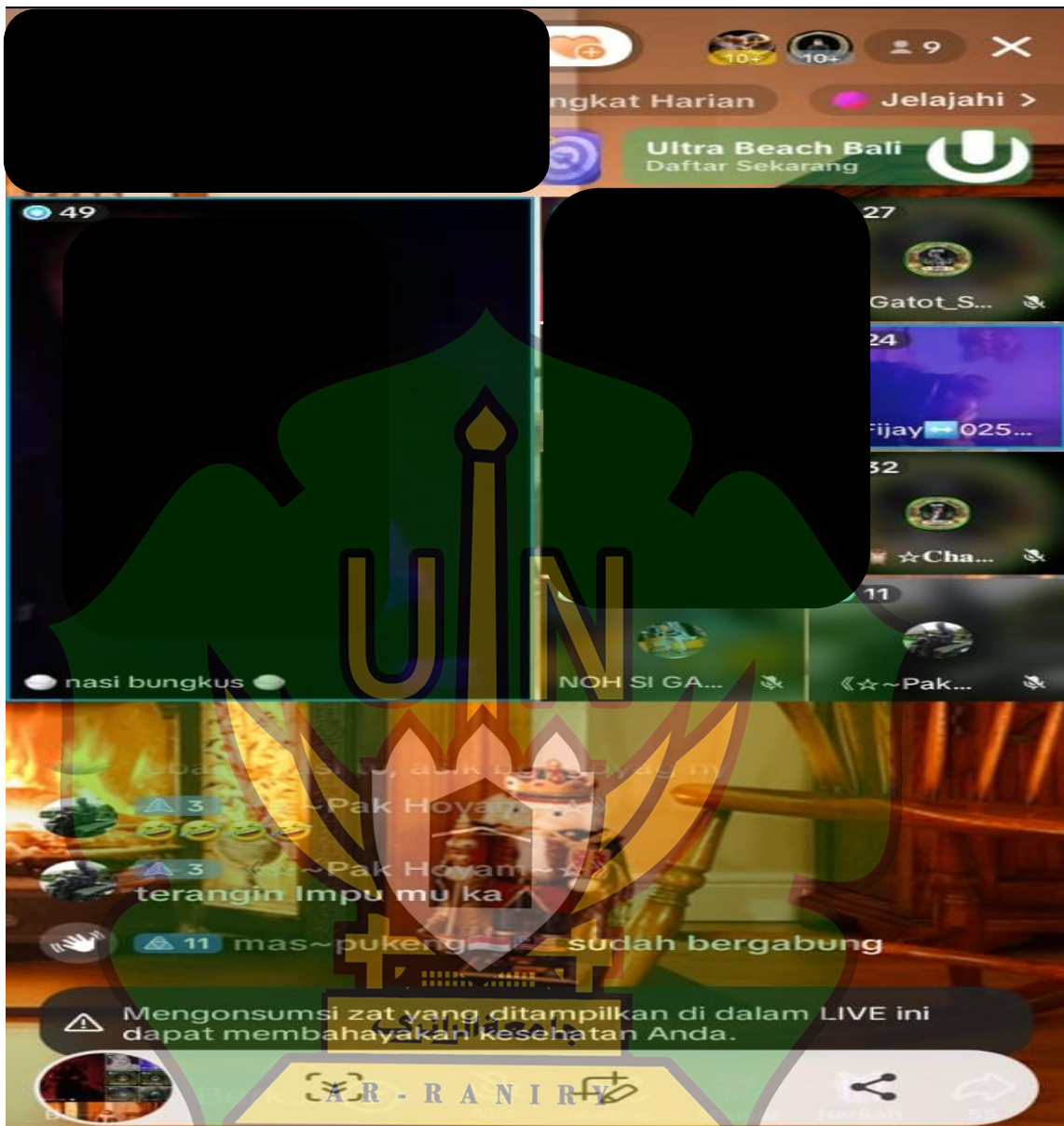
Bubble bermakna gelembung, namun dalam konteks ini memuat makna sebagai suatu kebiasaan yang meluap-luap tanpa terkendali. Efek *Bubble* menimbulkan adiksi terhadap TikTok dan adiksi pada konten TikTok seolah menjauhkan seseorang dari dunia nyata, karena mereka pikir dengan TikTok dunia sudah ada dalam genggamannya. Dampaknya, adiksi ini mengaburkan dunia nyata. Para pengguna akan kehilangan jam bersosialisasi dengan lingkungan karena waktu mereka bisa saja dihabiskan untuk membuat video TikTok.⁴⁸

⁴⁸ Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi* (Sleman: Deepublish, 2019), h.37.

Berbagai macam konten yang terdapat pada TikTok yang dapat digunakan dengan mudah. Bukan hanya untuk melihat dan meniru, pengguna juga dapat membuat video sendiri dengan caranya. Pengguna dapat menuangkan video kreatif sesuai pengguna, bukan hanya video lucu, koreografi, sinkronisasi bibir, kreativitas. Terlepas dari TikTok memiliki sisi positif bagi dunia hiburan diri. Bahwa di dalamnya kita bisa melepas penat dengan relaksasi bernuansa hiburan. Namun hal ini juga membawa dampak-dampak sosial yang besar. Di antara efek negatif yang dihasilkan oleh TikTok adalah kebiasaan ini dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial, meminjam istilah *Ben Agger* dalam buku *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, yaitu masyarakat kadang kala menempatkan budaya populer ini di atas norma-norma ketidakwajaran, dengan dalih mengentaskan kejenuhan kerja sepanjang hari, banyak individu bahkan kelompok masyarakat melakukan goyangan-goyangan erotis tak senonoh yang jauh dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat kita.⁴⁹

Berdasarkan hasil pantauan dari akun [@ane*k.aceh_08](#) terlihat bahwa akun ini kerap melakukan *live Streaming* TikTok dengan cara joget joget. Pemilik akun membuka sebuah *room* komal dimana pada *room* tersebut dia mengajak orang-orang untuk berjoget secara bersama-sama, tujuannya adalah agar orang-orang memberikan *gift* TikTok kepadanya. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.1

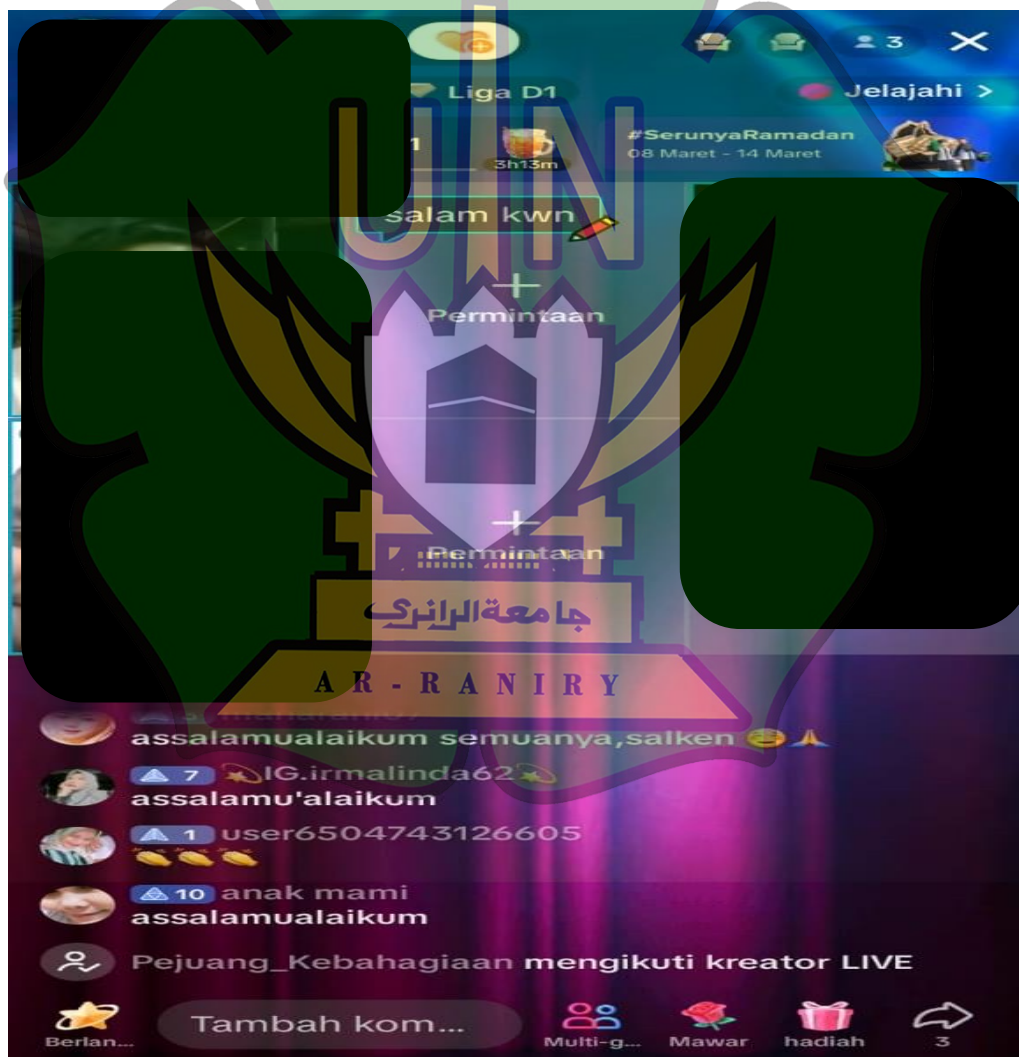
⁴⁹ Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h.172.



Gambar 4.1 Room live streamingTiktok akun @ane*k.aceh_08

Secara etika Islam tentu berjoget-joget di depan umum melalui *live streaming* tentu bukan perkara yang bagus, apalagi sang pemilik merupakan warga Banda Aceh yang terkenal dengan kota yang menjalankan syariat Islam namun disisi lain itu merupakan cara pemilik akun untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat untuk bergabung ke *room live streaming* nya kemudian mau memberikannya imbalan berupa *gift* di TikTok.

\Selanjutnya dari hasil pantauan peneliti di *room live streaming* lainnya adalah akun @Fahri19**1717 dia melakukan *live streaming* dengan melakukan sesuatu yang aneh namun dalam pembahasan ketika dia melakukan *live streaming* dia melakukan hal hal yang menyimpang dari adab dan etika yaitu dengan mengeluarkan bahasa yang seakan akan merayu semua wanita yang masuk ke *room live streaming* nya. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.1

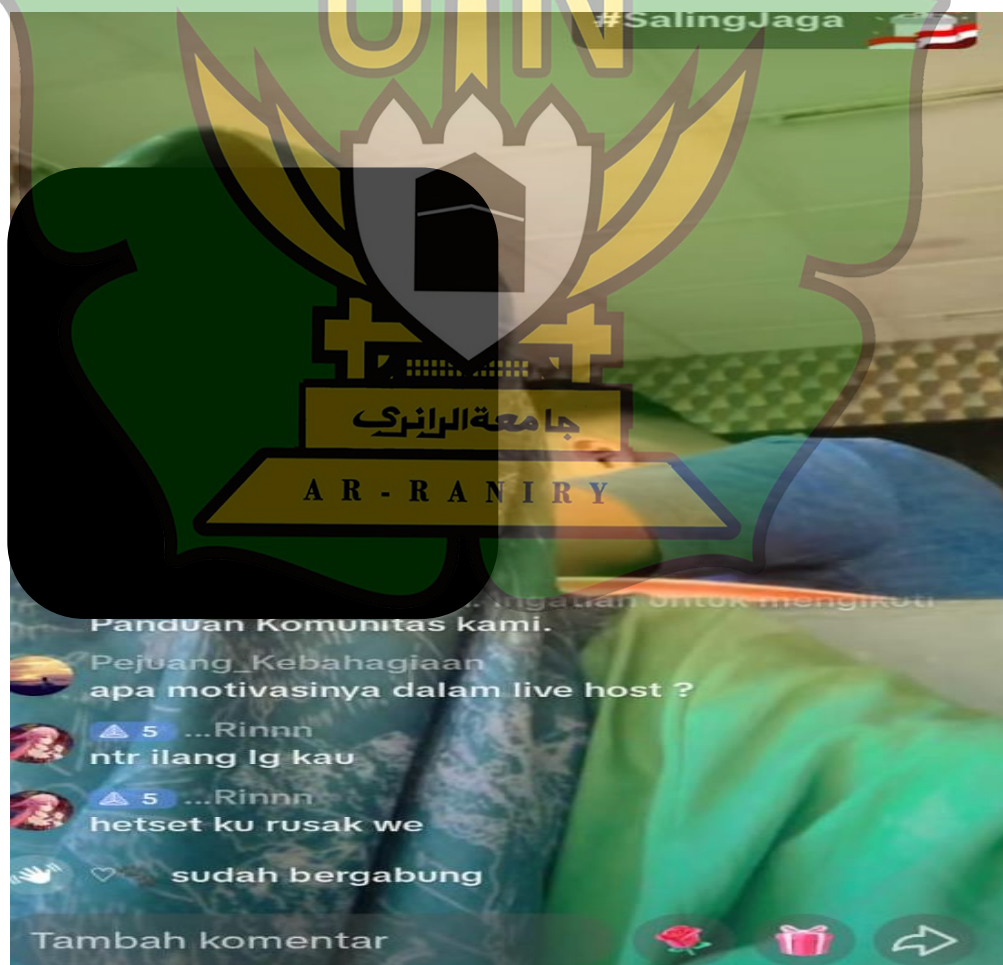


Gambar 4.2 *Room live streaming* Tiktok akun @Fahri19**1717

Kegiatan merayu perempuan seperti ini merupakan hal yang kurang beretika di tinjau dari sudut penyiaran Islam apalagi akun tersebut berdomisili di

Banda Aceh yang merupakan kota serambi mekah yang dalam beberapa tahun terakhir konsen dalam menyiarkan syariat Islam, pamphlet pamphlet, baliho baliho dalam menyiarkan syariat Islam tersebar di seleuruh sudut Banda Aceh.

\Selanjutnya, materi *live streaming* dari akun @strober*****ij memfokuskan melakukan Tanya jawab dengan penonton mengenai Aceh. Akun ini hanya memfokuskan diri menjawab pertanyaan yang diberikan oleh akun akun yang memberikan *gift* padanya. Sehingga pada saat *live streaming* ia menyapa semuanya namun hanya menjawab pertanyaan dari yang memenuhi syarat saja. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.3



Gambar 4.3 *Room live streaming* Tiktok akun @@strober*****ij

Pengangkatan tema bahasan tentang Aceh dan hanya mendikatominya tentang Aceh membuat akun ini menjadi target bagi warganet yang tertarik tentang Aceh dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Hal ini tentu sebuah kreatifitas dalam proses *branding* diri dan mendapatkan pendapatan melalui gift TikTok.

Akun @k**pisatuya** ditemukan fakta bahwa ia melakukan *live streaming* TikTok dengan memfokuskan konten rekomendasi tempat makan dan tongkrongan yang menurut ia bagus dan estetis. Di akun ini terlihat sangat banyak orang yang antusias dan mau berlama-lama untuk menonton siaran langsungnya. Tujuan utamanya adalah untuk meramaikan tempat yang dia rekomendasikan.

Peneliti mencoba mengonfirmasi melalui fitur chat TikTok mengenai *gift* TikTok yang ia dapat. Pemilik akun @k**pisatuya** mengakui bahwa dia tidak mengharapkan *gift* namun karena ia selalu membahas yang menarik maka banyak juga yang menyawer ia dengan gift di TikTok. Ia melanjutkan bahwa pemberian gift tersebut merupakan bentuk dukungan yang di berikan oleh penonton untuk akunya.

Berdasarkan hasil pengamatan akun ini berfokus pada rekomendasi-rekomendasi tempat hits di Banda Aceh oleh sebab itu sasaran akun ini adalah kaula muda yang hobi nongkrong atau masyarakat di luar Banda Aceh yang hendak berkunjung ke Ibu Kota Provinsi Aceh itu dengan demikian akun ini menjadi akun pemberi informasi yang sangat membantu orang-orang yang baru sampai di Banda Aceh. Dengan terus melakukan kreativitas dan inovasi serta meningkatkan kemampuan *public speaking* ia telah mampu meraup pundi-pundi

rupiah melalui gift TikTok yang didapatkan melalui kegiatan *live streaming* di akun TikToknya. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.4

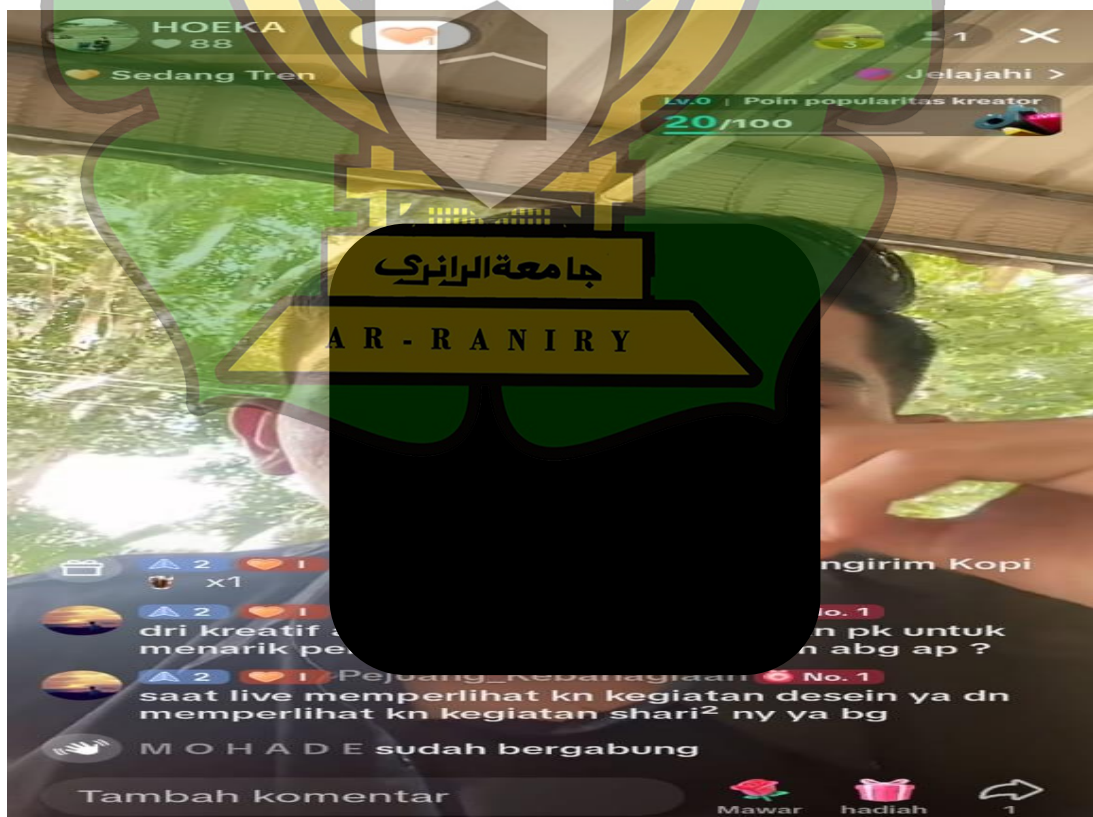


Gambar 4.4 Room live streaming Tiktok akun @k*pisatuya*

Berdasarkan hasil pantauan dari akun @h**ka_324 siaran lives streamingnya dia menjelaskan bahwa ia menggunakan strategi khusus untuk menarik perhatian penonton untuk masuk ke room siaran langsungnya. Ia melakukan berbagai bentuk desain. Kemudian dia juga melakukan *live streaming* saat dia berkemah sehingga pangsa pasar yang disasar adalah orang-orang yang suka berkemah sehingga banyak yang bertanya-tanya mengenai aktivitasnya sehingga membuat orang betah berlama-lama di siaran langsung nya. Karena

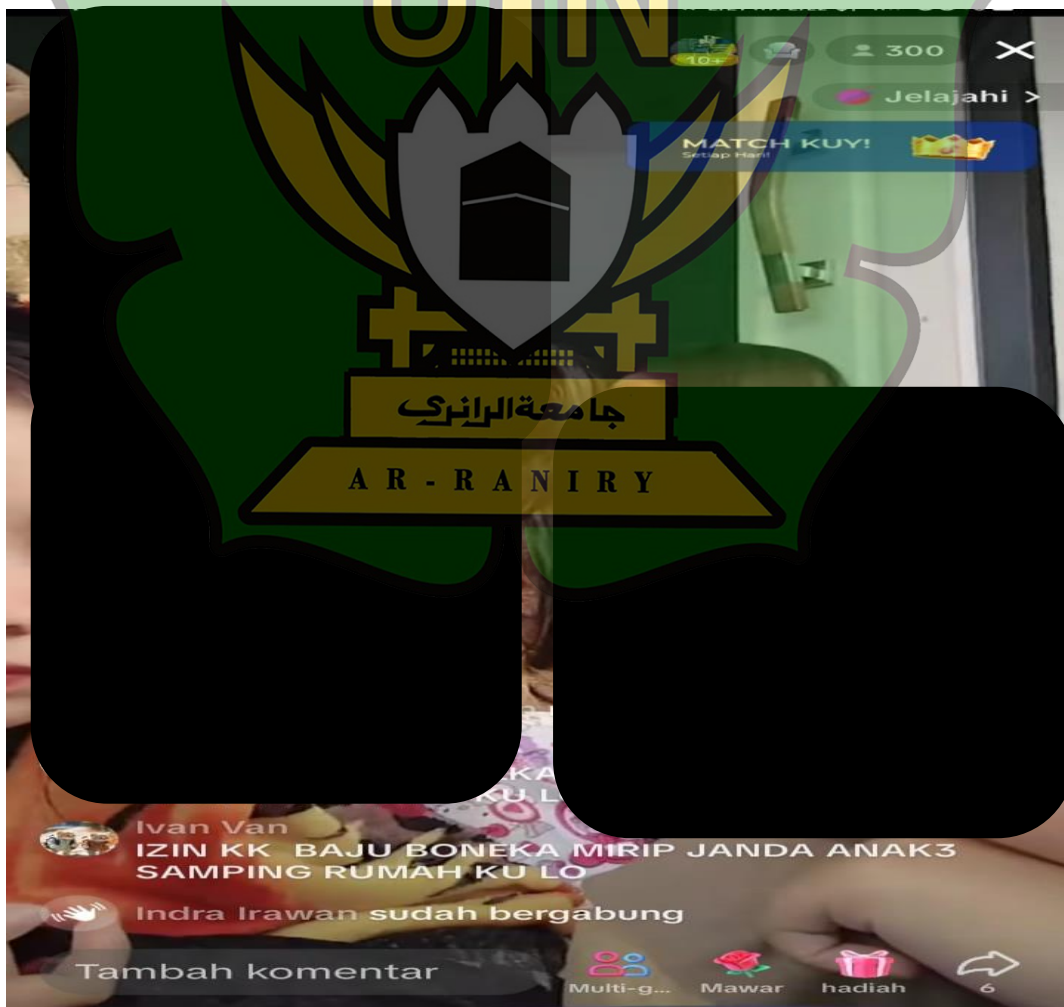
mampu membuat penonton tertarik maka banyak penonton yang memberikannya *gift* TikTok sebagai imbalan.

Dengan melakukan kegiatan yang demikian akun @h**ka_324 mendapatkan lebih banyak pengunjung dan interaksi lebih lama di bandingkan dengan ia yang hanya melakukan *live streaming* di tempat biasa seperti warung kopi. Perbedaan ini terjadi karena adanya kecenderungan kegemaran penonton. Ketika melakukan *live streaming* di area perkemahan penonton seolah mendapatkan sesuatu dari aktivitasnya berupa suasana dan sebagainya. Perlakuan yang berbeda menuai hasil yang berbeda pula sehingga ia selalu berusaha melakukan *live streaming* saat berkegiatan di alam. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.5



Gambar 4.5 Room live streamingTiktok akun @hka_324**

Berdasarkan hasil pengamatan pada akun @persea_amic*n**, akun ini merupakan milik seorang pemuda yang beralamat di kecamatan Baiturrahman Banda Aceh, melakukan *live* tidak seperti kebanyakan TikTokers lainnya. Iya sedikit lebih kreatif dengan memperbanyak host pada saat *melakukan live streaming* TikTok untuk mendapatkan *gift*. Namun interaksi yang dilakukan dengan orang yang mengunjungi *room* nya seperti orang antri tiket masuk tempat hiburan yaitu siapa yang banyak memberikan *gift* maka orang tersebut berhak untuk memilih dengan siapa diantara mereka untuk menjadi host di depan kamera. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.6



Gambar 4.6 *Room live streaming* Tiktok akun @persea_amic*n**,

Akun TikTok @akma*pran*ta985 melakukan *live* dengan *streaming game mobile legend* ini merupakan langkah kreatif yang dilakukan oleh gemers untuk menarik simpati penonton. Akun ini melakukan live dengan cara seperti itu sehingga terpantau banyak para pemain game yang masuk untuk menonton *live streaming* nya. Namun akun ini tidak banyak melakukan interaksi dengan penonton sehingga tidak terjadi komunikasi dua arah antara host dengan penonton. *Room live streaming* nya dapat di lihat pada gambar 4.7



Gambar 4.7 Room live streamingTiktok akun @akma*pran*ta985

Dalam pengamatan peneliti, *live streaming* seperti ini tentu hal yang sangat kurang manfaatnya apalagi *live* yang dilakukan dalam waktu yang lama sehingga menyebabkan kelalaian serta tertinggalnya pekerjaan pekerjaan yang lebih bermanfaat untuk dilakukan.

C. Pembahasan

Penelitian tentang Kreativitas Masyarakat Banda Aceh Dalam Mengumpulkan *Gift* Melalui TikTok dilakukan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat Banda Aceh mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari salahsatunya dengan memanfaatkan TikTok sebagai aplikasi paling digemari oleh kaum milenial.

TikTok telah menjadi bagian yang hampir tidak terpisahkan dari kehidupan generasi saat ini. TikTok bukan hanya sekedar aplikasi hiburan tapi telah berubah menjadi aplikasi yang menyediakan berbagai macam kegunaan baik untuk media informasi berita, lapak online dan tempat orang-orang mencari uang (*gift*) melalui siaran langsung. Hal ini juga yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Banda Aceh dalam memanfaatkan medis online sebagai wahana untuk menghibur dan mendapatkan uang.

Di aplikasi TikTok orang-orang bebas berekspresi melakukan apa saja yang ia suka dan gemari. Orang-orang boleh memilih dan memilah konten yang ia gemari sehingga dengan begitu bentuk ekspresifitas seseorang dapat dilihat berdasarkan tingkat kreatifitas yang dimiliki oleh masing-masing individu. Begitupun yang dilakukan oleh masyarakat Banda Aceh mereka mengekspresikan

dirinya dengan berbagai macam hal di fitur *live streaming* TikTok. Ada yang melakukannya sebagai hiburan semata ada juga yang menjadikannya sebagai ladang penghasilan melalui *gift* TikTok bahkan beberapa diantaranya menyampingkan etika etika penyiaran Islam padahal Banda Aceh merupakan kota yang menerapkn Syariat Islam yang praktiknya.

Berdasarkan hasil pantauan yang peneliti lakukan periode bulan Maret 2024 terhadap akun akun TikTok masyarakat Banda Aceh mereka melakukan berbagai macam kegiatan untuk mendapatkan atensi penonton di *live streaming* nya sehingga mereka nantinya akan diberikan *gift* TikTok oleh orang-orang yang tertarik dengan konten yang mereka buat. Hal ini senada dengan apa yang terlihat dari analisis akun akun warga Banda Aceh yang melakukan *live streaming* dan mengharapkan *gift* TikTok dari penontonnya. Namun beberapa diantaranya mengaku bahwa dia tidak mengharapkan *gift* namun karena ia selalu membahas yang menarik maka banyak juga yang menyawer ia dengan *gift* di TikTok. Ia melanjutkan bahwa pemberian *gift* tersebut merupakan bentuk dukungan yang diberikan oleh penonton untuk akunya.

Live Streaming TikTok telah menjadi sumber mata pencaharian baru bagi kaula muda, selain mendapatkan penghasilan yang lumayan mampu menjadi penopang hidup, aplikasi TikTok juga menjelma sebagai tempat berkumpulnya kaum muda Banda Aceh untuk mengembangkan kreativitas mereka di dunia yang seba digital saat ini.

Kreativitas sangat dibutuhkan untuk menyesuaikan diri dengan zaman yang serba cepat dan serba canggih sehingga mampu memanfaatkan teknologi

dengan baik dan arahnya menjadi positif dan menguntungkan, bukan sebaliknya. Apalagi sebagai kaum muda yang hidup di kota tentu memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide menjadi lebih luas dengan menebarkan kemamfaatan yang lebih banyak disamping mereka mendapatkan *adsense* dari apa yang mereka lakukan.

Di dalam menyampaikan informasi melalui meda TikTok hendaknya selalu berkata baik dan jujur, sebagaimana Rasullullah saw. Bersabda

“Dari Ibnu Mas’ud Ra, Nabi Saw. Bersabda sesungguhnya kebenaran itu membawa kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke surga. Seseorang selalu bertindak jujur sehingga ia di tulis di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu membawa kepada kejahatan dan kejahatan itu membawa ke neraka. Seseorang yang selalu berdusta hingga di tulis di sisi Allah sebagai pendusta. (HR. Bukhari Muslim).⁵⁰

Berdasarkan hadits Nabi di atas dapat disimpulakn bahwa kita tidak boleh berdusta baik berdusta secara perkataan dan berdusta dengan perbuatan. Semestinya bijak dalam menggunakan media sosial TikTok yang digunakan untuk kebaikan seperti untuk berdakwah, menyebar informasi yang baik dan benar serta berjual beli.

Al-Quran menyuruh kita untuk selalu berkata benar, kejujuran melahirkan kekuatan sementara kebohongan mendatangkan kelemahan. Biasa berkata benar mencerminkan keberanian dan bohong sering lahir karena rendah diri, pengecut

⁵⁰Al-Hafid Abu Al-A’la Muhammad Bin Abdurrahman. *Syarh Al-Jam’I At- Tarmidzi*. Juz VII. Cet. III: Mmesir: Dir Al Fikri. 2000

dan ketakutan. Allah swt. Berfirman dalam Al-Quran pada surah An-Nahl: 105 yang berbunyi:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

Artinya: *Sesungguhnya orang yang membuat-buat kebohongan itu hanyalah orang-orang yang tak beriman kepada ayat-ayat Allah. Mereka itulah pendusta”. (Q.S An-Nahl: 105).*

Media sosial TikTok dapat digunakan sebagai sarana untuk berbuat kebaikan dan sarana dakwah dengan menyeru kepada *amal makruf nahi mungkar* sehingga media ini dapat berdampak secara positif dalam kehidupan masyarakat Banda Aceh khususnya dan masyarakat yang menggunakan TikTok pada umumnya. Selanjutnya firman Allah swt dalam surat Ali Imran: 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ
وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: *“Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik dari mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun mereka adalah orang fasik”. (Q.S Ali Imran: 110).*

Menurut Wahbah Az Zuhaili tafsir dari surat Ali Imran: 110 ini adalah umat Islam adalah umat yang terbaik secara mutlak. Mereka adalah umat yang terpilih karena mereka diperintahkan untuk berbuat ma'ruf. Ma'ruf yaitu yang

baik sesuai perintah syariat dan mencegah dari yang, mungkar yaitu segala perkataan, perangai yang bertentangan dengan syariat. Juga karena mereka beriman kepada Allah dan mengimani Allah tidak mempunyai sekutu. Sekiranya orang yahudi dan nasrani itu beriman dengan risalah Muahmmad, tentulah iman mereka itu lebih baik dan lebih bermanfaat bagi mereka di depan Tuhan mereka. Namun merek tidak beriman. Ayat ini turun kepada kedua orang yahudi yang berkata kepada kumpulan orang mukmin: sesungguhnya agama kami lebih baik dari agama yang kalian serukan kepada kami. Kami lebih baik dari kalian. Kemudian Allah swt menurunkan ayat ini.⁵¹

Agama Islam menyuruh kita untuk menyeru kepada kebaikan. Maka media TiktTok ini bisa menjadi sebuah media untuk melakukan perintah tersebut karena di TikTok kita bisa melakukan berbagai hal seperti *live streaming*, video dakwah singkat dengan durasi 30 detik sampai 10 menit yang dapat di jangkau oleh semua pengguna TikTok di seluruh dunia. Allah swt berfirman dalam QS. Ali Imran: 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (QS. Ali Imran: 104).

Menurut Wahbah Az Zuhaili tafsir dari surat Ali Imran: 104 adalah seruan tentang kebaikan. Kebajikan adalah yang berkaiatan dengan kebaikan dunia akhirat. Serta menyeru kepada yang ma'ruf: kebaikan yang sesuai dengan syariat

⁵¹ Wahbah Zuhaili , *Surat Ali Imran:110*. Tafsir Web. Di akses tanggal 7 Mei 2024.

dan akal sehat. Serta mencegah perbuatan munkar: yaitu segala sesuatu yang di anggap tidak baik oleh syariat dan akal sehat. Mereka yang menyeru kepada kebaikan itu semua merekalah orang yang beruntung yang akan mendapatkan Ridha Allah swt dan Surga-Nya.⁵²

Kreativitas yang dimunculkan bukanlah kretivitas yang hanya menghadirkan kebahagiaan yang semu dengan cara joget-joget di *room* komal TikTok karena hal tersebut tidak mencerminkan etika dalam penyiaran juga sebagai suatu kebohongan yaitu menipu diri sendiri yang berakibat kepada lalai akan perintah Allah swt. Sehingga mengakibatkan manusia tidak menggunakan seratus persen akal sehatnya.

Semakin kesini TikTok bukannya sebagai media berbagi video semata tapi juga sebagai media mencari uang baik itu melalui *endors* dan mengumpulkan *gift* di *live streaming* TikTok, selain itu masyarakat kota Bnada Aceh di TikTok juga harus menjaga dan berpengangan pada aturan moral dan adap dalam melakukan pengumupulan *gift* di *live streaming* TikTok, para pengumpul *gift* TikTok tidak semuanya melakukan hal yang berlawanan dengan aturan agama demi mendapatkan *gift* dari penontonnya di *live streaming* TikTok tersebut namun ada beberapa oknum yang menjadi konsen peneliti sebagai catatan pengembangan dan sosilaisi etika dalam melkukan *live streaming* menurut studi penyiaran Islam. Penyiar melakukan apa yang di minta oleh para penonton *live setreaming* nya dengan harapan penyiar agar diberi *gift* dari penonton yang memerintahkan

⁵² Wahbah Zuhaili , *Surat Ali Imran:110*. Tafsir Web. Di akses tanggal 7 Mei 2024.

penyiar untuk melakukan sesuatu dalam pelaksanaan *live streaming* nya namun semua itu seharusnya masih dalam ranah yang sopan sesuai etika penyiaran Islam.

Pemanfaatan TikTok sebagai media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, hal ini juga sudah banyak dilakukan oleh orang lain yang melakukan *live streaming* dakwah bahkan tidak jarang ada pemuka agama yang melakukan pengajian melalui *live streaming* TikTok. Seharusnya hal ini menjadi suatu motivasi untuk warga Banda Aceh dalam memilih konten *streaming* TikTok seperti melakukan *live streaming* pada saat ada pengajian-pengajian di masjid, sehingga manfaat pengajian dapat dirasakan oleh orang-orang yang sedang tidak berada di malam majlis tersebut.

Pada akhirnya semua media sosial bahkan TikTok sekalipun juga memiliki dua sisi yaitu positif dan negatif, sehingga para pengguna dapat memilih kecenderungan konten-konten yang disukai. Pemanfaatan media *live streaming* TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang berguna dan memberikan kebaikan kepada seluruh pengikut. Sehingga penggunaan media sosial tidak selalu berkonotasi negatif dan minim kemanfaatan bagi kelangsungan dakwah islamian bagi masyarakat Banda Aceh.

Media TikTok ini bisa menjadi sebuah media untuk melakukan perintah Allah swt di zaman yang serba cepat dan moderen ini karena di TikTok kita bisa melakukan berbagai hal seperti *live streaming*, video dakwah singkat dengan durasi 30 detik sampai 10 menit yang dapat di jangkau oleh semua pengguna TikTok di seluruh dunia.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

2. Masyarakat Banda Aceh melakukan berbagai macam kreativitas pada saat *live streaming* TikTok seperti membuka ruang interaksi diskusi secara bergantian dengan host yang diinginkan oleh penonton yang memberikan *gift*. Melakukan *stremmer game* dan melakukan kemampuan atraksi kemampuan seni tari.
3. Kreativitas yang dikembangkan oleh masyarakat Banda Aceh dalam mengumpulkan *gift* TikTok belum memperhatikan etika penyiaran Islam sepenuhnya sehingga masih ada interaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam sebagai Syariat yang dianut oleh mayoritas masyarakat Banda Aceh.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Banda Aceh dapat mengembangkan semua kreativitas melalui *live streaming* TikTok sehingga bisa menghasilkan penghasilan melalui *gift* yang diberikan oleh penonton.
2. Kreativitas yang dikembangkan kedepannya, hendaknya lebih memperhatikan etika penyiaran Islam karena Banda Aceh adalah kota yang menerapkan syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali. 2014. *Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Gie. 2003. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hurlock, Elizabeth B. 1977. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Mahyuddin, 2015, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press
- Munandar. 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Oslo.W Robert. 1989. *Seni Berpikir Kreatif*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Rakhmat, DRS. Jalaluddin. 1998, *Psikologi Komunikasi*, Jakarta: Rineka Cipta
- Santrock, J.W. 1995. *Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta : Erlangga
- Suharsimi Ari Kunto, 2013. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantatif, Kualitatif, dan R& D)*. Bandung: IKAPI
- Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2
- Wahyu Wibowo, 2011, *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara,
- W.J.S. Poerwadahminta, 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Yusuf, Syamsu. 2013. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jurnal:

Armylia Malimbe, Fonny Waane, Evie A.A Suwu. ‘‘Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Univesitas Sam Ratulangi Manado’’. *Jurnal Ilmia Society*, Volume 1, No. 1 Tahun 2021

Demmy Deriyanto, Fathul Qorib, Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungga dewi Malang Terhadap TikTok, Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi dan FISIP, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 7 No. 2 (2018), h.78

Haryati, Sri. 2012. *Research and development (R&D)* sebagai salah satu model dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Research and development*, 1 (15) , 11-26

Kuswati Ambar , ‘‘Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Di Desa Buntan Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun 2021’’. *Skripsi*. Fakultas Tarbiah Institut Agama Islam Imam Ghozale Cilacap Tahun 20 21

Learning SMK Telkom Sandhy Putra Purwokerto. *Jurnal Pendidikan Vokasi*. 3(1): 92.

Mahfud. 2017. Berpikir Dalam Belajar: Membentuk Karakter Kreatif Peserta Didik. *Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah Vol 1 No 1 ISSN 2407-6805*. Jurusan Pendidikan Agama Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Mulyana. 2017. Lembaga Kreativitas Mahasiswa Sebagai Wadah Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Penelitian & PPM*. Universitas Padjajaran Bandung

Nisa Khairuni, Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak, *Jurnal Edukasi*, Vol 2 No 1 Januari 2016

Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut, ‘‘Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara’’, *Jurnal Ilmiah Society*, Volume 2 No. 1 Tahun 2022. Hal 2.

Sumber Lain:

<https://www.mastekno.com/id/apa-itu-TikTok/>, diakses (minggu, 8 Oktober 2023), pukul 10.30 WIB

<https://tipsandroid.id/apa-fungsi-dan-kegunaan-aplikasi-TikTok-di-android/>, diakses (minggu,10 Oktober 2023), pukul 10.40 WIB

<https://tipsandroid.id/apa-fungsi-dan-kegunaan-aplikasi-TikTok-di-android/>, diakses (minggu,10 Oktober 2023), pukul 10.40 WIB

<https://www.mastekno.com/id/apa-itu-TikTok/>, diakses (minggu, 8 Oktober 2023), pukul 10.30 WIB

Muthiara Ardhiani, *Dampak Positif Dan Negatif Bermain TikTok*, di unduh pada halaman <https://medium.com/@Muthiaardian/dampak-positif-dan-negatif-bermain-TikTok>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : MIwansah
 Tempat/tgl lahir : Lae Mate, 03 April 1998
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Nim/ Jurusan : 170401115/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Kebangsaan : Indonesia
 Alamat : Desa Subulussalam Timur, Kec. Simpang Kiri, Kota Subulussalam.
 Email : iwansyahbanchin0@gmail.com

Riwayat pendidikan:

| | |
|-----------------------------------|------------------|
| SDN 04 Simpang Kiri | Tahun lulus 2011 |
| MTs Darulmutaallimin Aceh Singkil | Tahun lulus 2014 |
| MAN 01 Subulussalam | Tahun Lulus 2017 |
| UIN Ar- Raniry Banda Aceh | Tahun Lulus 2024 |

Pengalaman Organisasi:

1. Komunitas Mahasiswa Pelajar Peduli Kota Subulussalam (KOMAPPSU) DPW Banda Aceh (Ketua)
2. Relawan Baitul Makdis Banda Aceh (Ketua)
3. Masyarakat Relawan Indonesia (MRI) Kecamatan Syiah Kuala (Sekretaris)
4. Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat FDK (Kabid Kkeorganisasian)
5. Peguyuban Himpunan Pelajar Pperantau Siah Hamzah Alfansuri (HPP-Shaf) (Kabid Kesenian)

Data orang tua:

Nama ayah : Suadi Bancin
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Nama ibu : Siti Aman
 Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga
 Alamat orang tua : Desa Subulussalam Timur, Kec. Simpang Kiri, Kota Subulussalam