

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dikembangkan berdasarkan rujukan dari sejumlah penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dan mendukung pembahasan kajian ini diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Alifiya & Kusumo (2025) dengan judul “The Impact of TikTok Social Media on Communication Patterns: A Case Study of Generation Z Students at Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta and Their Parents”
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani 2024 dengan judul TikTok Features on Adolescent Communication Patterns: A Systematic Literature Review
3. Penelitian oleh Mustafida 2024 dengan judul Dampak Media Sosial TikTok terhadap Pola Komunikasi Siswa SD
4. Penelitian yang dilakukan oleh efrida dan nirmala 2026 dengan judul Representation of TikTok Viral Trends on Generation Z Communication Behavior (Case Study of STISIPOL Candradimuka Palembang Students)
5. Penelitian oleh Maulana dan Hariyanto dengan judul Tren TikTok: Mengurai Perilaku Remaja di Era Digital

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

	Judul Jurnal	Peneliti dan tahun	Metode penelitian	Keterkaitan /kesamaan	Perbedaan
1	The Impact of TikTok Social Media on Communication Patterns: A Case Study of Generation Z Students at Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta and Their Parents	Alifiya & Kusumo (2025)	Kualitati (studi kasus)	Fokus pada pola komunikasi generasi remaja/Gen Z dan hubungan TikTok dengan hubungan interpersonal	Penelitian ini dilakukan di lingkungan universitas dan fokus lebih pada hubungan orang tua-anak, bukan <i>remaja di suatu sekolah</i> atau komunitas lokal semacam <i>Tiku Selatan</i>

2	TikTok Features on Adolescent Communication Patterns: A Systematic Literature Review	Ramadhani (2025)	Kualitatif	Meneliti bagaimana fitur TikTok berdampak pada pola komunikasi remaja secara umum di era digital.	Ini <i>systematic review</i> (literatur review), bukan penelitian lapangan terhadap sampel remaja tertentu. Jadi sifatnya ringkasan hasil penelitian lain, bukan data primer.
3	Dampak Media Sosial TikTok terhadap Pola Komunikasi Siswa SD	Mustafidah (2025)	Kualitatif / Studi Pustaka	Meneliti hubungan antara penggunaan TikTok dan perubahan dalam pola komunikasi pada peserta didik (bahasa dan perilaku komunikasi).	Fokusnya bukan pada remaja SMA/Gen Z tetapi pada siswa SD (usia lebih muda), namun tetap relevan karena menunjukkan dampak komunikasi akibat TikTok.

4	Representation of TikTok Viral Trends on Generation Z Communication Behavior (Case Study of STISIPOL Candradimuka Palembang Students)	Efridah & Nirmala (2026)	Kualitatif	Menghubungkan penggunaan TikTok viral trends dengan perilaku dan pola komunikasi generasi Z (remaja)..	Fokus lebih pada <i>representation</i> (bagaimana tren viral mewakili pola komunikasi) daripada hubungan intensitas penggunaan dengan pola komunikasi tradisional.
---	---	--------------------------	------------	--	--

5	Tren TikTok: Mengurai Perilaku Remaja di Era Digital	Maulana dan Hariyanto 2024	Kaulitatif	Meneliti perilaku remaja akibat pemakaian TikTok, termasuk konsekuensi pada tren, komunikasi dan interaksi sosial.	Fokusnya bukan hanya pola komunikasi verbal tetapi perilaku umum termasuk konsumsi konten, FOMO, dll
---	---	-------------------------------	------------	--	--

Sumber: Olahan Peneliti tahun 2026

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Media Sosial

Media sosial lahir dari kemajuan teknologi web berbasis internet yang menyediakan ruang bagi setiap individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi aktif, berbagi satu sama lain, dan membentuk jaringan online, sehingga pengguna memiliki kebebasan untuk mendistribusikan konten mereka. Sejalan dengan pendapat Zarella (dalam Aditya, R., 2015:51), media sosial dipahami sebagai situs yang berfungsi sebagai sarana komunikasi antarindividu, baik dengan teman yang dikenal di dunia nyata maupun dengan pengguna lain di dunia maya.

Dari penjelasan di atas, media sosial dapat dipahami sebagai hasil perkembangan internet yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi, bertukar informasi, serta menjalin komunikasi dengan sesama pengguna. Dengan memanfaatkan media sosial, seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain secara langsung, baik melalui komentar maupun tanggapan sederhana berupa "suka" pada konten yang dibagikan.

2.2.2 Tiktok

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, yang diluncurkan secara global pada tahun 2017 (Chen, 2021). Aplikasi ini dirancang untuk memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan video berdurasi pendek yang sering kali disertai dengan musik atau efek visual, yang kemudian menjadi fenomena budaya populer di seluruh dunia. Berbeda dengan

platform media sosial sebelumnya yang lebih berfokus pada teks atau foto, TikTok mengutamakan konten visual yang dinamis dan mudah dikonsumsi dalam waktu singkat, yang secara signifikan mengubah cara audiens berinteraksi dengan informasi (Zhang & Wang, 2022).

Keunggulan utama TikTok terletak pada algoritma rekomendasinya yang sangat canggih, yang dikenal sebagai "For You Page" (FYP). Algoritma ini menganalisis perilaku pengguna, seperti durasi tontonan, interaksi, dan preferensi musik, untuk menyajikan konten yang sangat personalisasi tanpa harus mengikuti akun tertentu (Li, 2023). Hal ini memungkinkan konten dari pengguna baru atau akun yang tidak memiliki banyak pengikut untuk menjadi viral dengan cepat, sehingga menciptakan ekosistem di mana popularitas ditentukan oleh kualitas konten daripada jumlah pengikut awal. Berdasarkan data terbaru, pengguna aktif bulanan TikTok telah mencapai lebih dari 1,5 miliar di seluruh dunia, dengan mayoritas pengguna berasal dari generasi Z dan milenial (DataReportal, 2023).

Dalam aspek ekonomi dan pemasaran, TikTok telah mengubah lanskap industri digital melalui integrasi fitur e-commerce dan kolaborasi dengan kreator konten. Banyak merek global kini memanfaatkan fitur TikTok Shop dan kampanye influencer untuk menjangkau konsumen secara langsung, yang dikenal sebagai social commerce (Kotler & Kartajaya, 2022). Strategi pemasaran ini terbukti efektif karena tingkat keterlibatan (engagement rate) pengguna di TikTok jauh lebih tinggi dibandingkan platform lain, memungkinkan pesan iklan tersampaikan secara organik dan tidak terasa memaksa. Namun, dominasi TikTok juga memicu persaingan ketat dengan platform sejenis seperti Instagram Reels dan YouTube

Shorts, yang memaksa mereka untuk mengadopsi fitur video pendek serupa (Statista, 2023).

Meskipun menawarkan peluang besar, penggunaan TikTok juga menuai kritik terkait privasi data pengguna dan potensi dampak negatif terhadap kesehatan mental remaja. Beberapa pemerintah negara telah mempertimbangkan pembatasan penggunaan aplikasi ini di perangkat pemerintah karena kekhawatiran mengenai keamanan data yang disimpan di server luar negeri (Greenfield, 2023). Selain itu, studi menunjukkan bahwa konsumsi konten yang berlebihan di TikTok dapat berkontribusi pada kecemasan sosial dan gangguan fokus pada kalangan remaja, yang menuntut adanya regulasi yang lebih ketat mengenai perlindungan pengguna di bawah umur (Pew Research Center, 2022).

2.2.3 Komunikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan dan berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sementara itu, menurut Gerald R. Miller, seperti dikutip oleh Deddy Mulyana(2017), komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk memengaruhi perilaku penerima.

Lasswell (1940) menjelaskan konsep komunikasi secara jelas dan sistematis dengan menguraikan beberapa komponen yang terlibat dalam proses komunikasi:

1. Siapa, yaitu pihak yang merupakan aktor awal dalam proses komunikasi dan berperan sebagai sumber atau pengirim pesan.

2. Mengatakan apa, yakni isi informasi yang disampaikan.
3. Kepada siapa, yakni pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima. Melalui saluran apa, yakni alat atau saluran penyampaian informasi.
4. Dengan akibat atau hasil apa, yakni hasil yang terjadi pada diri penerima

2.2.4 Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan cara individu maupun kelompok berinteraksi secara verbal atau nonverbal yang bertujuan memberikan pesan agar komunikasi dapat dipahami dengan istilah-istilah yang disampaikan dan agar mendapatkan umpan balik (feedback). Setiap orang pasti memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan keadaan yang dihadapinya. Gaya komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila pemahaman atau pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima dengan baik oleh komunikan. Gaya komunikasi merupakan hal yang bersifat dinamis seperti budaya yang bersifat relatif (Fajrie, 2018)

Gaya komunikasi juga dapat mengungkapkan karakter seseorang yang memberi makna dari segi ekspresi senang, marah, sedih, bosan, benci, dan lain sebagainya. Secara tidak langsung, gaya komunikasi mampu menentukan citra positif seseorang. Citra positif inilah yang akan berpengaruh pada perhatian publik dan banyaknya orang lain menyukainya. Berikut 4 jenis gaya komunikasi :

1. Gaya Komunikasi Pasif Gaya komunikasi pasif ditandai dengan kecenderungan individu untuk menghindari konflik dan tidak berani

menyatakan pendapat atau kebutuhan mereka sendiri secara terbuka. Orang yang menggunakan pendekatan ini sering kali mengorbankan hak-hak pribadi demi menyenangkan orang lain, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penumpukan emosi negatif dan perasaan tidak dihargai dalam jangka panjang (Mayer, 2020). Ciri-ciri komunikasi pasif meliputi bahasa tubuh yang tertutup, suara yang pelan, serta penggunaan kata-kata yang meragukan seperti "mungkin" atau "mungkin saja", yang membuat pesan yang disampaikan menjadi tidak jelas dan mudah diabaikan oleh orang lain.

2. **Gaya Komunikasi Agresif** Sebaliknya, gaya komunikasi agresif berfokus pada kemenangan diri sendiri dengan mengabaikan perasaan, hak, dan batasan orang lain di sekitarnya. Individu yang menggunakan pendekatan ini sering kali berbicara dengan nada tinggi, menyalahkan, atau mengintimidasi lawan bicara untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan tanpa memedulikan dampaknya (Smith & Jones, 2021). Meskipun tujuannya adalah untuk mendominasi situasi, gaya ini sering merusak hubungan interpersonal dan menciptakan lingkungan yang penuh dengan ketegangan, permusuhan, serta rasa takut di antara para pihak yang terlibat.
3. **Gaya Komunikasi Pasif-Agresif** Gaya ini merupakan perpaduan yang tidak sehat antara pasif dan agresif, di mana seseorang mengekspresikan kemarahan atau ketidakpuasan secara tidak langsung alih-alih mengomunikasikannya secara terbuka. Ciri khasnya meliputi penggunaan sindiran, sikap dingin, menunda-nunda tugas, atau berpura-pura lupa sebagai bentuk pembalasan diam-diam terhadap orang lain (Brown, 2019).

Ketidakjelasan dalam komunikasi pasif-agresif membuat lawan bicara menjadi bingung dan frustrasi karena pesan yang disampaikan secara verbal tidak sesuai dengan tindakan atau nada yang sebenarnya mereka inginkan.

4. **Gaya Komunikasi Asertif** Gaya komunikasi asertif dianggap sebagai pendekatan yang paling sehat dan efektif karena menyeimbangkan antara hak diri sendiri dan hak orang lain dalam sebuah interaksi. Individu yang asertif mampu menyampaikan pikiran, perasaan, dan kebutuhan mereka dengan jelas, jujur, dan sopan tanpa merasa bersalah atau menyerang pihak lain (Gibson, 2022). Komunikasi ini membangun kepercayaan dan rasa saling menghormati, sehingga solusi konflik dapat dicapai melalui dialog yang konstruktif dan saling menguntungkan, yang pada akhirnya memperkuat hubungan interpersonal.

1.2.4 Remaja

Secara definisi, remaja adalah fase transisi perkembangan manusia yang terjadi antara masa kanak-kanak dan dewasa, ditandai dengan perubahan fisik, kognitif, dan emosional yang signifikan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan batasan umur remaja secara resmi berkisar antara 10 hingga 19 tahun, namun dalam konteks psikologi perkembangan modern, batasan ini sering diperluas hingga usia 24 tahun untuk mencakup fase *emerging adulthood* (dewasa awal) (World Health Organization, 2023). Perluasan batasan ini didasarkan pada realitas sosial di mana kemandirian finansial dan psikologis sering kali tercapai lebih

lambat di era kontemporer, sehingga kebijakan publik perlu menyesuaikan dengan rentang usia yang lebih inklusif.

Dalam hal data demografis, populasi remaja global terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan proyeksi jumlah remaja di seluruh dunia mencapai lebih dari 1,2 miliar pada tahun 2025 berdasarkan tren demografi terbaru (United Nations, 2024). Di Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kelompok usia remaja (10-19 tahun) masih menjadi proporsi terbesar dalam struktur penduduk muda, yang menuntut perhatian khusus dalam bidang pendidikan dan kesehatan mental (Badan Pusat Statistik, 2024). Data ini menunjukkan bahwa remaja tetap menjadi kelompok strategis yang memerlukan investasi sumber daya manusia yang berkelanjutan untuk memastikan masa depan yang produktif dan sehat.

2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoretis penelitian ini berlandaskan pada Teori Determinisme Teknologi yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1962). Teori tersebut menegaskan bahwa kemajuan teknologi komunikasi berperan signifikan dalam memengaruhi cara individu memahami realitas, membangun interaksi, serta menjalankan proses komunikasi dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian ini, media sosial TikTok diposisikan sebagai bentuk teknologi komunikasi kontemporer yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan akses informasi, tetapi juga turut membentuk pola komunikasi remaja. Pengaruh tersebut terlihat pada penggunaan gaya bahasa, ekspresi diri, serta pola interaksi remaja dengan lingkungan sosialnya. Selain itu, karakteristik TikTok yang menekankan video

berdurasi singkat, fenomena viral, dan sistem algoritma berbasis tren mendorong remaja untuk menyesuaikan cara berkomunikasi dengan dinamika komunikasi digital yang serba cepat, visual, dan berorientasi pada popularitas

.2.3.1 Teori Determinisme Teknologi (Marshall McLuhan 1962)

Teori Determinisme Teknologi yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan menyatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan cara manusia berkomunikasi. McLuhan mengemukakan konsep terkenal "*the medium is the message*", yang berarti bahwa media itu sendiri memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat, bahkan lebih kuat dibandingkan isi pesan yang disampaikan. Dalam konteks penelitian ini, media sosial TikTok dipandang bukan sekadar alat komunikasi, melainkan sebuah teknologi yang secara aktif membentuk gaya komunikasi remaja.

TikTok memiliki karakteristik khusus seperti video berdurasi pendek, sistem algoritma berbasis tren, fitur komentar dan siaran langsung, serta budaya viral yang mendorong partisipasi aktif pengguna. Karakteristik tersebut menciptakan pola komunikasi yang cepat, ringkas, visual, dan ekspresif. Remaja yang intens menggunakan TikTok cenderung menyesuaikan cara berbicara, berekspresi, serta berinteraksi sesuai dengan budaya komunikasi yang berkembang di platform tersebut. Dengan demikian, perubahan gaya komunikasi remaja bukan hanya disebabkan oleh faktor individu, tetapi juga oleh struktur dan sistem teknologi yang membingkai cara mereka berkomunikasi.

2.4 Kerangka pemikiran

Perkembangan pesat teknologi komunikasi, terutama platform media sosial TikTok, telah memicu transformasi signifikan dalam dinamika komunikasi remaja. Mengacu pada Teori Determinisme Teknologi yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan, teknologi tidak sekadar berfungsi sebagai sarana transmisi pesan, melainkan memiliki peran aktif dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta interaksi sosial manusia (McLuhan, 2021). Dalam perspektif ini, media dipandang sebagai perpanjangan dari kemampuan kognitif manusia yang secara implisit menciptakan lingkungan simbolik baru bagi para penggunanya.

Pada konteks penelitian ini, TikTok dikategorikan sebagai teknologi media sosial dengan fitur unik, meliputi durasi video singkat, dominasi elemen visual-audio, budaya viralitas, serta algoritma yang berbasis tren terkini. Fitur-fitur tersebut memaksa remaja untuk beradaptasi dengan gaya komunikasi digital yang bersifat cepat, ekspresif, dan cenderung tidak formal (Chen, 2021). Tingkat intensitas penggunaan aplikasi ini berpotensi memodifikasi gaya bahasa, mekanisme ekspresi diri, serta bentuk interaksi sosial, baik yang terjadi di ruang maya maupun dalam interaksi tatap muka sehari-hari.

Siswa di SMA 1 Tanjung Mutiara yang tumbuh dalam lingkungan sosial budaya yang kental dengan nilai adat, norma kesopanan, serta etika komunikasi antargenerasi, kini mengalami pergeseran pola komunikasi akibat paparan teknologi media sosial. Melalui proses difusi budaya digital, nilai-nilai global yang disebarkan melalui TikTok berinteraksi dengan nilai budaya lokal, sehingga

memunculkan perubahan dalam cara remaja berbahasa, bersikap, dan membangun identitas diri (Rogers, 2020)

2.4.1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan peneliti 2026

Bagan kerangka pemikiran di atas menggambarkan alur hubungan antara perkembangan teknologi media dengan perubahan gaya komunikasi remaja di SMAN 1 Tanjung Mutiara. Perkembangan teknologi media menjadi faktor awal yang mendorong munculnya media sosial TikTok sebagai teknologi komunikasi yang populer di kalangan remaja. TikTok, dengan karakteristik video pendek, budaya viral, dan algoritma berbasis tren, menciptakan lingkungan simbolik digital yang membentuk cara remaja memaknai komunikasi.

Lingkungan simbolik digital tersebut memengaruhi pola komunikasi remaja, yang tercermin dalam perubahan gaya bahasa, cara berinteraksi, norma kesopanan, serta proses pembentukan identitas diri. Seluruh aspek tersebut pada akhirnya bermuara pada perubahan pola komunikasi remaja di SMA 1 Tanjng Mutiara, baik dalam interaksi di ruang digital maupun dalam kehidupan.