

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Social Judgement*

Teori penilaian sosial dikembangkan oleh psikolog Muzafer Sherif, dengan masukan signifikan dari Carl I. Hovland dan Carolyn W. Sherif. Berakar pada teori penilaian, yang berkaitan dengan diskriminasi dan kategorisasi rangsangan, ia mencoba menjelaskan bagaimana sikap diekspresikan, dinilai, dan dimodifikasi. Teori ini merinci bagaimana sikap diwakili secara kognitif, proses psikologis yang terlibat dalam menilai komunikasi persuasif, dan kondisi di mana sikap yang dikomunikasikan diterima atau ditolak. Ini menawarkan rencana akal sehat untuk mendorong perubahan sikap di dunia nyata.¹

Ada lima prinsip dasar dalam teori penilaian sosial.² Yang pertama menegaskan bahwa orang memiliki kategori penilaian yang dengannya mereka mengevaluasi informasi yang masuk. Ketika seorang individu menghadapi situasi di mana dia harus membuat penilaian, berbagai kemungkinan posisi dapat diambil sebagai tanggapan. Misalnya, jika seseorang diminta untuk memberikan kontribusi uang untuk amal, posisi yang mungkin berkisar dari "sama sekali tidak" hingga "sangat pasti." Sepanjang kontinum inklusif ini ada kategori posisi yang mungkin dianggap dapat diterima atau tidak dapat diterima oleh seorang individu, dan juga rentang yang tidak memiliki pendapat signifikan. Rentang ini disebut sebagai garis lintang penerimaan, garis lintang penolakan, dan garis lintang non-komitmen. Posisi individu yang paling disukai, terletak di dalam garis lintang penerimaan, disebut sebagai jangkar.

Prinsip kedua menyatakan bahwa ketika orang mengevaluasi informasi yang masuk, mereka menentukan

¹ Donald Granberg, Teori Penilaian Sosial, *Annals of the International Communication Association*, Vol 6, No 1, 1982, 304-329.

² Rino F. Boer dan Dionisius Lesmana, 51-63.

kategori penilaian, atau garis lintang, yang menjadi miliknya. Dalam contoh yang disebutkan di atas, individu dengan pandangan yang baik tentang tujuan amal kemungkinan besar akan mengajukan permintaan sumbangan dalam batas penerimaan. Sebaliknya, mereka yang memiliki pandangan yang tidak menguntungkan tentang tujuan amal akan menempatkan sikap mereka dalam garis lintang penolakan. Mereka yang tidak memiliki pendapat yang signifikan akan menempatkannya di garis lintang non-komitmen.

Prinsip ketiga menegaskan bahwa ukuran garis lintang ditentukan oleh tingkat keterlibatan pribadi, atau keterlibatan ego, yang dimiliki seseorang dalam masalah yang dihadapi. Orang mungkin atau mungkin tidak memiliki pendapat tentang informasi yang dikomunikasikan, dan ini akan mempengaruhi diterima atau tidaknya pesan persuasif. Pendapat yang sama ini (atau kekurangannya) juga memengaruhi ukuran garis lintang. Semakin tinggi tingkat keterlibatan ego, semakin besar kemungkinan penolakan. Misalnya, seorang individu yang diminta untuk sumbangan ke masyarakat kanker akan memiliki ruang penerimaan yang lebih kecil jika ibunya menderita kanker, dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki hubungan pribadi dengan penyakit tersebut. Untuk individu itu, berkontribusi pada amal sangat penting, dan tanggapan lainnya tidak dapat diterima. Oleh karena itu, lintang penerimaan dan nonkomitmen akan lebih kecil dibandingkan dengan lintang penolakan.³

Prinsip empat menyatakan bahwa orang mendistorsi informasi yang masuk agar sesuai dengan kategori penilaian mereka. Ketika disajikan dengan pesan persuasif yang berada dalam garis lintang penerimaan, dan dekat dengan jangkar individu, orang akan mengasimilasi posisi baru. Artinya, mereka akan mempersepsikan posisi baru itu lebih dekat dengan sikap mereka daripada yang sebenarnya. Namun, ketika pesan persuasif relatif jauh dari jangkar, orang cenderung

³ Donald Granberg, 304-329.

mengkontraskan posisi baru dengan posisi mereka sendiri, membuatnya tampak lebih berbeda dari yang sebenarnya. Dalam kedua kasus, individu mendistorsi informasi yang masuk relatif terhadap jangkar mereka.

Distorsi ini mempengaruhi persuasif pesan yang masuk. Jika pesan terlalu dekat dengan jangkar, akan terjadi asimilasi dan akan ditafsirkan tidak berbeda dengan posisi semula. Jika kontras terjadi, pesan akan dianggap tidak dapat diterima dan selanjutnya ditolak. Dalam kedua kasus tersebut, teori penilaian sosial akan memprediksi bahwa perubahan sikap tidak mungkin terjadi.⁴

Prinsip kelima menegaskan bahwa persuasi optimal terjadi ketika perbedaan antara jangkar dan posisi yang dianjurkan kecil hingga sedang. Kasus seperti itu, asimilasi atau kontras tidak akan terjadi, memungkinkan pertimbangan pesan yang dikomunikasikan. Kondisi ini, perubahan sikap dimungkinkan.⁵

Implikasi utama dari teori penilaian sosial adalah bahwa persuasi sulit dilakukan. Pesan persuasif yang berhasil adalah pesan yang ditargetkan pada garis lintang penerimaan dan ketidaksesuaian penerima dari posisi jangkar, sehingga informasi yang masuk tidak dapat diasimilasi atau dikontraskan. Keterlibatan ego penerima juga harus dipertimbangkan. Ini menunjukkan bahwa bahkan upaya persuasi yang berhasil akan menghasilkan perubahan kecil dalam sikap.

Teori penilaian sosial merupakan sebuah karya ilmu psikologi sosial, berfokus pada bagaimana kita membuat penilaian mengenai pernyataan yang kita dengar. Rentang penerimaan dan penolakan seseorang dipengaruhi oleh sebuah variabel kunci-keterlibatan Ego. Keterlibatan Ego (*Ego Involvement*) adalah pemahaman tentang hubungan pribadi anda dengan sebuah masalah. Efek Kontras (*Contrast Effect*) terjadi ketika semua individu menilai sebuah pesan lebih jauh dari sudut pandang mereka daripada yang seharusnya dan Efek

⁴ Donald Granberg, 304-329.

⁵ Rino F. Boer dan Dionisius Lesmana, 51-63.

Asimilasi (*Asimilation Effect*) terjadi ketika manusia menilai sebuah pesan lebih dekat dengan sudut pandang mereka daripada yang seharusnya.⁶

Melihat beberapa keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan (judgement) yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi.

2. Muslimah

Muslim adalah orang yang berserah diri kepada Allah Swt dengan hanya menyembah dan meminta pertolongan kepada-Nya terhadap segala yang ada di langit dan bumi. Kata muslim merujuk kepada penganut agama Islam saja, kemudian pemeluk pria disebut dengan muslimin dan pemeluk wanita disebut Muslimah.⁷

Wanita muslimah menurut Islam adalah wanita yang menganut agama Islam dan menjalankan segala kewajiban serta perintah Allah Swt yang terkandung dalam agama Islam. Dalam suatu pepatah disebutkan bahwa wanita muslimah adalah perhiasan dunia dan ia lebih mulia daripada bidadari di surga. Menjadi wanita muslimah yang baik hendaknya menjadi cita-cita setiap wanita karena wanita muslimah tentunya disukai Allah Swt dan juga orang-orang disekitarnya. Memang terkadang tidak mudah untuk selalu istiqomah dan menjadi wanita muslimah yang baik, akan tetapi segala hal tersebut layak untuk diusahakan. Untuk menjadi wanita muslimah sejati atau wanita shaleha menurut Islam maka ia harus memenuhi segala kewajiban baik sebagai seorang anak, istri, ibu dan peranan lainnya dalam kehidupan.⁸ Adapun kriteria yang harus dimiliki oleh

⁶ Juneman, "Teori-Teori Transorientasional dalam Psikologi Sosial", *Humaniora*, Vol.2 No.2 Oktober 2011, 1351-1367.

⁷ Supriyadi, "Muslimah Karir (Studi Faktor-faktor yang Berperan)", *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 4, Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTM)*, ISBN: 978-602-19568-1-6.

⁸ Muhammad Ali Al Hasyimi, *Kepribadian Wanita Muslimah*, (tt, Internasional Islamic Publishing House, 2006), 27.

wanita sehingga ia bisa disebut dengan muslimah sejati diantaranya adalah:

a. Beriman serta bertaqwa kepada Allah

Kriteria pertama yang harus memenuhi diri seorang wanita muslimah sejati adalah beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. Wanita muslimah adalah mereka yang senantiasa melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar dan menjalankan segala perintah Allah SWT.

b. Melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim

Muslimah sejati tentunya harus melaksanakan semua kewajiban yang dibebankan kepada seorang muslim. Diantaranya adalah sholat, puasa, zakat, dan beberapa ibadah lain yang sudah ditetapkan dalam ajaran Islam. Selain itu, wanita muslimah juga selalu berusaha untuk melakukan ibadah sunnah yang dianjurkan sebagai pelengkap dari ibadah wajibnya.

c. Menutup Aurat

Seorang wanita wajib menutup auratnya, hal ini dikarenakan wanita adalah makhluk yang dimuliakan Allah SWT dan agar wanita dijauhkan dari fitnah lawan jenisnya. Aurat yang terbuka bisa menyebabkan lawan jenis sulit menjaga pandangan dan menjerumuskan dalam perbuatan zina. Selain itu dengan menutup aurat merupakan suatu tindakan menghargai diri sendiri bagi seorang wanita, sebab dengan menutup aurat, tubuh wanita akan lebih terjaga dari segala jenis bahaya yang mungkin terjadi.

d. Memiliki Akhlak yang baik

Akhlak adalah budi pekerti yang ada dalam diri seseorang. Wanita muslimah hendaknya memiliki akhlak yang mulia, tutur kata yang sopan serta perilaku yang santun. Wanita muslimah juga seharusnya memiliki perkataan yang lembut dan tidak berlaku kasar kepada orang lain. Selain itu wanita muslimah juga harus selalu bersabar terhadap apa yang menimpanya, selalu merasa malu jika berbuat sesuatu yang tidak baik.

e. Berbakti kepada orang tua atau suami

Berbakti kepada orangtua dan suami merupakan kriteria lain dari seorang wanita muslimah sejati. Sudah selayaknya wanita menghormati dan berbakti kepada orangtua, berusaha untuk membantu pekerjaan dan meringankan beban orangtua dalam rumah. Di sisi lainnya, seorang wanita muslimah juga harus berbakti kepada suaminya karena wanita yang tidak berbakti pada suaminya adalah salah satu wanita yang dibenci Allah SWT.

f. Memiliki ilmu serta mampu mengurus keluarga

Pada hakikatnya seorang wanita akan menjadi ibu bagi anak-anaknya kelak untuk itu ia haruslah memiliki ilmu yang bisa ia jadikan bekal untuk mengajarkan kepada anak-anaknya kelak. Selain itu, ilmu yang dimiliki seorang wanita juga dapat digunakan untuk kemaslahatan masyarakat. Menuntut ilmu hukumnya wajib. oleh sebab itu, wanita muslimah juga harus menuntut ilmu meskipun tidaklah harus mencapai perguruan tinggi. Asalkan ia bisa merawat anak dan keluarganya dengan baik, maka seorang wanita sudah mampu menjadi muslimah yang baik tentunya jika memenuhi kriteria lainnya.

Wanita muslimah adalah satu-satunya wanita yang sanggup menerangi dunia wanita modern yang telah jenuh dengan filsafat materialisme dan pola hidup jahiliyah yang mendominasi kehidupan masa kini. Dengan mengenalkan dirinya, menghadapkan dirinya pada sumber permikiran yang murni untuk kemudian menata kembali kepribadiannya yang asli yaitu kepribadian yang telah dibentuk oleh Al-Qur'an dan As Sunnah akan memunculkan generasi-generasi muslim yang jenius dengan berasaskan pada pilar utama agama Islam.

3. TikTok

a. Definisi Akun 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. Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan dukungan musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.⁹

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan 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. Dan video-video tersebut dibuat juga oleh anak-anak dibawah umur yakni peserta didik yang belum begitu memahami arti dari video-video tersebut.¹⁰

TikTok memiliki 92,07 juta pengguna berusia delapan belas tahun ke atas di Indonesia pada awal 2022. Per April 2022, TikTok sudah memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Pada persentase pengguna TikTok dengan usia 10-19 tahun ada sebanyak 32.5 persen. Sementara itu, ada 29.5 persen pengguna TikTok yang berusia 20-29 tahun. Selanjutnya, sebanyak 16.4 persen pengguna berusia 30-39 tahun. Persentase untuk pengguna 40-49 tahun adalah 13.9 persen dan pengguna yang berusia lima puluh tahun ke atas adalah sebanyak 7.1 persen. Indonesia memiliki pengguna TikTok terbanyak kedua setelah Amerika, berdasarkan data dari Statista Juli 2022, ada 22.2 juta pengguna aktif TikTok setiap bulan di Indonesia. Sedangkan

⁹ Sukma Buton, "Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon", *Skripsi*, IAIN Ambon, 2021, 51.

¹⁰ Nora Ushrina, "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Alquran Ar-Risalah", *Skripsi*, UIN Ar-raniry Banda Aceh, 2021, 47.

Amerika sebanyak 65,9 juta pengguna aktif setiap bulannya.¹¹

Indikator media sosial TikTok dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Adanya dampak positif dan dampak negatif dalam menggunakan aplikasi TikTok.
- 2) Adanya kreatifitas mereka dalam penggunaan aplikasi TikTok.¹²

Aplikasi media sosial TikTok banyak 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 menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik dan joget. mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain. Aplikasi TikTok adalah salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda. Aplikasi TikTok dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal, karena video-video yang mereka buat karena kreatifitasnya, ada juga yang terkenal karena video nya yang lucu, ada juga karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lain.¹³

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 di bawah umur, anak-anak milenial, atau anak-anak generasi Z. Pada

¹¹ <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?rq=Tiktok>, Diakses pada 1 Agustus 2022,

¹² Sukma Buton, “Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon”., 41.

¹³ Nisa Khairuni, “Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak”, *Jurnal Edukasi 2*, No. 1, 2016, 8.

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.¹⁴

b. Faktor-Faktor Penggunaan Aplikasi TikTok

Ada beberapa faktor dalam penggunaan aplikasi TikTok. Penelitian ini menemukan 2 (dua) faktor diantaranya: *Pertama*, ada faktor Internal. *Kedua*, ada faktor eksternal:¹⁵

1) Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi, 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 menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tik tok 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

¹⁴ Wisnu Nugroho Aji, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia", *Skripsi*, Universitas Widya Dharma Klaten, 2018, 10.

¹⁵ Demmy Deriyanto, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, No. 2, 2018, 78.

berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatifnya juga penggunaan aplikasi TikTok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

2) Faktor Eksternal¹⁶

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial 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 seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

c. Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok

Diakalangan masyarakat TikTok pastinya memiliki dampak positif maupun negatif. Dari segi

¹⁶ Demmy Deriyanto, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, No. 2, 2018, 78-79.

positif sendiri aplikasi TikTok memiliki beberapa manfaat yaitu:¹⁷

1) Kreatif

Menggunakan aplikasi TikTok menjadikan seseorang lebih kreatif dalam membuat sebuah karya/video guna memperlihatkan kekreatifannya banyak dari para konten kreator yang membuat video seperti menyanyi, menari bahkan ada video yang berisi konten edukasi sehingga video dari para konten kreator mendapatkan hal respon yang baik dari warganet. Sehingga dengan adanya kreativitas tersebut para konten kreator mendapatkan sesuatu hal yang positif seperti halnya endorsement, dikenal banyak orang, relasi bahkan hal yang lainnya.

2) 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.

3) Olahraga

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

4) Baik untuk kesehatan mental

Sering kali manusia mengalami berbagai kejenuhan dan rasa bosan dalam hidupnya. Untuk mengatasi rasa bosan tersebut, kebanyakan orang mencari hiburan melalui media sosial. Salah satu aplikasi populer yang

¹⁷ Nisa Khairuni, "Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak?..", 12.

sering digunakan oleh masyarakat luas adalah aplikasi TikTok.

Namun, ada juga dampak negatif yang ditimbulkan diantaranya:¹⁸

1) 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.

2) 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.

3) 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.

4) 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.

5) Rentan Ujaran Kebencian

Di samping kebermanfaatan konten di aplikasi TikTok, tidak sedikit pula konten-konten yang tidak bermanfaat dan cenderung ke arah negatif yang akan menjadi santapan

¹⁸ Demmy Deriyanto, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap *TikTok*", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, No. 2, 2018, 79.

penonton, khususnya para remaja dan anak-anak. Aplikasi TikTok juga sering disalahgunakan oleh para konten kreator untuk mencari ketenaran dengan saling menghujat satu sama lain.¹⁹

Selain beberapa hal yang sudah disebutkan di atas, terdapat beberapa dampak negatif lain yang banyak muncul dikarenakan kecanduan aplikasi tik tok. Dampak negatif tersebut diantaranya adalah menimbulkan efek kecanduan. Kecanduan TikTok dapat mengakibatkan defisit pada kemampuan pengguna untuk menerima atau mengonsumsi konten dengan durasi lebih panjang. Durasi konten yang lebih panjang membutuhkan fokus yang lebih lama. Durasi video TikTok sendiri biasanya berada pada rentang 15-60 detik. Terbiasa dengan durasi video yang pendek apalagi sampai kecanduan akan membuat orang lebih susah berkonsentrasi jika kembali disuguhkan video dengan durasi panjang.

4. Gaya Komunikasi

a. Definisi Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi termasuk sikap dalam komunikasi yang dijalankan oleh suatu individu pada sebuah perusahaan atau organisasi yang mempunyai tujuan untuk memperoleh timbal balik dari individu lainnya pada pesan organisasional yang disampaikan. Gaya komunikasi termasuk teknik dalam menyampaikan dalam berbahasa yang sopan. Setiap gaya komunikasi ini terdiri dari berbagai perilaku yang dipergunakan untuk memperoleh tanggapan ataupun respon tertentu pada kondisi tertentu. Kesesuaian pada gaya komunikasi yang dipergunakan dipengaruhi oleh maksud ataupun

¹⁹ Demmy Deriyanto, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap *TikTok*", 80

tujuan dari pengirim serta harapan dari pihak yang menerima.²⁰

Gaya komunikasi diberikan pengaruh oleh situasi, tidak hanya pada tipe suatu individu, tidak bergantung dalam tipe suatu individu, namun dalam kondisi yang dihadapinya. Berbagai individu akan memakai gaya bahasa yang beragam pada saat mereka tengah marah, gembira, bosan, sedih serta tertarik. Begitu juga pada saat menjalankan interaksi dengan temannya, individu yang baru saja dikenal serta sebagai anak bakal berbicara dalam bahasa yang tidak sama. Disisi lain, gaya yang dipakai juga diberikan oleh berbagai aspek, termasuk suatu hal yang sifatnya dinami serta sangat sukar untuk diprediksi. Sebagaimana halnya pada budaya, gaya komunikasi ialah sebuah hal yang bersifat relatif. Oleh karenanya berbagai individu itu bisa mengambil kesimpulan jika proses komunikasi ialah sekumpulan berbagai tugas untuk langkah maupun interaksi dari berbagai tugas diawali dari komunikator serta memakai sistem guna meraih penerima serta penerima memberikan timbal balik.

Gaya ataupun cara komunikasi yang dipakai oleh suatu individu dapat dipengaruhi berbagai hal, termasuk suatu hal yang sifatnya dinamis serta sangat susah untuk diprediksi. Seperti halnya pada budaya, suatu hal yang bersifat relatif sehingga kita bisa mengambil simpulan jika proses komunikasi ialah sekumpulan berbagai tugas tahap demi tahap ataupun interaksi dari berbagai tugas yang diawali dari komunikator serta memakai sistem guna meraih penerima memberi timbal balik kepada pengirimnya. Mungkin dalam proses tersebut terdapat gangguan, sehingga terdapat beberapa model dasar pada komunikasi yaitu: transaksional, interaktif serta

²⁰ Djuarsa Sendjaja, *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*, (Jakarta : Universitas Terbuka, 1996), 7.

linear. Gaya mengacu pada teknik bagaimana suatu individu dalam menjalankan komunikasi.²¹

Gaya komunikasi memberi penjelasan mengenai bagaimana cara ataupun gaya bertingkah laku suatu individu pada saat menerima serta mengirim pesan. Cara dalam berkomunikasi biasa dikenal dengan istilah “Gaya komunikasi”. Hal ini dikarenakan setiap individu biasa memakai suatu gaya pada saat tengah menjalankan komunikasi dengan individu lainnya. Setiap individu mempunyai gaya yang berbeda, Hal ini dikarenakan apabila suatu individu mengetahui gaya komunikasi yang dimiliki oleh individu lainnya maka akan melakukan pengembangan relasi serta interaksi antar individu untuk meraih komunikasi yang sifatnya efektif. Sehingga bisa dimaknai jika gaya komunikasi bisa menyebabkan suatu individu berhasil dalam menjalankan interaksi dengan individu lainnya. Terdapat beberapa kunci yang termasuk dasar dalam menjalankan relasi serta interaksi dengan manusia yaitu: Pertama Interaksi dengan orang lain. Kedua Interaksi dengan diri sendiri. Ketiga Interaksi yang dijalankan dengan anggota kelompok.

Oleh karenanya bisa dipahami pengetahuan mengenai beragam gaya ataupun cara komunikasi suatu individu bisa memberikan dorongan supaya komunikasi menjadi lebih efisien serta lebih efektif sebab preferensi, persepsi, pandangan serta komunikasi setiap orang serta gaya tersebut sangat beragam diantara suatu individu dengan individu lainnya.²²

Norton memaparkan jika gaya komunikasi bisa dimaknai sebagai cara suatu individu dalam menjalankan interaksi dengan cara non verbal ataupun cara verbal guna memberikan tanda

²¹ Amal Ibrahim, “The Islamic Perspective Of Interpersonal Communication”, *Journal Of Islamic Studies Culture* 2, No. 3, 2016: 28.

²² Alo Liliweri, “*Komuniasi Interpersonal*”, (Jakarta : Kencana, Ed. I, 2015), 254.

mengenai makna yang sebenarnya untuk dimengerti serta dipahami. Gaya ataupun cara komunikasi seringkali lebih penting dibanding dengan konten yang ada pada komunikasi. Setiap individu mampu memahami konten secara optimal namun pesan yang disampaikan tidak tersampaikan ataupun seringkali tidak bisa diterima secara optimal oleh individu lainnya sebab adanya ketidakmampuan untuk menyampaikan. Oleh karenanya gaya komunikasi termasuk suatu hal yang sebenarnya wajib diimplementasikan. Pada dasarnya diberikan pengaruh oleh berbagai hal, termasuk sebuah hal yang sifatnya dinamis serta sangat sulit untuk diprediksi karena gaya mempunyai sifat yang relatif.²³

b. Gaya Komunikasi Islam

Agama Islam mengajarkan bahwa komunikasi memiliki arti penting dalam menjalani kehidupan beragama dan bersosial masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan perhatian Alquran terhadap etika komunikasi, yang secara terus terang ada dalam ayat-ayat Alquran itu sendiri dan juga hadis Nabi. Secara umum, Islam menekankan etika komunikasi yang berakhlak karimah, sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai yang terkandung dalam Alquran.²⁴

Komunikasi bukan hanya pengetahuan yang diajarkan di dalam kelas saja. Namun sebenarnya komunikasi sudah diajarkan oleh Allah Swt, pembelajaran tersebut dijalankan melalui Alquran mengenai bagaimana keutamaan komunikasi untuk umat manusia terutama umat muslim.²⁵

Komunikasi menurut pandangan Islam ialah suatu hal yang dibicarakan guna membentuk hubungan secara vertikal antara individu dengan

²³ S. Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), 7.

²⁴ Irpan Kurniawan, "Etika Pola Komunikasi Dalam Alquran", 13.

²⁵ Fitri Yanti, "Pola Komunikasi Islam terhadap Tradisi Heterodok (Studi Kasus Tradisi Ruwatan)", *Analisis*, Vol XIII, No1, 2013, 201-220.

Allah Swt, serta untuk menjalankan komunikasi secara horizontal yakni antara suatu individu dengan individu lainnya. Komunikasi yang sifatnya horizontal dilihat melalui berbagai ibadah fardhu seperti puasa, sholat, haji serta zakat yang mempunyai tujuan untuk membentuk ketakwaan. Sementara komunikasi yang dijalankan antar sesama manusia bisa diwujudkan melalui usaha menekankan hubungan sosial atau yang dikenal dengan muamalah, yang terlihat dari berbagai aspek kehidupan misalnya budaya, sosial, ekonomi, politik dan lainnya.²⁶

Beragam literatur yang menjelaskan mengenai komunikasi Islam maka kita bisa memperoleh berbagai jenis pola ataupun cara pembicaraan yang dikelompokkan sebagai etika, prinsip serta kaidah komunikasi Islam yaitu:

1) ***Qoulān Sādidā***

Istilah ini bermakna ucapan, pembicaraan, perkataan yang baik serta benar menurut segi substansi ataupun redaksi. Komunikasi Islam menurut segi substansi wajib memberi informasi ataupun menyampaikan faktual, kebenaran maupun berbagai hal yang benar, tidak berbohong, jujur serta tidak memanipulasi ataupun merekayasa informasi.²⁷

2) ***Qoulān Bālighā***

Istilah baligh bermakna lugas, jelas, fasih serta tepat maknanya. Qaulan baligha maknanya memakai berbagai kata yang tepat, efektif, komunikatif, tepat sasaran, mudah dipahami, langsung ke dalam pokok pembahasan serta tidak bertele-tele. Supaya komunikasi bisa tepat sasaran maka gaya bicara

²⁶ Kaelany, “*Islam Dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 58

²⁷ Siska Laelatul Barokah, “Eksistensi Komunitas Islam ABOGE di Desa Cikakak Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas”, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013, 21.

serta pesan yang hendak disampaikan seharusnya dilakukan penyesuaian dengan tingkat intelektualitas pihak komunikan serta memakai bahasa yang mudah dipahami olehnya.²⁸

3) *Qoulān Ma'rufā*

Istilah ini bermakna perkataan yang pantas, ungkapan yang baik, santun, memakai sindiran serta menyinggung ataupun menyakitkan perasaan orang lain. Istilah ini juga di mana sebagai pembicaraan yang memberikan maslahat ataupun yang memberikan kebaikan.²⁹

4) *Qoulān Kārimā*

Istilah karimah ialah perkataan yang baik, diikuti dengan rasa hormat serta enak didengar, mengagungkan, lemah lembut, serta mempunyai tata krama. Pada ayat itu, perkataan yang baik harus dijalankan ketika menjalankan komunikasi dengan orang tua. Kita tidak boleh membentakanya ataupun mengucapkan berbagai kata yang bisa menyakiti perasaannya. Istilah ini biasa dipakai pada saat menjalankan komunikasi dengan orang tua ataupun orang yang wajib kita hormati. Qaulan karimah pada konteks penyiaran serta jurnalistik, istilah ini mempunyai makna memakai berbagai kata yang tidak kasar, santun, tidak vulgar serta menghindari “bad taste”, misalnya muak, jijik, sadis serta ngeri.³⁰

5) *Qoulān Lāyyinā*

Istilah ini bermakna pembicaraan yang dilakukan secara lemah lembut, dilakukan dengan menggunakan suara yang merdu, serta diungkapkan dengan ramah sehingga bisa

²⁸ Irpan Kurniawan, “Etika Pola Komunikasi Dalam Alquran”, 13.

²⁹ Taufiq Hidayatullah, “Makna *Qaulan* Dalam Al-Qur’an Dan Korelasinya Dengan Etika Komunikasi Menurut Wahbah Az-Zuhaili”, *Skripsi*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021, 37.

³⁰ Irpan Kurniawan, “Etika Pola Komunikasi Dalam Alquran”, 15.

menyentuh hati. Pada tafsir Ibnu Katsir dinyatakan jika yang disebut dengan layina yakni kata sindiran, tidak menggunakan kata yang bermakna terus terang ataupun lugas. Ayat tersebut ialah perintah yang disampaikan oleh Allah Swt kepada nabi Harun serta Musa supaya bisa berbicara secara halus serta lemah lembut kepada Firaun. Dengan adanya qaulan layina maka hati komunikan akan merasa tersentuh serta jiwanya akan menerima pesan yang disampaikan kepadanya.³¹

6) *Qoulān Māysurā*

Istilah ini di mana sebagai perkataan yang mudah yaitu mudah dipahami, mudah dimengerti serta mudah dicerna. Arti lainnya yakni berbagai kata yang sifatnya menggembirakan serta di dalamnya terdapat berbagai hal yang menyenangkan. Komunikasi ini disarankan oleh komunikator selaku pihak yang memberitahukan kepada komunikan ataupun pihak penerima. Komunikasi yang efektif akan muncul jika suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa diterima serta dipahami secara maksimal oleh komunikan, oleh karena itu tidak menimbulkan salah persepsi.³²

c. Aspek-Aspek Gaya Komunikasi

Norton memaparkan jika komunikasi dikelompokkan ke dalam beberapa hal seperti berikut:³³

- 1) *Dramatic*, pada komunikasi jenis ini tindakan komunikasinya dijalankan secara berlebihan, memakai berbagai hal yang didalamnya

³¹ Fitri Yanti, "Pola Komunikasi Islam terhadap Tradisi Heterodok (Studi Kasus Tradisi Ruwatan)", 201-220.

³² Irpan Kurniawan, "Etika Pola Komunikasi Dalam Alquran", 16.

³³ Fiona Puspita Dewi, "Gaya Komunikasi Pemimpin Pt Fition Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin" *Jurnal E-Komunikasi 1*, No. 1, 2013, 20.

mengandung metafora, fantasi, kiasan, cerita serta permainan suara.

- 2) *Dominant*, dalam hal ini komunikator lebih banyak menjaga interaksi, orang yang bersikap seperti ini mempunyai kecenderungan untuk melakukan penguasaan terhadap pembicaraan.
- 3) *Animated ekspresive*, hal ini mencakup warna dalam menjalankan komunikasi seperti ekspresi wajah, gerak badan, kontak mata serta gestur tubuh.
- 4) *Argumentative*, dalam hal ini pihak komunikator mempunyai kecenderungan suka mengungkapkan argumen serta bersifat agresif pada saat mengeluarkan argumen.
- 5) *Open*, dalam hal ini pihak komunikator akan bersikap terbuka serta tidak terdapat suatu hal yang disembunyikan sehingga menimbulkan rasa ketidakpercayaan terhadap diri sendiri serta bisa membentuk komunikasi yang sifatnya dua arah.³⁴
- 6) *Attentive*, dalam hal ini pihak komunikator menjalankan interaksi dengan individu lainnya dengan memposisikan dirinya sebagai pendengar yang empati aktif serta sensitif.
- 7) *Relaxed*, dalam hal ini komunikator bisa bersikap positif serta memberikan dukungan terhadap individu lainnya.
- 8) *Impression leaving*, yakni kemampuan suatu individu dalam membuat kesan bagi para pendengar
- 9) *Precise*, ialah ialah gaya ataupun cara yang sesuai, yang mana pihak komunikator meminta untuk membicarakan mengenai sebuah hal yang akurat serta tepat pada komunikasi secara lisan

³⁴ Fiona Puspita Dewi, "Gaya Komunikasi Pemimpin Pt Fition Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin"..., 20.

- 10) *Friendly*, yakni pihak komunikator bersikap sopan serta ramah ketika tengah menjelaskan mengenai pesan kepada pihak komunikan.³⁵

5. Macam-Macam Komunikasi

Pada dasarnya, komunitas adalah suatu kelompok sosial di tengah masyarakat yang berisikan beberapa individu yang saling berinteraksi di lingkungan tertentu dan umumnya memiliki latar belakang dan juga interest yang sama. Jika menurut Christensson dan Robinson, komunitas merupakan perkumpulan orang-orang yang tinggal di daerah yang terbatas secara geografis sehingga mereka sering berkomunikasi dengan satu sama lain dan memiliki ikatan antara satu dengan yang lainnya. Maka dari itu, komunitas juga dalam batas-batas tertentu dapat merujuk pada warga dari sebuah bangsa, suku, kota, dusun, atau pun desa.³⁶

Terkait penelitian yang dilakukan oleh Fiona Puspita Dewi mengungkapkan sebagai komunikasi termasuk berbagai sikap dalam menjalankan komunikasi yang dipergunakan supaya memperoleh tanggapan ataupun respon tertentu pada kondisi tertentu juga, kesesuaian pada gaya ataupun cara komunikasi yang dipakai dipengaruhi oleh tujuan dari pengirim serta harapan yang dimaksudkan oleh pengirim. Gaya komunikasi ini bisa dikategorikan ke dalam beberapa hal yakni *agresif style*, *assertive style* serta *passive style*. Berikut ini adalah beberapa pemaparan mengenai beberapa gaya tersebut:³⁷

a. *Assertive Style*

Dalam gaya komunikasi seperti ini, biasanya pihak komunikator akan menyusun secara langsung pernyataan yang dibarengi dengan pertimbangan ide, harapan serta perasaan. Komunikator yang bergaya

³⁵ Fiona Puspita Dewi, “Gaya Komunikasi Pemimpin Pt Fition Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin”.., 20.

³⁶ Fiona Puspita Dewi, “Gaya Komunikasi Pemimpin Pt Fition Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin”.., 22.

³⁷ Fiona Puspita Dewi, “Gaya Komunikasi Pemimpin PT Fation yang Dipimpin Lebih dari Satu Pimpinan “.., 23.

seperti ini mempunyai kemampuan dalam mendengarkan berbagai hal dengan baik, oleh karena itu bisa menyebabkan individu lainnya menjadi terbuka saat menjalankan kompromi serta negosiasi, bisa memberikan serta menerima kritik dan juga memberi perintah. Ketika perilaku pribadi berkaitan dengan emosi yang jujur, tepat, terus terang serta tidak adanya rasa cemas kepada individu lainnya.

Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari *Assertive Style* pada gaya komunikasi:

- 1) Tidak banyak pernyataan, dan senantiasa terdapat pengharapan.
- 2) Mengecek perasaan individu lainnya.
- 3) Aktif serta efektif mendengarkan.
- 4) Suka pada guyonan serta rasa umur.
- 5) Ekspresi diri dengan langsung, segera, serta jujur.

b. *Aggressive Style*

Gaya komunikasi termasuk sifat yang dimiliki oleh komunikator, sifat ini mampu menjaga diri serta mempertahankan berbagai hak secara langsung akan tetapi terkadang juga bertingkah laku yang kurang pantas. Komunikator yang mempunyai sifat seperti ini lebih menyatakan pada gagasan, perasaan serta pendapat secara jelas serta terhormat pada saat mengungkapkan perasaan dengan mudah tentang apa yang diharapkannya. Komunikator yang mempunyai sifat seperti ini biasanya akan menyakiti individu lainnya karena adanya kalimat yang kurang sesuai ataupun bercanda yang melebihi batas.

Komunikator yang mempunyai sifat seperti ini akan berusaha untuk membuat individu lainnya menjalankan apa yang diinginkannya dengan menjalankan induksi rasa bersalah ataupun ingin memakai intimidasi dan tidak memperhitungkan apa yang dirasakan oleh orang lain.³⁸

³⁸ Rohim, Syaiful, “*Teori Komunikasi Perspektif Ragam Dan Aplikasi*”, (Jakarta : Pt Rineka Cipta, 2016), 128-132.

Berikut ini adalah karakteristik dari *aggressive style* pada gaya komunikasi:

- 1) Sedikit mendengarkan.
- 2) Tertutup.
- 3) Interupsi.
- 4) Suka mendengarkan individu lainnya.
- 5) Monopoli pembicaraan.

c. *Passive Style*

Dalam gaya komunikasi ini pihak komunikannya tidak mengekspresikan harapan, ide serta perasaannya secara langsung. Namun pihak komunikatornya cenderung akan lebih banyak tersenyum serta lebih banyak menjelaskan kebutuhan yang dimilikinya kepada individu lainnya. Komunikannya sudah mempunyai kecenderungan menjalankan tindakan dibanding mendengarkan, dalam gaya ini cenderung memakai suara yang lembut dan meminimalisir penggunaan data serta mempunyai kecenderungan tidak menjalankan kontak mata secara langsung dengan pihak komunikasi.

Berikut ini ialah beberapa karakteristik dari *passive style* pada gaya komunikasi seperti dibawah ini:

- 1) Menjelaskan kebutuhan yang dimilikinya.
- 2) Tidak langsung.
- 3) Lemah lembut.
- 4) Ragu-ragu.
- 5) Jarang mengekspresikan wajah.³⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diharapkan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dan melengkapi dari berbagai sudut pandang. Adapun kajian penelitiannya antara lain:

Pertama, Agis Dwi Prakasa, dengan judul penelitian, “Penggunaan aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku

³⁹ Rohim, Syaiful, “*Teori Komunikasi Perspektif Ragam Dan Aplikasi*”,133.

Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame”, Skripsi, 2020, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok di Kelurahan Waydadi Baru cukup besar, dimana para penggunanya adalah kalangan remaja. Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media untuk mendapatkan hiburan. Efek Penggunaan aplikasi TikTok terhadap penggunaannya terhadap perilaku keagamaan dilihat dari beberapa perilaku yakni : perilaku kepada Allah Swt, Orang Tua, Diri Sendiri, serta perilaku terhadap lingkungan Masyarakat dimana tidak ada efek yang begitu negatif dan signifikan yang bisa mengubah perilaku remaja. Remaja di Kelurahan Waydadi baru tetap melakukan segala tindakan sesuai dengan apa yang diajarkan oleh orang tua dan agama. Melalui Risma diharapkan mampu menjadi wadah kreatifitas dan menjaga perilaku remaja dari dampak negatif media sosial.⁴⁰ Adapun pesaman dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian yang akan dikalahkan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Tidak hanya itu persamamaan yang lainnya terletak pada penggunaan objek media sosial TikTok sebagai bahan acuan utama dalam penelitian. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian, yang dimana penelitian dari Prakasa menggunakan subjek masyarakat (remaja Islam) yang ada di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan Oki Setiana Dewi (OSD) sebagai subjek utamanya.

Kedua, Yoga Satya Bimantara, dengan judul penelitian, “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @Sinarkehidupan_16”, Skripsi, 2022, penelitian ini menunjukkan pada akun TikTok @sinarkehidupan_16 dan bagaimana respon follower akun TikTok @sinarkehidupan_16, sedangkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pesan dakwah media TikTok pada akun #sinarkehidupan_16 dan

⁴⁰ Agis Dwi Prakasa, “Penggunaan Aplikasi TikTok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame”, *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020.

respon follower pada akun TikTok @sinarkehidupan_16, sedangkan metode penelitiannya adalah teknik pengumpulan data dan teknik keapstrakan data. Hasil penelitian ini terbagi menjadi tiga pesan dakwah, pertama pesan aqidah, kedua pesan akhlak, ketiga pesan syariah dan respon follower pada peneliti ini berupa gambar yang berisikan komentar positif terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui ceramah video berdurasi singkat pada akun TikTok @sinarkehidupan_16.⁴¹ Adapun pesaman dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian yang akan dikalahkan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Tidak hanya itu persamamaan yang lainnya terletak pada penggunaan objek media sosial TikTok sebagai bahan acuan utama dalam penelitian. Adapun terkait perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teori yang digunakan. Penelitian dari Bimantara menggunakan teori analisis isi/konten, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakannya teori *sosial judgement*. Tidak hanya itu, perbedaan yang lainnya terletak pada materi yang akan diteliti. Bimantara menggunakan materi dari akun @sinarkehidupan_16, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan materi dari akun @okisetianadewi_official.

Ketiga, Noor Amiry Soleha, dengan judul penelitian, “Komunikasi Dakwah pada akun TikTok @Syam_Elmarusy”, Skripsi, 2021, adapun penelitian ini menunjukkan dilakukan terhadap cara ustadz Syam dalam mengkomunikasikan kontennya, ialah dengan cara runtut dan tersusun. Dimulai dengan pembuka, yang isinya salam, sapaan. Yang kedua ada isi atau inti konten yang menjelaskan mengenai judul dan pembahasan yang akan dibahas. Dan yang terakhir adalah penutup, berisikan anjuran serta kesimpulan mengenai topik yang telah dibahas. Selanjutnya dilakukan penelitian terhadap sepuluh video dakwah yang terdapat dalam akun TikTok

⁴¹ Yoga Satya Bimantara, Dengan Judul penelitian, “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @Sinarkehidupan_16”, Skripsi, UIN Fatmawatisukarno Bengkulu, 2022.

@syam_elmarusy menunjukkan terdapat tiga kategori pesan dakwah yakni akidah, syariah dan akhlak. Pada pesan dakwah akidah terdapat pembahasan iman kepada Allah Swt, iman kepada Rasul, dan iman kepada *Qada'* dan *Qadar*. Pada pesan dakwah syariah terdapat pembahasan ibadah dan thaharah. Dan pesan dakwah akhlak terdapat pembahasan akhlak terhadap diri sendiri dan akhlak terhadap manusia. Selain pesan dakwah akidah, syariah, akhlak, terdapat juga dua kategori efek pesan di dalam sepuluh video yang diambil, yakni efek pesan kognitif dan efek pesan behavioral. Selanjutnya komentar followers dalam sepuluh konten videonya terdapat sebanyak 21.190 komentar. Terdiri dari komentar dominan yakni komentar yang sesuai dengan isi video sebanyak 8.564 komentar dan komentar yang tidak dominan yakni komentar yang berisikan kalimat *toyyibah* sebanyak 467 komentar.⁴² Adapun pesaman dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian yang akan dikalahkan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Tidak hanya itu persamamaan yang lainnya terletak pada penggunaan objek media sosial TikTok sebagai bahan acuan utama dalam penelitian. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teori yang digunakan. Soleha menggunakan teori semiotik dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori *sosial judgement*. Tidak hanya itu perbedaan yang lain terletak pada materi yang dibuat acuan dalam penelitian. Soleha menggunakan materi dari akun TikTok @Syam_Elmarusy, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan materi dari akun TikTok @okisetianadewi_official.

Keempat, Ajeng Siti Hawa, dengan judul penelitian “Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Program Acara “Islam Itu Indah” Di Trans Tv Edisi 18 April 2016”, skripsi,

⁴² Noor Amiry Soleha, “Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @Syam_Elmarusy”, *Skripsi*, UIN Antasari Banjarmasin, 2021.

2016.⁴³ Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa Oki Setiana Dewi dalam program acara “Islam Itu Indah” di Trans TV edisi 18 April 2016 telah menggunakan kaidah retorika dakwah dengan cukup baik namun belum mampu dikatakan mahir. Retorika yang digunakan Oki dari segi penggunaan bahasa yaitu langgam (konservatif, agama dan teater) dan humor (perilaku aneh para tokoh), kemudian dari segi susunan pesan yaitu komposisi pesan (kesatuan dan pertautan) dan organisasi pesan (deduktif). Oki dalam ceramahnya menggunakan kaidah retorika di atas namun masih banyak kesalahan dan ada beberapa kaidah retorika yang belum digunakan Oki mungkin dikarenakan Oki belum menguasainya. Adapun pesaman dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian yang akan dikalahkan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sama-sama membahas subjek penelitian yaitu Oki Setiana Dewi. Adapun perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada media yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yang dimana peneliti sebelumnya menggunakan media televisi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan media sosial TikTok.

Kelima, Titin Rahmawati dengan judul penelitian “Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Kisah Detik-Detik Wafatnya Rasulullah SAW Pada Media Youtube”. Skripsi, 2018.⁴⁴ Adapun hasil dari penelitian ini yaitu gaya retorika dakwah Oki Setiana Dewi dengan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata menggunakan gaya bahasa percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada menggunakan gaya bahasa sederhana dan untuk gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat menggunakan gaya bahasa Paralelisme, Antitesis dan

⁴³ Ajeng Siti Hawa, “Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Program Acara “Islam Itu Indah” Di Trans Tv Edisi 18 April 2016”, *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2016.

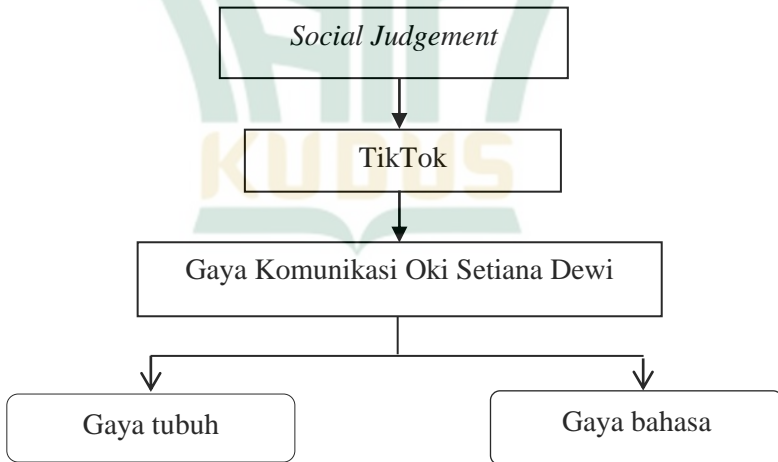
⁴⁴ Titin Rahmawati dengan judul penelitian “Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Kisah Detik-Detik Wafatnya Rasulullah SAW Pada Media Youtube”. *Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Repetisi yang meliputi Tautotes dan Epanalepsis. Kemudian gaya suara yang digunakan Oki sangat bervariasi, mulai dari nada rendah dengan tingkatan 1 sampai

nada tinggi dengan tingkatan 4, dengan Rate 92 sampai 148 kata per menit. Sedangkan gaya gerak tubuh yang meliputi sikap badan dengan berdiri tegak, pandangan mata yang tegas menatap pendengar, kemudian untuk pakaian yang digunakan sangat sopan dan syar'i. Adapun pesaman dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sama-sama membahas subjek yang sama. Adapun perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada media yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yang dimana peneliti sebelumnya menggunakan YouTube, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan media sosial TikTok.

C. Kerangka Berfikir

Bagan 2.1
Kerangka Berfikir



Sosial Judgement ini merupakan perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang

tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

Dalam Teori pertimbangan sosial menyatakan bahwa terdapat dua hal yang mempengaruhi receiver dalam memproses pesan persuasi, yakni ego involvement dan anchor. Ego involvement merujuk pada seberapa pentingkah sebuah isu bagi kehidupan audience. Dalam teori pertimbangan sosial disebutkan bahwa semakin tinggi ego involvement maka semakin rendah penerimaan terhadap pesan persuasi. Ego involvement yang tinggi diindikasikan dengan apakah isu menempati posisi sentral atau utama dalam kehidupan audience, apakah audience banyak mencari tahu dan berpikir mengenai isu, serta apakah audience memiliki afiliasi dengan organisasi yang menolak isu. Sementara itu, anchor merujuk pada penilaian awal receiver akan sebuah hal yang memungkinkannya untuk memberikan penilaian awal akan sebuah informasi yang dimiliki audience ini bisa berupa penolakan ataupun penerimaan audience akan sebuah isu.

Melihat fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana para ulama muslim atau muslimah yang menggunakan sosial media untuk menyiarkan dakwahnya. Salah satu media sosial yang sekarang banyak digunakan untuk berdawah adalah TikTok.

Oki Setiana Dewi yang dikenal sebagai aktris, beberapa tahun ini merambah sebagai pendai. yang dimana sering muncul di beberapa stasiun TV untuk menyampaikan ajaran Islam. OSD juga menyampaikan dakwah melalui akun sosial media TikTok untuk menyampaikan ajaran agama Islam agar bisa diakses kapanpun dan di manapun. Dalam dakwah OSD berisi tentang penyampaian tentang pemahaman syariat Islam dengan menggunakan ciri khas gaya komunikasi tersendiri.

Gaya komunikasi merupakan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan nonverbal untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Cara atau gaya komunikasi terkadang menjadi lebih penting dari konten komunikasi

tersebut. Banyak orang yang memahami konten dengan baik, tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima dengan baik oleh orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal ini, gaya komunikasi menjadi penting untuk diterapkan. Melihat gaya komunikasi dalam cuplikan vidio “Islam Melarang Pacaran” yang di unggah pada akun TikTok @okisetianadewi_official memberikan penjelasan yang sangat berkarakter dengan tutur bahasa yang baik, gerak anggota tubuh yang simpel dan bahasa yang mudah dimengerti.

